

İGÜ
Sosyal Bilimler
Dergisi
IGU JOURNAL of
SOCIAL SCIENCES

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

CİLT / VOLUME: 10 SAYI / ISSUE: 2

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

EKİM / OCTOBER 2023

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ (İGÜSBD)
ULUSLARARASI HAKEMLİ DERGİ
İSTANBUL GELİSİM UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES (IGUJSS)
INTERNATIONAL PEER-REVIEWED JOURNAL

CİLT/VOL. 10 • SAYI/ISSUE 2 • EKİM/OCTOBER 2023 • ISSN: 2148-4287 & E-ISSN: 2148-7189

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

Yayın Kurulu / Editorial Board

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

Editör / Editor

Doç. Dr. Serdar EGELİ

Editör Yardımcıları / Assistant Editors

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

Yazı İşleri Kurulu / Publication Board

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



İSTANBUL
GELİŞİM
ÜNİVERSİTESİ

Tasarım / Design

Tansu KISACIK
Gönül AKBULUT



İSTANBUL
GELİSİM
UNIVERSITY

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

Baskı ve Cilt / Printing and Binding:
Servet İşler
Sertifika No. 40352
+90 212 5939467
islercory@hotmail.com

İstanbul Gelişim Üniversitesi yayımı olan Sosyal Bilimler Dergisi, yılda iki kez yayımlanan uluslararası hakemli bir dergidir. Makalelerdeki düşünce, görüş, varsayım, sav veya tezler eser sahiplerine aittir; İstanbul Gelişim Üniversitesi sorumlu tutulamaz. / The Journal of Social Sciences is an international peer-reviewed journal and published biannually. The opinions, thoughts, postulations or proposals within the articles are but reflections of the authors and do not, in any way, represent those of the Istanbul Gelisim University.

© İstanbul Gelişim Üniversitesi Yayınları
© *Istanbul Gelisim University Press*
Sertifika No / Certificate Number: 47416
Her hakkı saklıdır. *All rights reserved.*

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

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



EBSCO Discovery Service



OpenAIRE



Sosyal Bilimler Atrf D



Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr.

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

Doç. Dr. /

Assoc.

Prof. Dr.

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

Dr. / PhD

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

Bu Sayının Hakemleri / Reviewers for This Issue

(Prof. Dr.)

Yavuz ÇİLLİLER - İstanbul Gelisim Univ. / TR
Şenol DURGUN - İstanbul Gelisim Univ. / TR
Gönen İkar DÜNDAR - İstanbul Univ. / TR
Ayten ERDOĞAN - İstanbul Gelisim Univ. / TR
Ekrem Cüneyt EVREN - İstanbul Gelisim Univ. / TR
Ulaş Başar GEZGİN - İstanbul Galata Univ. / TR
İzzet GÜMÜŞ - İstanbul Gelisim Univ. / TR
Ş. G. ILICAK AYDINALP - İstanbul Gelisim Univ. / TR

Canan Nur KARABEY - Atatürk Univ. / TR
Müge KLEIN - Turkish-German Univ. / TR
Neziha MUSAOĞLU - İstanbul Gelisim Univ. / TR
Mehmet SARIŞIK - Sakarya Uyg. Bilimler Univ. / TR
Semra SARUÇ - Anadolu Univ. / TR
Hasan Basri YALÇIN - İstanbul Ticaret Univ. / TR
Aslı YENİPAZARLI - Aydın Adnan Menderes Univ. / TR

(Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr.)

Şahin ÇETİNKAYA - Aksaray Univ. / TR
Levent ELDENİZ - Marmara Univ. / TR
Neslihan FIDAN KEÇECİ - İstanbul Univ. / TR
Ömer Faruk GÖRÇÜN - Kadir Has Univ. / TR
Neslim GÜVENDEĞER DOKSAT - Beykent Univ. / TR
Ahmet KAYAOĞLU - Mardin Artuklu Univ. / TR
Güliz KOLBURAN - İstanbul Aydın Univ. / TR
Aclan OMAĞ - Marmara Univ. / TR
Halil İbrahim ÖZOK - Van Yüzüncü Yıl Univ. / TR
Anıl AL REBHOLZ - İstanbul Gelisim Univ. / TR

Ümit SARI - İstanbul Univ. / TR
Özlem SAYILIR - Anadolu Univ. / TR
Hülya SEMİZ TÜRKOĞLU - İstanbul Univ. / TR
Aliye Ayça SUPÇİLLER - Pamukkale Univ. / TR
Güngör ŞAHİN - Milli Savunma Univ. / TR
Fatih ŞANTAŞ - Yozgat Bozok Univ. / TR
Filiz ŞÜKRÜ GÜRBÜZ - İstanbul Gelisim Univ. / TR
Hakan YILDIRIM - İstanbul Gelisim Univ. / TR
Vedat YILMAZ - Malatya Turgut Özal Univ. / TR

(Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr.)

Hikmet AKYOL - Gümüşhane Univ. / TR
Selcen ALTINBAŞ UMUT - Trakya Univ. / TR
Melda ASLAN - Ankara Yıldırım Beyazıt Univ. / TR
Derya AYDOĞAN - Yıldız Teknik Univ. / TR
Semra BOĞA - Doğuş Univ. / TR
Ali BORA - Selçuk Univ. / TR
Kubilay ÇELİK - Maltepe Univ. / TR
Viktoria DEMYDOVA - Independent Researcher / TR
Levent DEMİRELLİ - Beykent Univ. / TR
Fırat DEMİRKOL - İstanbul Gelisim Univ. / TR
Aslı DİYADİN LENDER - İstanbul Gelisim Univ. / TR
Binali Selman EREN - Bitlis Eren Univ. / TR
Gülşay ER PAŞİN - İstanbul Univ. / TR
Aslı GÜRBÜZ - Mimar Sinan Güzel Sanatlar Univ. / TR
Öznur İŞİR - Balıkesir Univ. / TR
B. Nihal İÇAĞASIOĞLU ALTUN - Nişantaşı Univ. / TR
Fevzi KAÇER - Bingöl Univ. / TR
Bahadır KAPIR - Independent Researcher / TR

Derya KAVGAOĞLU - İstanbul Gelisim Univ. / TR
Melda KEÇECİ - İstanbul Gelisim Univ. / TR
Burcu KURTIŞ - Nişantaşı Univ. / TR
Kadir MERSİN - İstanbul Gelisim Univ. / TR
Fikriye Gözde MOCAN - İstanbul Gelisim Univ. / TR
Funda ÖZBUCAK - İstanbul Gelisim Univ. / TR
Esra SAVAŞ - İstanbul Gelisim Univ. / TR
Ezgi SAKMAN - İ. Doğramacı Bilkent Univ. / TR
Esra SAYIN - İstanbul Gelisim Univ. / TR
Ali SHAHINPOUR - Islamic Azad Univ. / IRAN
Murat TOPCU - İstanbul Gelisim Univ. / TR
Hülya YILMAZ - Doğuş Univ. / TR
Didem YILMAZ ÇAPKUR - İstanbul Gelisim Univ. / TR
Ahmet Esad YURTSEVER - İstanbul Gelisim Univ. / TR
Çiğdem YUVARLAKBAŞ ÇADIRCI - Harran Univ. / TR
Demet Vural YÜZBAŞI - İzmir Kâtip Çelebi Univ. / TR

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

ARAŞTIRMA MAKALELERİ / ORIGINAL RESEARCH ARTICLES

- 474-489 İbrahim Halil YAŞAR, Selim DURSUN
The Effect of Glocal Systemic Polarity on Regional Stability / *Glokal Sistemik Kutupluluğun Bölgesel İstikrara Etkisi*
- 490-509 A. Fulya ŞEN, Y. Furkan ŞEN
Türkiye’de Dijital Siyaset: Siyasal Partilerin Dijital Demokrasi Pratikleri / *Digital Politics in Turkey: Digital Democracy Practices of the Political Parties*
- 510-532 A. Sevtap DEMİR
Türkiye’deki “Dijital Doğan” Gazetelerin Sürdürülebilirliklerini Sağlamalarının Yolları: Bir Alan Araştırması / *Ways of Sustainability of “Digital-Born” Newspapers in Turkey: A Field Study*
- 533-554 Gizay DAVER
Banka Kredileri ile İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı İlişkisi: Ekonomik Aktivite Etkileşimi / *Relation of Bank Credits and Manufacturing Industry Capacity Usage Ratio: Economic Activity Interaction*
- 555-570 Serkan MANGA, Abdulkadir TUNA
Yükselen Piyasa Ekonomilerinde Teknolojik Gelişim ve İşsizlik İlişkisinin İncelenmesi: Dinamik Panel Veri Analizi / *The Relationship between Innovation and Unemployment in Emerging Market Economies: Dynamic Panel Data Analysis*
- 571-581 Zeynep KARACA
Entropi-TOPSIS Yöntemi ile İllerin Yatırım Ortamının Değerlendirilmesi / *Evaluation of the Investment Environment of the Provinces with the Entropi-TOPSIS Method*
- 582-608 Yasemin COŞKUN ERDOĞAN
Otomotiv Sektöründe Dupont Yöntemiyle Finansal Performans Değerlendirmesi: BİST Örneği / *Financial Performance Evaluation with Dupont Method in Automotive Industry: Istanbul Stock Exchange Sample*

- 609-628 Osman Nuri ŞAHİN, Zehra YOLOĞLU SERTER
Kripto Para Piyasalarında Yaşanan Güvenlik Sorunlarının Yatırımcı Davranışı Üzerindeki Etkisi: Muhasebe Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma / *The Effect of Security Problems in Crypto Markets on Investor Behavior: A Research for Accounting Students*
- 629-648 Hilal UYGURTÜRK, Cihan KARA
Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Unsurların Demografik Faktörler Açısından Değerlendirilmesi / *Evaluation of the Elements Affecting Consumers' Purchase Behavior in Terms of Demographic Factors*
- 649-667 Oğuz YILDIZ, Alpaslan KELLEÇİ
(Consistent) PLS-SEM vs. CB-SEM in Mobile Shopping / *Mobil Alışveriş Düzleminde Consistent PLS-SEM ve CB-SEM Yöntemlerinin Karşılaştırılması*
- 668-689 Sezgin SAVAŞ, Emre ERGEN
The Use of the Personal Data Collected Through Digital Footprints by Corporations in Understanding the Target Audience: An Analysis on Dot-com Companies / *Kurumların Hedef Kitlelerini Tanıma Aşamasında Dijital İzler Yardımıyla Toplanan Kişisel Verilerin Kullanımı: İnternet Şirketleri Üzerinden Bir Değerlendirme*
- 690-707 Emre KARŞIGİL, Fatma Selin SAK
The Effects of Social Media on the Purchasing Behaviour of Airline Customers (Generation Y and Z) / *Sosyal Medyanın Hava yolu Müşterilerinin (Y ve Z kuşağı) Satın Alma Davranışı Üzerine Etkileri*
- 708-722 Alev ÜSTÜNDAĞ
COVID-19 Salgını Sırasında Çalışan ve Çalışmayan Annelerin Stres Düzeylerinin Karşılaştırılması / *Comparison of Stress Levels of Working and Unemployed Mothers During the COVID-19 Pandemic*
- 723-736 Veysel ERAT
İklim Değişikliği Bağlamında Bir Zorunluluk ve Fırsat Olarak Küresel Yönetişim / *Global Governance as a Necessity and Opportunity in the Context of Climate Change*
- 737-746 Mouhamed Bachir DIOP
Afrika Birliği'nin Kurumsal Reformlarının Başarı Düzeyleri Üzerine Bir İnceleme / *A Study on the Levels of Success of Institutional Reforms of the African Union*

- 747-759 Aylin KOÇ
Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Öğrencilerinin COVID-19 Pandemi Sürecinde Gerçekleştirilen Uzaktan Eğitim Hakkındaki Görüşleri: İstanbul Gelişim Üniversitesi Deneyimi / Hair Care and Beauty Services Students' Opinions about Distance Education During the COVID-19 Pandemic: Istanbul Gelisim University Experience
- 760-780 Şadiye Nur GÜLEÇ, Kadir CANÖZ
Özel Hastane Tercihini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Samsun İli Örneği / Determination of Factors Affecting Private Hospital Preference: The Case of Samsun Province, Türkiye
- 781-799 Gamze ÖZBAYRAK, Ömer Miraç YAMAN
Yaşlı Aile Üyesine Evde Bakım Verenlerin Bakım Verme ile Hakları Konusundaki Bilgi Düzeyleri ve İhtiyaçları / Knowledge Levels and Needs of Home Caregivers on Care and Rights of Elderly Family Members
- 800-816 Alptekin KESKİN
Sosyolojik Açıdan BTS'in Müzik Sahnesi: "Life Goes On" Performansının Analizi / BTS' Music Scene from Sociological Perspective: Analysis of Life Goes On Performance
- 817-832 Süleyman Cem BOZDOĞAN
The Mediating Role of Psychological Capital in the Effect of Emotional Intelligence on Resistance to Change / Duygusal Zekanın Değişime Dirence Etkisinde Psikolojik Sermayenin Aracı Rolü
- 833-845 Yasemin GÜLBAHAR, Osman Seray ÖZKAN, Burcu ÜZÜM
İsrar Ölçeği'nin Türkçe'ye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması / Adaptation of the Persistence Scale to Turkish: A Validity and Reliability Study
- 846-868 Tarık ÇAKAR, Berkay GÜLSEVEN, Mehmet Ali BARIŞKAN, Seda ERBAYRAK
İstanbul İlinde Çalışma Hayatındaki Mesleki Gerilim ve Stresin Araştırılması / Investigation of Occupational Tension and Stress in Working Life in Istanbul

DERLEME MAKALELER / REVIEW ARTICLES

869-881 Mehmet Emin SATIR
Bir Altpolitika Aracı Olarak “Dedikodu” Üzerine Bir Değerlendirme /
An Assessment on “Gossip” as a Infrapolitics Tool

882-891 Gülçin AKBAŞ USLU
Self-Complexity and Well-Being: A Short Evaluation / Benlik
Karmaşıklığı ve İyilik Hali: Kısa Bir Değerlendirme

892-909 Haydeh FARAJİ, Dilara PARLAK, Ahmet Ertan TEZCAN
Obsesif Kompulsif Bozukluk ile Duygu Düzenleme Güçlüğü İlişkisi
Hakkında Bir Değerlendirme / Evaluation of the Relationship between
Obsessive Compulsive Disorder and Difficulty in Emotion Regulation

KİTAP İNCELEMELERİ / BOOK REVIEWS

910-912 Muhammed TURGUT
TÜRKİYE’NİN BEŞ ASIRLIK LOJİSTİK TIKANMA NOKTALARI /
TURKEY’S FIVE CENTURY-OLD LOGISTICS BLOCK POINTS

913-917 Fatih ÇAM
MEŞRU EGEMENLİK / LEGITIMACY of the MODERN STATE

İGÜSBD

Cilt 10, Sayı 2, Ekim 2023 ISSN: 2148-4287 e-ISSN: 2148-7189

Makale İstatistikleri

IGUJSS

Vol. 10, Issue 2, October 2023 ISSN: 2148-4287 e-ISSN: 2148-7189

Article Statistics

Bu Sayının Makaleleri

Articles of This Issue 25

Düzeltilme Alan Makaleler

Corrected Articles 25

Reddedilen Makaleler

Rejected Articles 8

Kabul Edilen Makaleler

Accepted Articles 0

Süreci Devam Eden Makaleler

Articles in Process 84

Dergimize gönderilen makalelerin tümü intihal tespit aracıyla incelenmektedir.

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

The Effect of Glocal Systemic Polarity on Regional Stability

İbrahim Halil YAŞAR*, Selim DURSUN**

Abstract

This study is about the effect of *glocal systemic polarity* on regional stability. Studies on polarity and stability often focus on the relationship between global systemic polarity and stability or regional systemic polarity and stability. In these studies, it is assumed that the global systemic polarity structure penetrates all regions of the world at the same rate or the regional systemic polarity operates independently from the global systemic polarity. However, these assumptions lead to some gaps in the explanation of the relationship between polarity and stability. This study attempts to fill this gap by introducing the concept of *glocal systemic polarity*. This concept argues that in the relationship between polarity and stability, global systemic polarity has different degrees of influence on regions, and these different degrees affect regional stability. Therefore, it argues that in all global systems, regions on which a pole-state or pole-states develop hegemonic relations by themselves are stable, or regions on which a pole-state cannot develop hegemonic relations alone are unstable. This claim will be tested by looking at the regional distribution of the conflicts' intensity that occurred between 1947 and 2020 in the world.

Keywords: System, glocal system, polarity, stability, conflict

Glokale Sistemik Kutupluluğun Bölgesel İstikrara Etkisi

Öz

Bu çalışma *glokale sistemik kutupluluğun* bölgesel istikrara etkisi hakkındadır. Kutupluluk ve istikrar üzerindeki çalışmalar genellikle global sistemik kutupluluk ve istikrar veya bölgesel sistemik kutupluluk ve istikrar arasındaki ilişkiye odaklanmaktadır. Bu çalışmalarda, global sistemik kutupluluk yapısının dünyadaki tüm bölgelere aynı oranda nüfuz ettiği ya da bölgesel sistemik kutupluluğun global sistemik kutupluluktan bağımsız işlediği varsayılmaktadır. Ancak, bu varsayımlar kutupluluk ve istikrar arasındaki ilişkinin açıklanmasında bazı boşluklara yol açmaktadır. Bu çalışma *glokale sistemik kutupluluk* kavramını ortaya atarak bu boşluğu doldurmaya çalışmaktadır. Bu kavram, kutupluluk ve istikrar arasındaki ilişkide, global sistemik kutupluluğun bölgelere etkisinin farklı derecelerde olduğunu ve bu farklılığın da bölgesel istikrarı etkilediğini



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 11.11.2021

Kabul/Accepted: 22.11.2021

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.1022315>

* PhD, Sakarya University, Institute of Social Sciences, Sakarya, Türkiye,

E-mail: ibrahimhalilyasar@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0002-3661-5088>

** PhD, İstanbul, Türkiye. E-mail: selimdursun2000@hotmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1790-0326>

savunur. Dolayısıyla, bütün global sistemlerde, kutup-başı devlet ya da devletlerin tek başlarına üzerinde hegemonik ilişki geliştirdiği bölgelerin istikrarlı veya bir kutup-başı devletin tek başına üzerinde hegemonik ilişki geliştiremediği bölgelerin istikrarsız olduğunu iddia eder. Bu iddia, dünyada 1947-2020 tarihleri arasında meydana gelen çatışma sayılarının yoğunluğunun bölgesel dağılımlarına bakılarak test edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Sistem, global sistem, kutupluluk, istikrar, çatışma

Introduction

The effect of the polarity of the international system on stability at the global level is one of the most discussed topics in the literature. In this context, studies from the neo-realist paradigm focus on the stability of the international system at the main level and the stability of regional systems at the intermediate level. These studies are generally examined on which of multipolar, bipolar and unipolar systems produces relatively more stability or instability. At the global level, in general, the concept of stability is tried to be examined by comparing the multipolarity of the system that caused the First and Second World Wars, the bipolarity of the Cold War Era and the unipolarity of the post-Cold War period. In addition, at the local level which is the regional level, polarity of the local or regional system and its effect on regional stability are examined according to the relative distribution of the powers of the main regional actors against each other. All these studies aim to find a relationship between polarity and stability and explain this relationship between these two concepts.

However, there is a gray zone in the literature that needs to be explained in regard to the effects of global systemic polarity on global stability and regional systemic polarity on regional stability. While discussing the effect of global systemic polarity on stability, it is assumed that all pole-actors, regardless of systemic polarity, can penetrate every point of the globe. However, this assumption fails to explain the inability of global systemic polarity to reflect its projection on regional levels in many parts of the world. The projection of the unipolar system in the European regional system and the Middle East regional system appeared differently after the Cold War. The United States, which is a polar actor, tends to penetrate many regional areas with the effect of being a global power. This penetration is felt intensely in the European continent and although this continent has a multi-polar structure, the regional system still produces stability. However, in the Middle East regional system, which is another multipolar region within the same global system, has less area of influence by the United States in comparison to Europe due to the Russian influence. Therefore, the Middle Eastern region cannot produce stability.

Another common issue in regional stability studies is the fact that the impact of regional dynamics on regional polarity is overly taken into consideration. When the effect of the relative distribution of power capacities of regional actors on regional stability is evaluated, it becomes difficult to explain the causes of regional conflicts. In today's Middle East, can the amount of influence imposed by regional powers such as Iran, Israel, Egypt, Saudi Arabia and Türkiye in the emergence of the Syrian civil war be considered independent of global actors such as United States? Or can the war between Ukraine and Russia be explained by regional dynamics alone? In other words, could Ukraine, which did not feel the support of the United States, have the will to act independently in the region despite the existence of Russia?

As seen above, there are explanatory gaps around the concept of stability in both global systemic and regional systemic approaches. This gap in theory will be attempted to be filled with the concept of glocal systemic polarity. Glocal systemic polarity will be

used to explain the effect of systemic polarity at the global level on regional stability, regardless of the number of systemic polarity at the regional level. Nevertheless, this concept does not express the mutual interaction of global and local polarity as in the dictionary meaning. The concept of glocal systemic polarity reflects the extent to which global pole-actors can project power and influence over regions. In this framework, the concept claims that global systemic pole-actor or actors cannot establish absolute effectiveness in every region of the globe and will only contribute to stability in regions where they can establish absolute effectiveness. With the secondary data analysis method to be used to obtain the data necessary to test this claim, the data obtained by other researchers will be reprocessed in accordance with the purpose of the study. Afterward, the number of regional conflicts obtained by secondary data analysis method will be compared with the number of effective global pole-actors in that region. In this way, the relationship between regional stability and glocal systemic polarity will be tried to be revealed.

Global and Regional Systems

In the literature, polarity is defined according to the number of the great powers in the system (For a useful guide to the various approaches and debates on polarity and power, see Waltz K. N., 1964; Wohlforth, 1999; Hopf, 1991; Walt, 2009). Therefore, the distribution of capacities among the actors in the system should be measured to determine the polarity in the system. However, military power capacity, economic capacity, population and land area should be taken into account (Waltz, 1979, as cited in Hopf, 1991, p. 478). In this respect, a unipolar system is a system in which the power capacity of a single state is significantly higher than the state or states with the closest power capacity. Similarly, a bipolar system is a system in which the power capacities of the two states are close to each other in the system, but the power capacity of these two states is significantly higher than the other states in the system. Finally, the multipolar system is explained as a system in which three or more states have similar power capacities. These descriptions are used for system analysis on a global scale. In the light of these explanations, it can be seen that different polarity features have emerged in the international system in different periods of history. From the mid-17th century, when the nation-state system emerged, to the mid-20th century, a multipolar structure prevailed for a long time (Wohlforth, 1999; Kennedy, 1987). In this process, although the names of the great powers that formed the multipolar structure changed from time to time, it has always been more than two great powers that determined the character of the system. For example, the United Kingdom, France, Ottoman Empire and Russia made the system multipolar in the 17th century, later on, England, France, Germany and Russia dominated world politics in the 18th and 19th centuries. By the 20th century, new great powers such as the United States and Japan had emerged (Wohlforth, 1999; Kennedy, 1987). After the World War II, the United States and the Soviet Union, which stood out among the other great powers that were worn out, formed the bipolar system as two superpowers. This system, which continued throughout the Cold War era, evolved into a unipolar system in which the United States was the sole superpower after the collapse of the Soviet Union in the early 90s.

These aspects of systemic polarity are also valid in regional systemic structures. Similarly, in regional systems as a sub-level of analysis, the level of power capacities of the actors existing in the region with respect to each other explains the polarity of the regional system. In this respect, regional polarity is defined by the distribution of power in a regional system in terms of military capacity, in other words, by the number of regional powers. In the bipolar world of the Cold War Era, the United States and the Soviet

Union were influential in the international system thanks to their power capacities over the entire globe. Simultaneously, in Europe, it can be said that Germany, France and the United Kingdom pioneered the multipolar structure of the European Continental System. Similarly, the Middle East System can be considered as a multipolar system, since the power capacities of the countries of this regional system such as Israel, Iran, Egypt, Saudi Arabia and Turkiye are close to each other.

If it is looked at the two different analysis levels independently of each other, during the Cold War period, while there is a bipolar system at the global analysis level, it can be seen that there is a multipolar system in two different regional systems at the regional analysis level. But, although there are two different examples of polarity at two different levels of analysis, how correct is it to consider the polarity feature at the regional system level differently from the polarity feature at the global level? It is not correct. To evaluate with an example: in the Middle East Regional System, the regional pole states' own power capacities will not be sufficient in their struggle to expand their autonomy. Because even if they are considered as pole-states in their region, these states can be considered as small states on a global scale. Therefore, regional states ally with global systemic forces and lure them into the region to balance against imminent threats both within the region and within the country. Such alliances are more probable, especially if these global systemic forces are far from the region, because geographic distance limits their ambitions and prevents them from attempting to invade territory (Walt, 2009, pp. 111-120).

Although the behavior of regional states in the regional system has been tried to be explained above, on the other side of this phenomenon, the behavioral models of the polar states of the global system emerge. Global polar states also have a desire to increase their autonomy on a global scale, just as regional states want to increase their autonomy in their regions. A super or global power is a major power or regional power in regions outside its own region (Fox, 1944, as cited in Ross, 2004, p. 268). While super or global power has established complete supremacy or dominance in its own region, it seeks to prevent the emergence of a rising rival in other regions. Because in remote areas, the power capacity is significantly eroded. Therefore, a superpower is one of the regional powers within other regions (Mearsheimer, 2001, as cited in Ross, 2004, p. 268). Thus, "the regional balance of power is not autonomous but heavily depends on the number of great powers in the international system, and on the type of regional involvement (competitive, cooperative, or hegemonic) in which the great powers engage." (Miller, 2004, p. 240). For example, the United States and the Soviet Union, representing the two poles during the Cold War, followed a more hegemonic and interventionist policy. This situation directly affected the autonomy of regional polarity. In the unipolar system that emerged after the Cold War, the only superpower, the United States, was more interventionist in some regional systems, while it was more collaborationist in other regions. Because, the pole-state can throw the responsibility on various regional powers to avoid the attrition of shaping and managing the system, and get free riding (Walt, 2009, p. 99). In this framework, global pole-states will wish to intervene in many regional systems on a global scale to the extent that their power capacities and possibilities allow. This situation pushes the global pole-states to find allied states in these regional systems that they can control for themselves.

When the behavior models of both global pole-states and regional pole-states are evaluated in this way, it is thought that the position of a regional pole-state vis-à-vis other states in its region cannot be independent of global pole-states. While this is the case, in regional system-oriented discussions, regional polarity is generally considered independently of systemic polarity (For a useful guide to the various approaches and debates on polarity and power, see Buzan & Wæver, 2003; Lake, 2009; Stewart-Ingersoll

& Frazier, 2012). The problem of generalization in systemic approaches here turns into a problem of reduction. Regional polarity definitions are generally made according to regional power distribution. Perhaps the reason for this is the desire to consider the region as an independent research focus separate from the system. However, the reduction problem here may lead to erroneous conclusions in the assessments between regional polarity and stability. The current Syrian problem cannot be handled only through regional forces and dynamics. In this issue, we see the consequences of systemic polarity, perhaps even more than regional polarity. Hence, the systemic power or powers are seen as a part of the regional system, as a complement, without being included in the regional security complex. These non-regional forces are considered as penetrating the region (Buzan & Wæver, 2003, as cited in Lake, 2009, p. 35). In this respect, while focusing on the relationship between polarity and stability, it is necessary to consider firstly the distribution of power at the global level and then the regional projections of this distribution of power. Therefore, the concept of *glocal systemic polarity* is more functional in understanding the effects of global powers on regions and the consequences of these effects on stability.

Glocal System

The concept of *glocal system* refers to both the global and regional levels and looks at the impact of polarity on stability from both levels together. So, the primary purpose of this research is to produce the concept of glocal system for a better explanation of the effect of the global system on the regional system. The glocal system is a hybrid system level that emerges as a result of the interaction of the global system level and the regional (local) system levels. Another aim sought to be achieved with this new conceptualization is the effect of polarity in glocal systems on regional stability.

The international system is too big for a single state to control the entire globe in today's conditions. There are many exceptions to the fact that polar states can control the whole system in both unipolar, bipolar and multipolar systems. In bipolar and multipolar systems, in regions other than those in which each pole-state provides autonomy, either other polar states in the system provide autonomy or there are areas under the control of regional powers that none of these polar states in the system can control. In unipolar systems, since there is no other polar state, it can be seen that regional powers provide autonomy in areas where this single pole-state cannot provide autonomy. Therefore, the existence of polar states does not mean that each area in the international system can be controlled by these states with absolute autonomy. In this global systemic competitive environment, every pole-state does not have the capacity to spread its power to every area of the globe. Thereby, these states, which have global power capacity, need to calculate the regional density of their power capacities in line with their strategies. When considered in this context, many regions of the world are either under the autonomy of a single global actor, or places for a struggle to increase the autonomy of two or more global actors, or under the influence of regional power or powers that cannot be influenced by any global actor. While this is the case, it is necessary to determine the spheres of influence of global actors by dividing the international system into sub-systems. With an analysis made in this way, the effect of the glocal system on regional stability can be better analyzed, as is the similarity of the polarity of the international system on the stability of the international system.

In the social sciences literature, the concept of glocal is derived from combining the concepts of global and local, and is used to understand global and local dynamics together. What is generally meant by this concept is the mutual construction of globalization and localization (Robertson, 1995, p. 30). Robertson, using the concept of

glocalization to understand global and local dynamics together, argues that there can be no global without the local (Robertson, 1995, pp. 28-29). In this sense, glocalization indicates the coexistence of the universal and the local in social, political and economic systems (Blatter, 2013). However, this mutual interaction and construction situation used in the definition of the glocal concept is different from the definition of the glocal concept to be used in this study. Although the concept of glocal expresses the mutual interaction and construction process in social sciences, in this study, it will be defined as the effect and domination of the global system on the regional system rather than the mutual interaction of the global system and the regional (local) system. Because the neo-realist paradigm, that this study has, has a power-centered approach. This approach also assumes the relative power distribution of a global power over a regional power or powers.

The glocal system is a system that emerges with the distribution of global systemic pole-actors on a region, regardless of the polarity of the regions. Possibly, a global system can be unipolar while a regional system can be either unipolar, bipolar or multipolar. Another possibility, the global system may be bipolar, while the regional system may be unipolar, bipolar or multipolar. One more final possibility, the global system might be multipolar whereas the regional system can be both unipolar, bipolar or multipolar. Which of these possibilities will be valid in a regional system is directly proportional to the capacity of the global pole-state or states to penetrate a region. In other words, while the global system has a bipolar feature, the polarity feature in any part of the world may not have the same feature of a bipolar system. How a bipolar global system will reflect on a region is dependent on the power intensity of these two polar states over that region. Sometimes this power intensity results in favor of one actor, and the glocal system becomes unipolar. Sometimes this power intensity remains at such a level that both actors cannot establish hegemony in the region alone and the glocal system becomes bipolar. The struggle of global pole-states to penetrate these regions with each other may cause instability in the region. If any of these actors achieve hegemony in any of these regions, the region will stabilize.

In this context, the global system can be divided into many sub-systems. For example, the Americas, a subsystem of the global system, is a glocal system. Latin America and the Caribbean, which are located in the Americas, are also glocal systems. Similarly, the Continent of Europe is a glocal system. Moreover, the regional distributions within this continent, such as Western Europe and Eastern Europe, are also glocal systems. In these glocal systems, the hegemonic presence or absence of a single global pole-state determines whether the glocal system can be stable. According to this explanation, in this study, these sub-systems will be evaluated at the continental analysis level and sub-levels consisting of sub-continental regions. Studies on the stability of the international system are mainly evaluated through conflicts. In this context, empirical studies on which polarity feature of the international system is more stable show that the probability of conflict increases with the increase of the number of poles. Similarly, in the context of the glocal system, in this study, the relationship between the number of conflicts occurring in continents or sub-continental regions and the number of global forces that have an effect on the regional system will be revealed. In order to reveal this relationship, the relationships between the continental and sub-continental regions and the number of conflicts will be compared in the data part of the study.

Polarity and Stability

Much of the discussion on polarity and stability focuses on the level of the international system. The reason for this focus is the assumption that the power of the

global systemic pole-state or states have an equal influence on all regions. Studies focusing on the relationship between regional polarity and stability are relatively few. However, the consequences of polarity on stability are more visible at the regional system level. For instance, the regions of South East Asia and the Middle East became the battleground of the two superpowers during the Cold War. Therefore, the states in the regional system are more affected by the results of this struggle. In addition, while discussions of polarity and stability at the international system level remain more abstract, focusing on the issue at the regional level is important in terms of testing whether the relationship between polarity and stability exists. In today's unipolar system, few great states other than superpowers can produce influence outside the regional system in which they are located. In fact, the superpower cannot reflect its power to all regions, and it engages more in some regions with a selective approach. For example, the United States, which is the only superpower today, had to change the distribution of its absolute power in the global level according to the level of threat. It has shifted its power density from the Middle East region, which it reflected highly against the Soviet Union threat during the Cold War, to the Asia-Pacific region against China, which began to emerge as a new threat.

The stability of a system is defined in terms of the continuity and peacefulness of the system. This situation is theoretically closely related to the structure of the system, in other words, polarity (Waltz K. N., 1964, p. 887; Ikenberry, Mastanduno, & Wohlforth, 2009, p. 21). So, there is a causal relationship between polarity and stability. This relationship operates according to the abundance or scarcity of power components and material resources (Midlarsky, 1988, as cited in Midlarsky & Hopf, 1993, p. 179). However, the question of which polar structure is stable remains controversial. The traditional view argues that the multipolar structure is more stable. Because there are several powers in this structure, the uncertainty is high and this uncertainty pushes the big powers to act more cautiously. In addition, alliances are more flexible in this structure and change frequently. This makes the arms race less fierce (Deutsch & Singer, 1964, as cited in James & Brecher, 1988, p. 32). In these discussions before Waltz, the view that multipolarity is stable was defended (Waltz K. N., 1964, p. 881). According to this traditional view emphasized by Waltz, the multipolar structure is the status in which states are equal and the status of equilibrium between states, and thus is more stable. In this structure, the emergence of the threat is prevented. However, if the forces are equal, none of them may want to lead and take responsibility. Because taking responsibility is costly. The other problem arising from the equality of powers is the difficulty in making decisions. When one party takes a different path, the decision-making structure can become clogged and the partnership can deteriorate. Therefore, a real partnership may not occur when the powers are equal. Because alliances require strong and superior leadership. Hence, first among equals does not emerge, and multipolarity may not produce stability.

Besides, Waltz rejects the traditional view, arguing that the bipolar structure is more stable. Waltz attributes that the bipolar structure is more stable for several reasons. First, the two poles have interests in maintaining the global order and have the capacity to maintain that order. Second, in this structure, there is less risk of miscalculation of capacity and intentions. Third, emerging crises can be prevented more easily before they turn into wars. Finally, in this structure dominated by two dominant powers, the less ability of other states to destabilize the system makes the bipolar system more stable than other systems (Waltz K. N., 1964, pp. 882-887).

With the emergence of the unipolar structure after the Cold War, the debate on the relationship between unipolarity and stability began. In these discussions, Wohlforth argued that unipolarity is more stable. According to him, there is little competition for

prestige and security in a unipolar structure. The capacity of the leader state eliminates hegemonic competition and reduces the competition and risks arising from the balance of power. So, unipolar system is more peaceful (Wohlforth, 1999, p. 23). According to the view that argues that a unipolar environment is unstable, stability at the system level means that the system maintains its basic characteristics. That is, a single power cannot dominate the system, most of the members of the system continue to exist, and large-scale warfare does not occur (Deutsch & Singer, 1964, pp. 390-391).

In a unipolar system, in a region where global power establishes hegemonic relations, there is a unipolar structure even though there are many regional powers. In a multipolar region, the hegemonic approach of global power means that it dominates this region politically, economically and militarily. This type of relationship means very little space for action for regional powers. This structural situation will limit the competition between regional states and minimize conflicts. In the event of any conflict, the global power will intervene within the framework of the hegemonic relationship. The claim that unipolar structure and hegemonic behavior produces more stability is also seen in the regional system examples of the United States-Latin America and Russia-Central Asia.

In the bipolar system, the great powers engage in competitive balancing acts at regional levels. Because the strategic location and economic importance of the regions produce results for global competition. Balancing at the regional level occurs through regional power alliances. These alliances include diplomatic support, economic and military aid. Regional powers also use these aids to balance other regional powers. Thereby, in the regional system, great power competition increases the autonomy of regional powers (Miller, 2004, p. 241). This produces less stability than the hegemony of the single major power over the region. Because in a competitive environment, regional powers have the opportunity to act more autonomously. At the very least, regional powers can engage in revisionist behavior against their regional rivals, relying on the existence of the great power they are allied with. The Arab-Israeli wars and conflicts that continued almost throughout the Cold War period are the best examples of this situation.

It was stated above that multipolar structure produces more instability than unipolar and bipolar structures. It can theoretically be argued that the multipolar structure will also produce more instability at the regional level. The existence of more than two central great powers and their incompatible behavior produce uncertainty and confusion in the regional system. The increase in the number of pole-states makes it difficult for states to predict each other's strengths. This difficulty leads to calculation errors and thus behavioral errors. In addition, since the multipolar structure provides states with more space for maneuver in foreign policy, it makes it difficult for states to trust each other. Because states can easily break agreements and move to the other side. This probability and possibility situation reduces trust among states and increases uncertainty. Also, it is more difficult for a great power to come forward as a system regulator in a multipolar structure. This increases uncertainty and instability. In this structure, when a rising power threatens the stability of the system, other powers may follow a policy of shifting the responsibility to someone else. In this case, the threatening rising power becomes unbalanced and paves the way for the emergence of regional wars (Waltz K. N., 1979). The great power struggle that spread from multi-polar Europe produced countless destructive wars and conflicts for all regions of the world in the course of centuries, from the 15th century to the Second World War.

In summary, since a great power's hegemonic relationship with a particular region limits the autonomy of regional powers, regional stability will be ensured in favor of the great power. On contrast, the rivalry of two systemic powers in a regional system may allow status quoist or revisionist behavior of regional powers. It can be predicted that this situation may produce unstable results in the region, depending on the number of

regional powers. The effect of multipolar glocal systemic structure on regional stability will be more negative. In this structure, since the regional powers are more autonomous and the management of the regional system is more uncertain, revisionist behaviors resulting from the emerging vacuum and regional polarity, and thus instability, will be more visible. These arguments will be tested by analyzing data showing the regional distribution of conflicts that took place all over the world between 1947 and 2020.

Conflict Data

Data analysis of global instability has many challenges. There are nearly 200 states all over the world and different interest groups within these states. Therefore, it is difficult to reach the accurate data of the number of each instability sample in such a large universe. If we divide the discipline of international relations into two groups, just like in natural sciences, we can divide it into two as theoretical studies and applied studies. There are very important literature studies on stability in theoretical international relations. In addition, it is of great importance to find scientists and research centers that conduct applied studies on the data required to test these theoretical studies. In this context, the data required for testing the theoretical part of this study were obtained from the UCDP/PRIO Armed Conflict Dataset Version 21.1 of the Uppsala Conflict Data Program created by the Peace and Conflict Studies Department of Uppsala University in Sweden (Uppsala University Department of Peace and Conflict Research, 2020). The raw data created by the center covers the conflicts that took place in the world between 1946 and 2020. However, these data were reprocessed according to certain criteria in order to use them in accordance with the purpose of the study. For this reason, the duplicate *Conflict ID* numbers have been removed because the conflict with the same *Conflict ID* number in the *Conflict ID* column used by the Center for each independent conflict continues for consecutive years. In this way, the number of conflicts with the same *Conflict ID* number arising from the following consecutive years was reduced to one and the number of individual conflicts was obtained. However, in the Center's data, two different dates were used for the onset of conflicts, and the reason for the distinction was that at least 25 deaths due to conflict within a year were considered as the limit. The *Start Date* is classified as the date the conflict started, and the *Start Date 2* is the date on which the conflict started, in which at least 25 people died within a year. This research will proceed on the *Start Date*, regardless of the number of deaths from conflict. Another issue used to reprocess the raw data is the regional definitions used in the classification of the conflict zones. The Center classified the regions where the conflicts took place as Africa, Americas, Asia, Europe and the Middle East. This research, on the other hand, classified the regions where the conflicts took place into 4 different continents as Africa, Americas, Asia and Europe (Conflict data for Antarctica and the Australian continents are not available in the Center's data table.), and regionally into 21 different categories according to the sub-continental regional classification of the countries in the CIA database (Central Intelligence Agency [CIA], 2021). In addition, in countries that are parties to some conflicts, such as Russia and Türkiye, which have lands on two different continents, the locations of the conflicts were labeled according to which continent or subcontinent they fell within these countries. Finally, in order to diagonally compare the number of conflicts that took place in the bipolar Cold War Era (1947-1991) and the unipolar Post-Cold-War Era (1992-2020), the starting dates of the conflicts were accepted as 1947 in the data table.

Another point in the analysis of the data is the problem of how to fill in the concept of instability while using it. Because the concept of instability has a very wide range of meanings. Therefore, "instability is also measured by more inclusive criteria. For this,

criteria such as the frequency of the war in a certain period of time, how many poles participated in the war in order to measure the size of the war, the continuity of the wars, the severity of the war measured by the war deaths in proportion to the populations of the states participating in the war are examined." (Hopf, 1991, s. 476). From this point of view, it is a reality that can be accepted by everyone that the First and Second World Wars were the wars that caused the greatest instability in history. In addition, a very long list such as economic crises in the world or in any country, social events, uprisings and coups in a country can be evaluated under the concept of instability. However, this study will examine the concept of instability as armed conflict, which is a method of using force. Hence, although it causes instability, coups, which are an instrument used by powerful states to overthrow the governments of small states in order to control the internal affairs of small states with which they have a conflict of interest, will also be ignored in this study. Armed conflicts, which will be accepted in this study as an example of instability, have also no similarities. Some conflicts can end in a few days, while others can last for years. Some conflicts affect certain parts of a country, while others may affect a whole country or a region. Intensities of some conflicts can be realized within the framework of small-scale conflicts, while some conflicts can take place with heavy weapons with high destructive power. The classification that Uppsala University's Department of Peace and Conflict Studies used in its data is a plausible method that can be used in determining the typology of conflicts in this sense. In this context, the Center evaluated conflicts under four different categories. The first of these is the type of conflict between a state and a non-state group called *extrasystemic*, which takes place outside the state's own territory. The second category is the type of conflict that takes place between states called *interstate*. Thirdly, it is the category of conflict within a state, between that state and conflicting groups without the military support of other states, conceptualized as an *intrastate*. Finally, *internationalized intrastate* is a form of conflict within a state, between that state and conflicting groups with the military support of other states. All of the conflicts in the Center's data table were evaluated under these four categories, and this study will remain faithful to the Center's conceptualization of conflict in this sense.

Table 1. Distribution of Conflicts by Region Between 1947 and 2020

1947-1991			1992-2020			1947-2020		
Continent	Sub-Continent	Sum	Continent	Sub-Continent	Sum	Continent	Sub-Continent	Sum
Africa	Central Africa	13	Africa	Central Africa	8	Africa	Central Africa	21
	Eastern Africa	15		Eastern Africa	11		Eastern Africa	26
	Northern Africa	13		Northern Africa	5		Northern Africa	18
	Southeastern Africa	2		Southeastern Africa	1		Southeastern Africa	3
	Southern Africa	9		Southern Africa	2		Southern Africa	11
	Western Africa	16		Western Africa	14		Western Africa	30
	Total	68		Total	41		Total	109
Americas	Caribbean	5	Americas	Caribbean	0	Americas	Caribbean	5
	Central America	8		Central America	0		Central America	8
	Northern America	1		Northern America	2		Northern America	3
	Southern America	9		Southern America	1		Southern America	10

	Total	23		Total	3		Total	26
Asia	Caucasus	4	Asia	Caucasus	7	Asia	Caucasus	11
	Central Asia	0		Central Asia	2		Central Asia	2
	Eastern Asia	7		Eastern Asia	0		Eastern Asia	7
	Middle East	21		Middle East	11		Middle East	32
	Northern Asia	1		Northern Asia	0		Northern Asia	1
	Oceania	1		Oceania	0		Oceania	1
	Southeastern Asia	32		Southeastern Asia	4		Southeastern Asia	36
	Southern Asia	21		Southern Asia	8		Southern Asia	29
	Total	87		Total	32		Total	119
	Europe	Central Europe		1	Europe		Central Europe	0
Eastern Europe		0	Eastern Europe	5		Eastern Europe	5	
Southeastern Europe		5	Southeastern Europe	6		Southeastern Europe	11	
Southwestern Europe		1	Southwestern Europe	0		Southwestern Europe	1	
Western Europe		2	Western Europe	0		Western Europe	2	
Total		9	Total	11		Total	20	
All		Total	187	All		Total	87	All

In this new data table, which emerged as a result of the reprocessing of the data of the Uppsala University Peace and Conflict Research Department, it is seen that a total of 274 conflicts occurred in the world between 1947 and 2020. It is seen that 187 of these conflicts took place between 1947-1991, the 44-year Cold War Period dominated by the bipolar system. The remaining 87 conflicts took place in the 29-year post-Cold War period dominated by the unipolar system. In order to test which of the two periods is more stable, another unipolar period of about 15 years must pass in the international system. Therefore, it would not be correct to reveal the period in which global stability was greater in the light of the data in this table alone. Such a comparison is not in the aim of this research anyway. In addition, the most unstable continents between 1947 and 2020 are Asia with 119 conflicts and then Africa with 109 conflicts. Afterwards, the most stable continents are Europe with 20 conflicts and then the Americas with 26 conflicts. However, there is a significant gap in the number of conflicts between the two most unstable continents and the two most stable ones.

When the sub-continental regions are examined, it is seen that the conflicts are concentrated in certain sub-continental regions of the continents. When the continents are evaluated according to the intensities of the conflicts, the conflicts in the Asian Continent are concentrated in South East Asia, the Middle East, South Asia and the Caucasus Region. Compared to the 1947-1991 period, the intensity of the conflicts in the Asian Continent decreased significantly in the 1992-2020 period. The region with the greatest decline is South East Asia and South Asia regions. In the African continent, which has the second density, it can be said that the regional distribution of conflicts is almost close to each other, but the conflicts intensify in West Africa, Central Africa and East Africa,

which we can call the middle belt of Africa. Thirdly, conflicts in the Americas are concentrated in South America and Central America, respectively. Considering Europe as the last and most stable continent, only 20 conflicts took place in a total of 74 years, 80% of which took place in South East Europe and the Eastern Europe Region. The remaining 15% are *intrastate* conflicts in the two western states of the Continent, the United Kingdom and Spain.

Evaluation and Conclusion

When the explanations made in the theoretical part of the study and the data obtained in the data part are compared, it is seen that there is a significant relationship between the number of conflicts occurring at the continental or sub-continental system analysis level and the number of global actors in these sub-systems in the context of the glocal system concept. First of all, considering the data on the continental system level, both in the bipolar system of the Cold War Era and in the unipolar system of the post-Cold War period, the number of conflicts in Europe and the Americas, where the influence of the United States is high, is relatively less than in other continents. On the continent level, the number of conflicts is relatively high in both global system periods in Asia and Africa, where many global or regional actors are active. This shows that at the continental system level, as the study claims, glocal systems in which global actors have full influence on their own are more stable than glocal systems in which more than one global actor competes to establish an influence on the continent. Continents are very large areas in terms of surface area, and regardless of the continents in general, certain regions are more unstable than other regions. So, evaluating the continents in parts within themselves will further strengthen the claim of the study, and measuring the effect of the glocal system on the stability of the subcontinental regions will yield healthier results. Therefore, in the following paragraphs, the relationship between the number of conflicts in this sub-level and the number of global actors will be considered in more detail.

At this level, when the African Continent is taken into consideration, the conflicts that took place in 1947-2020 took place in Central Africa, East Africa, North Africa, South East Africa, South Africa and West Africa sub-continental regions. The biggest feature of the continent that distinguishes it from other continents is that the decolonization of the majority of the states existing here took place in the 20th century. However, even though they are independent states in terms of international law, there is no stable environment due to the continuation of the influence of the Western European ex-colonial states in this geography. In both the bipolar and unipolar era, the continent has not been under the influence of a single dominant global power. Sometimes, some regions remained unstable under the influence of the conflicts that emerged as a result of the struggle of the United States and the Soviet Union, and some other regions remained unstable due to the inability to establish absolute autonomy over these countries as a result of the re-influence struggle of the Western European ex-colonial states in this geography. In particular, the efforts of France to establish full autonomy, mainly in West Africa and the western part of North Africa, and the United Kingdom, mainly in South, Central and East Africa, and their failure to do so, increased the number of conflicts in these regions and consequently increased instability.

Contrary to Africa, the situation is very different in the Americas. The second most stable continent. The northern part of this great continent, North America, which is also considered two different continents along with South America, is a subcontinental region of stability. The most important reason for this is the global power of two different system periods between 1947 and 2020, existed in this region. Therefore, thanks to the capability given by this global power, it has full influence in its own region and has not left any

autonomy gap that will create an environment of conflict. Besides, the most unstable regions of the continent are South America, Central America and the Caribbean regions, respectively. Despite the fact that the United States has tried to be the protector of the American Continents since the Monroe Doctrine, the reason for most of the conflicts that took place in these regions is that, during the Cold War, the Soviet Union sometimes supported the opposition groups against governments supported by the United States in the countries of the region in order to increase its effectiveness in these regions, and sometimes it tried to break the influence of the United States by supporting the governments that were on its side against the United States. Sometimes civil wars were started by arming opposition groups, and sometimes these Soviet-supported states, which were threatened by the United States, were turned into enemies and a conflict environment was created against these states together with other states in the region that were given political, economic and military support by the United States. With the disintegration of the Soviet Union, the influence of the United States in these regions increased and the conflicts were almost zero.

In Asia, the continent with the highest number of conflicts, it can be seen that there are many different conflict centers in many different sub-regions due to the size of the geographical area of the continent. When these sub-regions are listed according to the number of conflicts, the region with the most conflict is South East Asia, followed by the Middle East, South Asia and the Caucasus. The most stable regions are North Asia, where Russia, which is both a global power in the bipolar system and a regional power in the unipolar system, exists, and Oceania, which is part of the Western bloc led by the United States, and therefore the region where the influence of the United States is intense, and Central Asia, where Russia's influence is very intense. As can be understood, these three regions are sub-regions in which the unipolar glocal system exists. In addition, another remarkable point in the table is that the number of conflicts in East Asia, South East Asia and the Caucasus changed significantly after the collapse of the Soviet Union. The number of conflicts in the Caucasus, which was under the influence of the Soviet Union in the bipolar system, nearly doubled in a shorter period as a result of the loss of Russian power in the region after the collapse of the Soviet Union and the attempts of the Western states under the leadership of the United States to increase influence in the region. A similar relationship is also observed in the East and South East Asia region. Again, during the Cold War period, the number of conflicts in these regions was high due to the intensity of the Soviet Union and the United States' influence. After the collapse of the Soviet Union, Russia's influence in the region decreased due to the transformation of global power distribution into regional power distribution. This has led to a significant decrease in the number of conflicts in the regions. In the Middle East and South Asia regions, a relatively intense conflict environment continues due to the inability of a single global power to be effective. Although the Soviet Union, which was one of the polar states of the Cold War Era, was dissolved in 1991, the successor Russian Federation, although not global, in the unipolar system of the post-Cold War period, continues its regional influence as a regional actor in many regions where it was active during the Cold War period. In this context, the Middle East and South Asia regions appear as regions where Russia maintains its influence.

Finally, when the European Continent is considered, it is seen that the Continent has the most stable continental feature, and when evaluated in the context of sub-regions, it is seen that the conflicts are concentrated only in certain regions throughout the continent, even a little. Three-quarters of the conflicts on the continent take place in the east of the continent. Again, an interesting data in the table is that the Eastern Europe region, where there was no conflict during the Cold War Period, has a quarter of the total conflicts in the Continent after the collapse of the Soviet Union. As it is known, during the

Cold War, Continental Europe was controlled by two global powers, the West and the East. The continent was under the control of the United States in the west and the Soviet Union in the east, and in this context, both sides were stable in the direction of the conflict as there was absolute dominance of a single global power in both regions. However, after the collapse of the Soviet Union, during the transition period when the influence of the Soviet Union decreased and the influence of the United States began to increase, conflicts occurred and the stability in the region deteriorated. Today, stability in the region has increased as the United States has turned the region into a unipolar glocal system by increasing its dominance in the region. There is still a struggle for sovereignty between the United States and Russia in Ukraine in the region, and this struggle has resulted in Russia's military intervention in eastern Ukraine. In the South East Europe region, which is the most unstable region of the continent, several conflicts occurred anomaly during the bipolar system period. However, the most meaningful reading among these conflicts emerged with the disintegration of the Socialist Federal Republic of Yugoslavia, another Socialist union that was dissolved together with the Soviet Union. This Federal State, which took its power from the Soviet Union of the bipolar system, could not continue its existence and dissolved with the disintegration of the Soviet Union. Due to the vacuum that emerged as a result of the disintegration, the newly emerged states went to war with each other and the stable environment in this region was restored with the intervention of the United States in the region.

In this study, the concept of glocal system was put forward theoretically. With this concept, the points where the neo-realist theory is inadequate in the regional system approach have been tried to be explained. At the same time, the effect of the glocal system concept on the stability of the systemic polarity in the continental and sub-continental regions has been tried to be measured empirically. In the light of the data obtained, it was found that the regions with unipolar features are significantly more stable than regions with bipolar or multipolar features in the continental and sub-continental regions examined at the glocal system analysis level.

REFERENCES

- BLATTER, J. (2013, 05 21). Britannica. Retrieved 10 11, 2021, from Britannica Web site: <https://www.britannica.com/topic/glocalization>
- BUZAN, B., & WÆVER, O. (2003). *Regions and Powers The Structure of International Security*. New York: Cambridge University Press.
- Central Intelligence Agency (CIA). (2021). Central Intelligence Agency (CIA). Retrieved from Central Intelligence Agency (CIA) Web site: <https://www.cia.gov/the-world-factbook/field/map-references>
- DEUTSCH, K. W., & SINGER, J. D. (1964). Multipolar Power Systems and International Stability. *World Politics*, 16(3), 390-406.
- FOX, W. T. (1944). *The Super-powers: The United States, Britain, and the Soviet Union-Their Responsibility for Peace*. New York: Harcourt, Brace.
- HOPF, T. (1991). Polarity, The Offense Defense Balance, and War. *The American Political Science Review*, 85(2), 475-493.
- IKENBERRY, G. J., MASTANDUNO, M., & WOHLFORTH, W. C. (2009). Introduction: Unipolarity, State Behavior, and Systemic Consequences. *World Politics*, 61(1), 1-27.
- JAMES, P., & BRECHER, M. (1988). *Stability and Polarity: New Paths for Inquiry*. *Journal of Peace Research*, 25(1), 31-42.
- KENNEDY, P. (1987). *The Rise and Fall of the Great Powers: Economic Change and Military Conflict from 1500 to 2000*. New York: Random House.

- LAKE, D. A. (2009). Regional Hierarchy: Authority and Local International Order. *Review of International Studies*, 35, 35-58.
- MEARSHEIMER, J. J. (2001). *The Tragedy of Great Power Politics*. New York: W. W. Norton & Company.
- MIDLARSKY, M. I. (1988). *The Onset of World War*. Boston: Unwin Hyman.
- MIDLARSKY, M. I., & HOPF, T. (1993). Polarity and International Stability. *The American Political Science Review*, 87(1), 171-180.
- MILLER, B. (2004). The International System and Regional Balance in the Middle East. In T. V. Paul, J. J. Wirtz, & M. Fortmann, *Balance of Power: Theory and Practice in the 21st Century* (pp. 239-266). Stanford: Stanford University Press.
- ROBERTSON, R. (1995). Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity. In M. Featherstone, S. Lash, & R. Robertson, *Global Modernities* (pp. 25-44). London: SAGE Publications Ltd.
- ROSS, R. S. (2004). Bipolarity and Balancing in East Asia. In T. V. Paul, J. J. Wirtz, & M. Fortmann, *Balance of Power Theory and Practice in the 21st Century* (pp. 267-304). Stanford: Stanford University Press.
- STEWART-INGERSOLL, R., & FRAZIER, D. (2012). *Regional Powers and Security Orders: A Theoretical Framework*. Oxfordshire: Routledge.
- Uppsala University, Department of Peace and Conflict Research. (2020). Uppsala University Department of Peace and Conflict Research. Retrieved from Uppsala University Department of Peace and Conflict Research Web site: <https://ucdp.uu.se/downloads/>
- WALT, S. M. (2009). Alliances in a Unipolar World. *World Politics*, 61(01), 86-120.
- WALTZ, K. N. (1964). The Stability of a Bipolar World. *Daedalus*, 93(3), 881-909.
- WALTZ, K. N. (1979). *Theory of International Politics*. Boston: Addison-Wesley Publishing Company, Inc.
- WOHLFORTH, W. C. (1999). The Stability of a Unipolar World. *International Security*, 24(1), 5-41.

Özet

Bu çalışmada, global sistemik kutupluluğun bölgesel istikrara etkisi incelenecektir. Global sistemik kutupluluk ve bunun istikrara etkisi uluslararası ilişkiler literatürünün en fazla üzerinde tartışılan konularındandır. Sistemdeki kutup-başı devletlerin sayısı, sistemin kutupluluğunun tek mi iki mi yoksa çok-kutuplu mu olduğu hakkında bize bilgi verir. Sistemin bu özelliklerinin global ölçekteki çatışma sayılarına etkisi üzerinden hangi kutupluluğun daha istikrarlı olduğu sorunsalı üzerine tartışmalar yapılmaktadır. Bunun gibi benzer kutupluluk ve istikrar çalışmaları bölgesel sistemik kutupluluk üzerine de yapılmaktadır. Bir bölgedeki bölgesel sistemik kutupluluğun bölgedeki istikrar üzerine etkilerine bakılmaktadır. Ancak burada karşımıza çıkan soru bölgesel sistemik kutupluluğun global sistemik kutupluluktan bağımsız düşünülüp düşünülemediğidir. Global ölçekte, sistem ister tek-kutuplu olsun ister tek-kutuplu olmasın (iki-kutuplu ve çok-kutuplu sistemler aynı kategori içerisinde değerlendirilecektir.) uluslararası sistemde çatışma sayıları kürenin dört bir yanına eşit dağılmamaktadır. Yerkürenin Afrika ve Orta Doğu gibi belli bölgelerinde çatışma sayıları görece olarak diğer bölgelerine göre daha fazla görülmektedir. Buna mukabil, Avrupa ve Latin Amerika gibi bölgelerdeki çatışma sayıları da görece olarak diğer bölgelere göre daha az görülmektedir. Çatışma sayılarının fazla ya da az olduğu örneklem bölgeler incelendiğinde ise Avrupa ve Orta Doğu gibi bölgesel kutuplulukları benzer özelliklere sahip olmalarına rağmen çatışma sayıları biri çok az biri

de çok fazla olan bu bölgeler bölgesel kutupluluğun istikrar üzerindeki etkisini yeterli bir şekilde açıklayamamaktadır. Dolayısıyla teorik tartışmalarda gri alanlar bulunmaktadır.

Bu çalışmada, yukarıdaki paragrafta belirtilen bölgesel istikrar ve/veya istikrarsızlık konusunda global veya bölgesel kutupluluk yaklaşımlarının yeterli açıklayıcı güce sahip olmadığı düşüncesiyle Glocal Sistemik Kutupluluk kavramı teorik anlamda açıklayıcılığı kuvvetlendirmek için ortaya atılmaktadır. Bu kavram, kutupluluk ve istikrar arasındaki ilişkide, global sistemik kutupluluğun bölgelere etkisinin farklı derecelerde olduğunu ve bu farklılığın da bölgesel istikrarı etkilediğini savunur. Dolayısıyla, bütün global sistemlerde, kutup-başı devlet ya da devletlerin tek başlarına üzerinde hegemonik ilişki geliştirdiği bölgelerin istikrarlı veya bir kutup-başı devletin tek başına üzerinde hegemonik ilişki geliştiremediği bölgelerin istikrarsız olduğunu iddia eder. Mesela bir global sistemin üç farklı özelliği vardır. Sistem tek, iki ya da çok-kutuplu olabilir. Bununla birlikte bir bölgesel sistemin de benzer üç farklı özelliği olabilir. Bu benzerlikler glocal sistem düzeyinde bir matris olarak düşünülürse global sistem tek-kutuplu iken bir bölgesel sistem tek, iki ya da çok-kutuplu olabilir. Veya global sistem iki-kutuplu iken bölgesel sistem tek, iki ya da çok-kutuplu olabilir. Bir diğer olasılık da ise global sistem çok-kutuplu iken bölgesel sistem tek, iki ya da çok kutuplu olabilir. Bu dokuz farklı alternatif olasılığın hangisinin daha fazla istikrar ürettiği meselesi ise bir ya da daha fazla global gücün bu bölgelere ne kadar nüfuz edebildiğiyle ilgilidir. Tek-kutuplu bir global sistemde, kutup-başı devlet tek, iki veya çok-kutuplu bir bölgeye nüfuz edebiliyorsa bu glocal sistem istikrar üretir. Global gücün bölgedeki devletler üzerindeki etkisi bölgedeki devletlerin birbirleri ile çatışma riskini azaltır. İki ya da çok-kutuplu bir global sistemde ise eğer global aktörlerden herhangi biri bir bölge üzerinde tek başına nüfuz sağlayamıyorsa bölgedeki çatışma sayıları bir önceki modele göre daha fazla artacaktır ve bölge istikrarsızlaşmaya doğru gidecektir.

Global güçlerin bölgelere nüfuz derecelerine göre ortaya çıkan bu istikrar ve/veya istikrarsızlık durumu belirli mekanizmalara göre işlemektedir. Global kutup-başı gücün bir bölgeye hegemonik ilişki kurduğu bir glocal sistem istikrar üretecektir. Çünkü bu yapıda, bölge devletlerinin hareket alanları daha kısıtlı olacak, dolayısıyla bölgede revizyonist davranışlardan ziyade hegemonun peşinden gitme eğilimleri daha yaygın olacaktır. Diğer yandan, global kutup-başı aktör veya aktörlerin bir bölgeye hegomonik ilişki kurmadığı glocal sistemlerde istikrarsızlık ve çatışma eğilimleri daha yüksek olacak ve bölge istikrar üretemeyecektir. Çünkü bu yapıda, güç boşluğu ortaya çıkacak ve otonomisini artırmaya çalışan bölge veya bölge dışı güçler bu boşluğu doldurmak için daha etkin olmaya çalışacaklardır. Bu durum bölge içinde rekabet ve çatışmalar üretecek, çatışma ve savaşlara varan dengeleyici davranışlar üretecektir.

Çalışmada ortaya atılan argümanların test edilebilmesi için de 1947 ve 2020 tarihleri arasında yerkürede meydana gelen çatışmaların bölgesel dağılımları incelenecektir. Hem iki-kutuplu hem de tek-kutuplu bir sistemi de kapsayan bu tarih aralığında, hem global sistemin kutupluluk özelliğine hem de kutup-başı devlet ya da devletlerin sınırları belirlenmiş kıta ya da kıta-altı düzeydeki bölgelere nüfuzuna göre çatışma sayılarında anlamlı bir değişkenlik olup olmadığı bulunmaya çalışılacaktır. Bu amaç doğrultusunda, gerekli olan verilerin elde edilmesinde kullanılacak ikincil veri analizi yöntemi ile başka araştırmacılar tarafından elde edilen verilerin çalışmanın amacına uygun olarak yeniden işlenmesi sağlanacaktır. Sonrasında da ikincil veri analizi yöntemi ile elde edilmiş olan bölgesel çatışmaların sayıları o bölgedeki etkin global kutup-başı aktör sayısı ile karşılaştırılacaktır. Bu sayede, bölgesel istikrar ve glocal sistemik kutupluluk arasındaki ilişki ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Türkiye'de Dijital Siyaset: Siyasal Partilerin Dijital Demokrasi Pratikleri

A. Fulya ŞEN*, Y. Furkan ŞEN**

Öz

Dijital siyaset, siyasetçiler için fırsatları ve riskleri birlikte içermekte ve "yeni bir siyaset" anlayışına gönderme yapmaktadır. Bu çalışmada, Türkiye'deki anaakım siyasetin iki temel aktörü olan iktidar (Adalet ve Kalkınma Partisi) ve ana muhalefet (Cumhuriyet Halk Partisi) partisinin dijital teknolojinin sunduğu olanakların daha demokratik bir toplum yaratılması için kullanılmasına dayanan bu "yeni siyaset" anlayışına yönelik eğilimlerini anlamak amacıyla, özellikle COVID-19 pandemisinin ilk bir yılını kapsayan Mart 2020-Nisan 2021 tarihleri arasındaki Twitter'daki etkileşim örüntüleri ve söylemlerinin merkezindeki temalar analiz edilmiştir. Dijital teknolojinin tabandan yükselen bir demokrasinin gelişmesine ne tür katkılar sağladığını tartışan bu çalışma, dijital siyasal iletişim biçimlerinin geleneksel siyasal iletişim biçimlerinden çok farklı olmadığı, diyaloga kapalı ve tek yönlü olarak işlediği ve egemen siyaset yapma biçimlerinin eleştirel kamusal tartışmalara alan açmadığı sonucuna ulaşmıştır. Liberal demokratik bir siyasal sistemi tanımlayan ve bu sistemden doğan konuları ve sorunları kapsayan anahtar sözcükler üzerinden yapılan taramada, her iki siyasal partinin de toplumsal kriz, siyaset ve ekonomi temelli sorunları söylemlerinden dışladığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Dijital siyaset, dijital demokrasi, siyasal partiler, dijital kamusal alan, Twitter

Digital Politics in Turkey: Digital Democracy Practices of the Political Parties

Abstract

Digital politics includes both opportunities and risks for politicians and refers to a "new politics" understanding. In order to understand the tendencies of the ruling (Justice and Development Party) and main opposition (Republican People's Party) parties towards this "new politics" understanding which is based on the use of the opportunities offered by digital technology to create a more democratic society, in this study, the political parties' the interaction patterns on Twitter and the themes at the centre of their discourse have been analyzed between March 2020 and April 2021, covering the first year



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 12.01.2022

Kabul/Accepted: 21.06.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.1055824>

* Prof. Dr., Fırat Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Elazığ, Türkiye. E-posta: fulyasen@firat.edu.tr

ORCID <https://orcid.org/0000-0003-3350-8292>

** Prof. Dr., Polis Akademisi, Güvenlik Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Türkiye.

E-posta: yfurkansen@pa.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0001-7767-0203>

of the COVID-19 pandemic. This study has concluded that digital political communication forms are not much different from traditional forms of political communication, that they operate in a one-way and non-dialogue manner, and that the dominant forms of politics do not open up space for critical public discussions. In the search made through the keywords that define a liberal democratic political system and cover the issues and problems arising from this system, it has been seen that both political parties excluded the problems based on the social crisis, politics and economy from their discourse.

Keywords: Digital politics, digital democracy, political parties, digital public sphere, Twitter

1. Giriş

Dijital çağda, siyasi kurumlar, faaliyetler ve ilişkiler, bilgi ve iletişim teknolojileri tarafından giderek daha fazla dolaylanmakta ve şekillendirilmektedir. Dijital siyaset, hem önceden var olan siyasi faaliyetlerin dijitalleşmesini hem de çevrimdışı dünyada net bir karşılığı olmayan yeni siyasi eylem ve katılım biçimlerinin ortaya çıkmasını kapsayan oldukça çeşitlendirilmiş bir alandır. Dijital siyaset kavramı, aslında yeni iletişim teknolojileri ile belirlenmiş ve dolaylanmış bir siyasal sürece gönderme yapmaktadır. Dijital demokrasi kavramı ise, "ötekileştirilmiş"lerle dayanışma içinde olmak ve toplumların haklarını savunmak için teknolojiyi kullanmayı ifade etmektedir.¹ Dijital demokrasi tartışmalarının merkezinde bilgi ve iletişim teknolojilerinin demokratik potansiyelinin keşfedilmesi çabaları yer almaktadır. Simon vd. (2017: 11), dijital demokrasiyi "minimalist" ve "maksimalist" olmak üzere iki farklı açıdan değerlendirmektedir. Minimalist yaklaşım, yurttaşların hükümet bilgilerine erişim sağlaması ve örneğin çevrimiçi danışma ve işlem hizmetleri aracılığıyla hükümetle etkileşime girmelerini sağlamaya odaklanırken, ikinci yaklaşım, yurttaşlar için daha katılımcı bir rol öngörerek, yurttaşların hükümet yetkilileriyle işbirliği yapmalarını ve kendilerinin ve yerel topluluklarının nasıl yönetileceği konusunda kendi kararlarını vermelerini sağlayan bir demokrasi anlayışını içermektedir. Hindman (2009), internetin bazı siyasi katılım biçimlerini artırmasına ve çıkar gruplarının ve adayların örgütlenme, harekete geçirme ve fon toplama yöntemlerini değiştirmesine karşın, elitlerin hâlâ siyasi materyalin internet ortamında sunulma biçimini belirlediğini ileri sürmektedir. Couldry (2015: 41-43) ise, web ortamındaki anonim eylemlerin mesafeleri ve engelleri ortadan kaldırdığını, dijital siyasetin, bireyleri de birer siyasal aktör haline getirdiğini; sosyal medyanın siyasal kampanyalara yeni bir alan açarken, aynı zamanda bilgi sızıntılarıyla siyasal kurumlar açısından yeni zorlukları da beraberinde getirdiğini belirtmektedir.

Günümüzde pratikteki demokrasinin artık iyi bir yönetim sistemi olarak görülmemesi nedeniyle, buna çözüm olarak dijital teknolojilerin daha fazla katılımı ve daha fazla güveni teşvik edebileceği, dijital demokrasinin daha derin ve daha geniş bir katılım sağlayabileceği ve zengin bir kamusal alana katkıda bulunabileceği iddia edilmekle birlikte, yurttaşların günlük yaşamlarını sürdürme biçimleri ile demokrasinin

¹ Dijital demokrasi, bilgi sağlamak ve şeffaflığı teşvik etmek için dijital araçların kullanılmasını ifade etmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin katılımı genişletme ve derinleştirme biçimleri ve yurttaşların doğrudan çevrimiçi araçlar aracılığıyla karar alma süreçlerine katılımının güçlendirilmesi dijital demokrasinin kapsamı içinde yer almaktadır. Dijital demokrasi terimi, "dijital araçlar ve teknolojileri kullanan demokrasi pratiği" olarak tanımlanmakta; yurttaşlık, katılım, şeffaflık, hesap verebilirlik, yönetim, e-devlet, sivil toplum ve kamusal alan kavramlarını içermektedir (Simon vd., 2017: 11).

gerçeklik haline gelme biçimi arasındaki uçurumun dijital teknolojilerin yarattığı umudu ve beklentileri karşılamadığı da görülmektedir (Simon vd., 2017). Teknolojinin ve özellikle internetin demokrasi üzerindeki etkisine ilişkin araştırmalar (Coleman ve Freelon, 2015; Vaccari, 2017; Gerbaudo, 2019; Persily ve Tucker, 2020), internetin erken dönem ütopyacılığı, otoriter rejimleri bozacak ve dünya çapında özgürlüğü teşvik edecek engelsiz ve uluslararası bir iletişim tarzı olarak bir "özgürlük teknolojisi" yaklaşımını ve bu yeni teknolojinin, hem demokratik hem de demokratik olmayan rejimlerde küçük bağışçılar için bağış toplama, çevrimiçi topluluk oluşturma ve protestolarda ve kampanyalarda internetin yıkıcı kullanımı gibi fenomenlere odaklanan etkilerini tartışmıştır. İnternetin demokrasi üzerindeki etkilerine ilişkin araştırmalarda iki kamp ön plana çıkmaktadır: İlki, sosyal medya yankı odalarının, sahte haberlerin, nefret söylemlerinin, "hesaplamalı propaganda"nın, otoriter hükümetlerin rakiplerini çevrimiçi hedeflemelerinin, gazeteciliğe yönelik tehditlerin ve yabancı seçim müdahalelerinin yükselişini vurgularken; diğeri okul ise, teknolojiyle ilgili iddia edilen sorunların büyüklüğünün ve yaygınlığının aşırı abartıldığını öne sürmektedir (Persily ve Tucker, 2020).

İnternetin ve sosyal medyanın gelişimi, oy verme davranışından siyasal kampanyalara ve protesto biçimlerine kadar siyasal davranışları bütünüyle dönüştürmüştür. Siyasal partilerin dijital dönüşüm süreçlerini analiz etmek için bu kökten dönüşümün boyutlarını anlamak önemlidir. Dijital siyaset olgusu, bir anlamda internet teknolojileri ile siyasi aktörler ve onları oluşturan unsurlar arasındaki karmaşık etkileşimleri içermektedir. Dijital siyaset konusu, hem siyasal partiler ve aktörler hem de yurttaşlar açısından siyaseti üretme ve siyasete katılma pratiğinin teknoloji temelli işleyişini kapsamaktadır. Sosyal medya platformları sadece siyasi fikirleri yaymakla kalmamakta, manipülatif dezenformasyon kampanyalarını da desteklemektedir. Dijital siyaset, dijital platformların yurttaşların katılımının artmasına yönelik sunduğu olanakların yanı sıra, partilerin seçim ve propaganda süreçlerinin ve siyasal örgütlenmelerinin de dijitalleşmesine odaklanmaktadır. Coleman ve Freelon'a göre (2015: 1), dijital siyasetten bahsetmek, sadece siyasal rutinlerin çevrimiçi ortamda nasıl kopyalandığına dair bir hikaye anlatmak değildir. Aslında, siyasetin dijital iletişimden etkilendiğini söylemek ile dijital iletişimin temelde siyaseti yeniden şekillendirdiğini söylemek birbirinden farklı şeyleri ifade etmektedir. Coleman ve Freelon (2015: 1-2), teknolojinin, kurucu olma özelliğiyle önceden belirlenmiş eylem planlarını basitçe desteklemenin ötesine geçerek yeni eylem alanları açma kapasitesine sahip olduğunu ve dolayısıyla teknolojik gelişmelerin güç ilişkilerinin kurulmasında kurucu bir rol oynadığını belirtmekte, "dijital siyaseti", teknolojinin önceden belirlenmiş siyasi amaçlara nasıl hizmet ettiğinin bir açıklaması olarak değil, iktidarın toplumsal örgütlenmesinde bir çoğaltma ve dönüşüm vechesi olarak düşünmenin daha mantıklı olduğunu vurgulamakta ve teknolojik determinizmden çıkarak, siyasi sürecin, iletişimin dijital biçimleri bağlamında, teknolojiden nasıl etkilendiğini düşünmeyi önermektedir.

Dijital ortamın siyasi aktörler ve kuruluşlar tarafından kullanılan ile yurttaşların katılımını artırma derecesi arasındaki bağlantı dijital siyaset araştırmalarının temel problemi oluşturmaktadır. Demokrasinin toplumun ortak sorunlarını çözmek için bir araya gelen veya karşılıklı olarak kabul edilebilir çözümler geliştiren temsilcileri seçen halkın gücüne dayandığı bir yönetim anlayışı olduğu kabul edildiğinde, dijital siyasetin çevrimiçi ve çevrimdışı kamusal alanlarda yurttaşları daha aktif olmak için nasıl teşvik ettiği tartışılmaktadır. Belirli siyasi görüşler, tutumlar ve tercihler dolaşıma girerek milyonlarca kişi tarafından görülürken, bazılarının sadece küçük bir azınlık tarafından görülmesi; bazı mesajlar eyleme götürürken, bazılarının ise bu güce sahip olmaması, dijital siyasetin karmaşık ve çok yönlü doğasına işaret etmektedir. Bu açıdan dijital siyaset tartışmalarında, çevrimiçi katılımın yüzeysel olup olmadığı veya sivil yaşama katılma

girişimini temsil edip etmediği sorusu önemini korumaktadır (Koc-Michalska ve Lilleker, 2017). Dijital demokrasi ve dijital siyaset tartışmalarını, "dijital kamusal alan" kavramıyla birlikte ele almak, bütüncül bir bakış açısı sağlamak açısından önemlidir. Dijital kamusal alan, dijital iletişimin yaygın olduğu toplumlarda kamusal alanın bir boyutu olarak, eleştirel kamusal tartışmaların görünür olması anlamına gelmektedir (Fuchs, 2021: 13). Fuchs (2021: 23), dijital demokrasinin, demokratik tartışmayı uygulayan eleştirel ve katılımcı yurttaşlar gerektirdiğini, yurttaşların demokratik, dijital, siyasal, sosyal, kültürel ve diğer becerilerini geliştirmek ve uygulamak için zamana, alanlara, eğitim ve katılım fırsatlarına ihtiyaçları olduğunu, dijital siyasetin ve platformların eleştirel tartışmalar için olanaklar sunmasının önemini vurgulamaktadır.

Batılı demokrasilerdeki yeni toplumsal hareketler ve yeni siyasi oluşumlar, sosyal medyanın belirleyici olduğu yeni bir siyaset yapma biçimini de beraberinde getirmiştir. Siyasi yapıların dijitalleşmesi ve "dijital parti" kavramı, İtalya'daki "Five Star Movement", İspanya'daki "Podemos", Fransa'daki "Insoumise" ve Birleşik Krallık'ta Corbyn'in İşçi Partisi'nin popülaritesinin artmasında anahtar rol oynayan "Momentum" gibi kampanya organizasyonları ve yeni sol popülist hareketleri tanımlamak için kullanılmaktadır. Bu yeni siyasi oluşumların, sosyal medyanın potansiyelinden yararlandığı ve çevrimiçi katılımcı platformları kullandığı görülmektedir. Diğer taraftan, siyaset alanında kliklerin büyümesi, karizmatik liderlere ihtiyaç duyulması, parti katmanlarının aşınması ve hesap verebilirliğin kaybedilmesi gibi endişe verici değişiklikler ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte, merkezde güçlü bir birlik ve çevrede oluşan aşırı esneklik, sosyal kutuplaşmaya ve liberal demokrasinin başarısızlıklarına karşı koyabilecek umut verici bir gelişme olarak değerlendirilmektedir (Gerbaudo, 2019). Gerbaudo (2018; 2019: 4), "dijital parti" kavramını, Avrupa ülkelerinin çoğunda ortaya çıkan ve yeni siyaseti tanımlayan bir örgütsel şablon olarak tanımlamaktadır. "Dijital parti" kavramı, dijital teknolojiyle desteklenen, daha demokratik, sıradan insanlara daha açık, daha doğrudan, daha özgün ve şeffaf olduğunu iddia eden "yeni bir siyaset" anlayışı sunmaktadır. Bu oluşumlar, sadece teknolojik değil, aynı zamanda dijital teknolojinin daha demokratik bir toplum hedefine ulaşmanın yolu olarak görüldüğü bir dönüşüm vadetmektedir.

Bu makalede, Türkiye'deki anaakım siyasetin iki temel aktörü olan iktidar ve ana muhalefet partilerinin, dijital teknolojinin daha demokratik bir toplum için kullanılmasına dayanan bu "yeni siyaset" anlayışına yönelik eğilimleri ve sosyal ağları siyasal iletişim yapılarına nasıl entegre ettikleri incelenmiş, dijital teknolojinin tabandan yükselen bir demokrasinin gelişmesine ne tür katkılar sağladığı ve dijital çağda siyasal iletişimin nasıl dönüştüğü sorularına cevap aranmıştır. Yeni iletişim teknolojilerinin siyasal organizasyonların verimlilik ve kitlesel erişim düzeyini yükselteceği varsayımının ütopyik bir boyut içerdiğinden hareketle, dijital siyaset kanallarının daha demokratik bir siyaset ortamı yaratacağı yönündeki yaklaşım eleştirel bir bakışla değerlendirilmiş ve dijital siyaset pratiğinin içerdiği fırsatlar ve kısıtlamalar analiz edilmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede, iktidar (*Adalet ve Kalkınma Partisi /AK Parti*) ve ana muhalefet (*Cumhuriyet Halk Partisi / CHP*) partilerinin sosyal medya mesajlarının niteliği, katılımcı pratiklerinin işleyişi, yurttaşlarla etkileşim düzeyleri, kamusal müzakere biçimleri ve dijital olanakların geleneksel siyaset yapma biçimlerini dönüştürüp dönüştürmediği, dijital demokrasi kavramı temelinde tartışılmıştır. Burada kamusal müzakere kavramı, kapsayıcı bir çoğulcu demokrasiyi yaratmak, farklı eşitsizlikler karşısında demokratik pratiğin yenilenmesine katkı sağlamak ve yurttaşların kendi siyasi seslerini oluşturmalarına yardımcı olmak için tasarlanan ve sosyal medyada inşa edilen bir iletişim modeli ve bir diyalog anlamında kullanılmıştır.

2. Literatür İncelemesi

Yurttaş katılımı, demokratik yönetişimin önemli bir ayağını oluşturmaktadır. Dijital medya, siyasi mesajların yayılmasını kolaylaştırarak, hem siyasetçiler hem de yurttaşlar tarafından seçmen hareketliliğini mümkün kılarak, potansiyel olarak siyasal katılma biçimlerini genişletmektedir. İnternet, yurttaşların yüz yüze iletişimden daha gayri resmi, daha sürekli ve bireylerin günlük yaşamlarıyla daha yakından bağlantılı ve başkaları tarafından harekete geçirilmeyi kolaylaştıran pek çok uygun yol sunmaktadır (Vaccari, 2017: 69). Özellikle Facebook ve Twitter, siyasi haberciliğin ve siyasi söylemin doğasını değiştirmiş, siyasi liderlere görüşlerini anında dünya çapında paylaşma, destekçilerle bağlantı kurma ve eleştirelere yanıt verme olanağı sağlamıştır. Siyasi gazeteciler açısından ise, Twitter, diğer gazetecileri takip ettikleri ve kalabalık bir haber ortamında dikkat çekmek için hikayelerini bildirmeleri, yazmaları ve tweetlemeleri beklenen bir mecradır. Siyasetçilerin Twitter'da ve sosyal medyada söyledikleri - ve bunlara yanıt verenler - giderek daha fazla alıntılanmakta ve tartışılmakta ve hatta ulusal siyasi konuşmaları yönlendirmektedir. İnternet ve sosyal medya, harekete geçirme, kaynak yaratma ve hedefli mesajlaşma için güçlü araçlar olmakla birlikte; aynı zamanda, yalan haberlerin, değiştirilmiş görüntülerin, komplo teorilerinin ve organize dezenformasyon kampanyalarının anında dolaşımı, siyaset ve medya sistemlerine meydan okuyan güçlü yeni bozucular olarak değerlendirilmektedir (Hall, 2022). Dahlgren'in (2005: 152) de vurguladığı gibi, kamusal alan tek başına demokrasinin garantisi değildir. Dolaşımda her türlü siyasi bilgi ve tartışma olabilir, ancak bu iletişim alanları ile karar alma süreçleri arasında yapısal bağlantılar - resmi kurumsal prosedürler - olması gerekmektedir. Fuchs (2021: 24), dijital kamusal alanı ve dijital müşterekleri, kamusal alan, kamu hizmetleri ve genel olarak ortak olanla birlikte ilerleten bir dijital siyaseti, demokrasiyi korumak ve ilerletmek için bir umut olarak görmektedir.

Dijital siyaset, siyasetçiler için fırsatları ve riskleri bir arada içermektedir. Siyasal seçkinler, dijital siyaseti gazetecilerin eleştirel incelemesini önlemek veya doğrudan halka hitap etmek için bir fırsat olarak görürken, aynı zamanda haber kaynaklarının, söylemsel alanların ve izleme teknolojilerinin yayılmasını, kendilerini daha görünür ve savunmasız hale getirmesi nedeniyle, bir risk olarak da görebilmektedir. Öte yandan, yurttaşlar açısından ise iletişimsel eşitsizlikleri azaltan kolektif veya bağlantılı eyleme giriş noktaları olarak değerlendirilmektedir. Dijital siyaset hakkındaki genellemeler, demokrasiye tehdit veya çözüm olmak üzere iki noktada toplanırken, dijital siyasete ilişkin kuramsal yaklaşımlar siyaset ve sivil katılım, toplu eylem, siyasi konuşma ve hükümet politikaları gibi birkaç önemli noktaya odaklanmıştır (Coleman ve Freelon, 2015). Coleman ve Freelon (2015: 4-7), dijital siyasal iletişim ortamının karakteristik özelliklerini bu iki yaklaşım temelinde tanımlamıştır. Buna göre, dijital ortamlarda siyasi mobilizasyon karşılıklı bir görünürlüğe dayanmaktadır. Şakaların, imgelerin, kısa yorumların ve paylaşılan duyguların viral dolaşımı dijital siyasal iletişimin önemli bir bileşeni haline gelmiştir. Dijital ortam, şimdiye kadar yeterince ifade edilmeyen siyasal tartışmalar veya bastırılan haberler için alan açmaktadır. Diğer taraftan düzenlemenin yokluğu, dijital kamusal alanda kurumsal müdahaleler için alan açmakta ve sosyal medya aracılığıyla siyasi tartışmalara katılan çok sayıda yurttaşı ticari gözetlemeye karşı savunmasız bırakmaktadır.

Dijital siyaset uygulamalarının yükselişiyle birlikte, sayıların kendisi siyasette ve yönetişimde çok önemli bir rol oynamakta ve "ölçme"nin bir güç olduğu kabul edilmektedir. Özellikle, dijital bilginin izlenebilirliği ve hesaplanabilirliği, siyasette 'neyin dikkate alındığını' etkileyen epistemik uygulamalar için kullanılmaktadır (Kaufmann ve Jeandesboz, 2017). Dijital siyasetin temelinde yer alan dijital teknolojilerin, yeni siyasal katılım biçimleri için fırsatlar sunduğu tezi genel olarak kabul görmektedir. Ancak,

siyasetteki dijitalleşmenin ve sosyal medyanın yurttaşların siyasal katılım düzeyini ve kamusal alanı nasıl belirlediğine dair bir anlayış geliştirebilmek için daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır. Lilleker ve Koc-Michalska (2017), psikososyal bir perspektifle, yurttaşların yeni katılım biçimlerini takip etmelerinde özellikle içsel ve dışsal motivasyonlarının gücünü incelemiştir. Yazarlar, çevrimiçi ve çevrimdışı siyasal faaliyetler arasındaki ayrımın sürdürülmesi gerektiğini ve çevrimiçi seferberliğin yalnızca çevrimiçi katılıma yol açtığını, dışsal motivasyonların çevrimiçi alanda gerçekleşen katılım üzerinde daha büyük bir açıklama gücü olduğunu ve çevrimiçi katılımın esas olarak diğer çevrimiçi kullanıcılardan onay görme ile motive edildiğini ileri sürmüşlerdir. Her ne kadar siyasal olarak son derece aktif olan yurttaşların çevrimdışı ve dijital ortamlarda geleneksel ve geleneksel olmayan faaliyet biçimlerine katıldığı kabul edilse de, çalışmaların çoğu, tek bir alanda yer alan katılım kalıplarının varlığına işaret etmektedir.

Vaccari (2013), dijital siyaseti en temelde partilerin ve yurttaşların interneti kullanma biçimleri çerçevesinde ele almakta ve dijital siyaset araştırmalarının siyasal aktörlerin, partilerin ve adayların dijital medyayı kullanmasının yanı sıra yurttaşların da bu pratiklere katılma biçimlerini de göz önünde bulundurmasının ve dijital siyaseti anlamak için hem partilerin ve adayların ne sunduğunun hem de yurttaşların çevrimiçi ortamda ne yaptığının incelenmesi gerektiğine dikkat çekmiştir. Vaccari (2013: 212), bu amaçla kapsamlı bir inceleme yapmış ve yedi Avrupa ülkesinde siyasetçilerin yurttaşlara ulaşmak ve onları mobilize etmek üzere interneti nasıl kullandıklarını ve yurttaşların da bu sürece nasıl karşılık verdiklerini incelemiş, dijital siyasetin medya-siyaset ilişkileriyle ve siyasal kültür ile bağlantılı olduğunu ve siyasal sisteme desteğin düşük olduğu durumlarda, internetin siyasal memnuniyetsizliğin ifade edildiği alternatif bir kanal haline geldiğini tespit etmiştir. Ayrıca Vaccari (2017: 84-85), dijital medya kullanımının siyasal katılıma katkılarını ortaya koymak amacıyla, çevrimiçi seçmen hareketliliği ile siyasal katılım arasındaki ilişkiyi Almanya, İtalya ve İngiltere örnekleri üzerinde karşılaştırmalı olarak analiz etmiş, yüz yüze iletişim ile karşılaştırıldığında, dijital mobilizasyonun elitler ve yurttaşlar arasında daha az farklılık ve daha fazla kapsayıcılık içerdiğini ve katılımı teşvik ettiğini ileri sürmüştür. Vaccari (2017), çevrimiçi mobilizasyona ilişkin olumlu bir perspektif ortaya koymuş, bunun siyasal katılım kalıplarını dönüştüreceğini ve katılımcılar arasındaki eşitsizlikleri azaltacağını ve dijital mobilizasyonun, partilerin seçim toplantılarının ve yurttaşların siyasi eylem repertuarlarının bir eki olmanın ötesinde, çağdaş Batı siyasetinde bağımsız ve olumlu bir rol oynayabileceğini belirtmiştir. Ancak Hindman (2009), "The Myth of Digital Democracy" başlıklı çalışmada, internetin Amerikan siyasetini demokratikleştirip demokratikleştirmediği ve siyasi web sitelerin ve blogların hareketsiz yurttaşları harekete geçirip geçirmediği ve kamusal alanı daha kapsayıcı hale getirip getirmediği sorularına cevap aramış ve popüler inancın aksine, internetin siyasi söylemi genişletmek için çok az şey yaptığını, ancak küçük bir elit grubunu güçlendirdiğini vurgulamıştır. Dahlgren (2005), internet ve kamusal alan tartışmasındaki temel öğeleri bir araya getirerek demokrasinin karşı karşıya olduğu mevcut zorluklara değinmiş ve dijital siyaset ve demokrasi konusuna eleştirel bir yaklaşım getirmiştir. Yazara göre, internetin sivil kullanım için erişilebilir olması (veya olmaması) ve etkileşimsel boyutu kamusal alana katkılarını belirleyen unsurlar olarak öne çıkmakta, etkileşimsel niteliğinin iki boyutu bulunmaktadır. Birincisi, yurttaşların bilgiyi anlamlandırma, yorumlama ve kullanması; ikincisi ise, yurttaşların kendi aralarındaki etkileşimini ve müzakere sürecini ifade etmektedir. İnternet üzerinden gerçekleşen etkileşim türleri, ancak bir dereceye kadar kamusal alanın tezahürleri olarak kabul edilebilir ve siyasal tartışmanın iletişimsel karakteri her zaman yurttaşlık idealini desteklemez. Yurttaşların çoğu izole edilmiştir ve demokratik irade oluşumuna katkıları her zaman söz konusu değildir (Dahlgren, 2005: 151).

Ayrıca, Dahlgren (2015:18), demokrasinin "elitist" ve "cumhuriyetçi" olmak üzere iki temel anlayışından hareket ederek, yurttaş katılımının iki karakteristik özelliğine dikkat çekmektedir. Buna göre, "elitist" model yurttaşların bilgi edinme ve haber alma ihtiyacına vurgu yaparken, "cumhuriyetçi" model ise sivil alanların daha katılımcı olmasına talep etmekte, bu alanları sadece yurttaşların bilgi edinme araçları olarak görmenin ötesine geçerek, onların ortak çıkarlar konusunda etkileşim halinde olabilecekleri ve karar alma mekanizmalarına katılabilecekleri yerler olarak tasarlanmaktadır. Bu iki farklı bakış açısı, reaktif ve proaktif olmak üzere, yurttaşlık idealinde bir ayrım ortaya koymaktadır. Dahlgren (2015), eleştirel bir bakışla, bir demokrasi krizinin ortaya çıktığını, hem siyaset hem de sivil toplum alanında katılımın düştüğünü ileri sürmekte, siyasal katılımı parti yapılarının ve seçimlerin dışında bir "alternatif siyaset" anlayışı içinde ele almakta ve interneti yeni bir sivil alan olarak görmeye ilişkin yeni sorular sormaktadır. Fuchs (2021: 12), gerçekleri reddeden ve duygusallaştırma, tabloidleştirme ve ideoloji tarafından yönetilen sahte / yanlış haberlerle ve gerçek ötesi (post-truth) politikalarla sosyal medyada sık sık karşılaşıldığını, dijitalleşmenin daha çok neoliberal kapitalizm ile yükselen toplumsal eşitsizlikler arasındaki antagonizmaya aracılık ettiğini, bu nedenle demokrasinin tehdit altında olduğunu ileri sürmekte ve bu bağlamda, dijital kamusal alanın bir alternatif olabilmesi için "eleştirel bir kamusalılık" içermesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Belirli bir içgörü sağlayan bu kuramsal yaklaşımların ve araştırmaların, farklı zaman ve koşullarda geliştirilmesi ve test edilmesi gerekmektedir. Bu çalışmada, mevcut birikimin ışığında, dijital siyaset ve demokrasi pratiklerinin siyasal sürece yansımaları hem fırsatlar hem de kısıtlılıklar bağlamında değerlendirilmiştir.

3. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, dijital siyaset pratiği, siyasal partilerin sosyal medya iletişimi üzerinden incelenmiş ve Coleman ve Freelon'un (2015), "dijital siyaset" alanı için çizdiği çerçeve bağlamında, özellikle siyasi ve sivil katılım, toplu eylem, siyasi konuşma ve hükümet politikaları gibi bileşenlere odaklanılarak, dijital siyasetin ana hatları belirlemeye çalışılmıştır. Twitter'in, "dünyada neler olup bittiğini ve insanların şu anda ne hakkında konuştuğunu" içeren uluslararası bir haber ve olay takip medyasında evrilmesi ve belirli kullanıcı gruplarını izlemeye olanak sağlaması (Rogers, 2019: 169) nedeniyle, dijital siyaset olgusunu tanımlayabilmek için analiz parametreleri sunan "analitik bir hikaye anlatma makinesi" olarak araştırmanın zeminini oluşturmuştur.

Twitter, özellikle konu trendlerini takip etmeyi sağlaması açısından, sosyal bilimler için önemli bir dijital veri kaynağı haline gelmiştir. Bu çalışmada Twitter, siyasal alandaki en önemli ve etkili sosyal medya platformu olması bakımından analiz birimi olarak seçilmiş, etiket (*#hashtag*), paylaşma (*tweet*) ve tekrar paylaşma (*retweet*) gibi dijital çeşitlerden yararlanılarak, iktidar ve ana muhalefet partilerinin Twitter hesapları incelenmiş ve seçilen hesapların Twitter'daki etkileşim örüntülerine ve anahtar kelimelerin frekans dağılımlarına göre çıkarımlar yapılmıştır. Rogers'ın (2019: 163) araştırma modelinden yararlanılarak baskın sesin belirlenmesi amaçlanmıştır. Özellikle, bir sorun alanındaki 'bahsetmelerin' sıklığının belirlenmesi kimin sesinin en çok yankılandığı konusunda bir fikir vermektedir. Seslilik bir sorun alanında en çok kimin tweet attığının bir ölçüsüdür. Hashtag'ler ise genellikle gömülü konulardır, bu nedenle endişeleri yansıtmaktadır. En çok kullanılan 'hashtag'lerin listesi ortak endişeleri göstermesi açısından bir veri olarak kabul edilmektedir. Konumlandırma, belirli anahtar kelimelerin diğerlerinden daha fazla kullanılmasıdır. Bu çalışmada, dijital siyaseti karakterize etmek amacıyla, siyasal partilerin en çok kimden bahsettikleri, hangi hashtagleri kullandıkları ve iletişim stratejileri analiz edilmiştir. Siyasetçilerin toplumsal

sorunlara ilişkin tweetlerinin incelenmesi, dijital siyasete ilişkin bir çerçeve sunması açısından, dijital siyaset ve dijital siyasal iletişim literatürü için önemli bir katkı olarak değerlendirilmiştir.

Araştırmanın örneklemini oluşturan AK Parti ve CHP'nin kurumsal Twitter hesaplarından elde edilen veriler üzerinden dijital siyasetin temel karakteristiği belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın birinci aşaması, sosyal medya analiz araçlarından biri olan Twitonomy programından elde edilen, Nisan 2021'den geriye doğru 3200 adet tweeti, ikinci aşaması ise, özellikle COVID-19 pandemisinin ortaya çıktığı ve etkilerinin yoğun olarak hissedildiği Mart 2020-Nisan 2021 dönemindeki belirli temaları içeren toplam 98 tweeti kapsamaktadır. Bu bir yıllık dönem, pandemi nedeniyle küresel bir krize tekabül etmesi, hükümetler için zorlayıcı bir süreç olması, siyaset alanında yeni sorunları ve tartışmaları da beraberinde getirmesi ve siyasal partilerin yurttaşlarla nasıl bir diyalog kurduğunu ve hangi çözümleri ürettiğini göstermesi bakımından seçilmiştir. İlgili hesapların belirtilen kriterler ile sınırlandırılan tweet koleksiyonu, Rogers'ın (2019: 163), etkileşim düzeyi ve anahtar kelimeler üzerinden iki aşamalı bir sorgu tasarımı referans alınarak incelenmiş ve belirli konulara yönelik "#etiketler" (hashtag) ve "@bahsetmeler" içeren tweetler üzerinden dijital siyasetin eleştirel bir kamusalılık içerip içermediği tartışılmıştır. Çalışmanın sonuçları, araştırmanın bulgularıyla sınırlı tutulmuştur.

4. Bulgular ve Analiz

COVID-19 pandemisinin ortaya çıkmasıyla birlikte aradan geçen bir yıllık süreçte derinleşen toplumsal ve ekonomik kriz ortamının siyasal aktörler tarafından nasıl ele alındığına ve kamusal alandaki eleştirel tartışmaların siyasal alanda nasıl bir karşılık bulduğuna ilişkin bir çerçeve ortaya koyabilmek amacıyla, Twitter analiz programı Twitonomy uygulamasından yararlanılarak, araştırma kapsamına alınan hesapların, Nisan 2021 tarihinden geriye dönük olarak son 3200 adet gönderisi analiz edilmiştir. Twitonomy uygulaması bir seferde son 3200 adet tweetin incelenmesine olanak sağladığından, bu veri büyüklüğünün bir öngörü sağlamak açısından yeterli olacağı değerlendirilmiştir. Diğer taraftan, araştırmanın ikinci düzeyini oluşturan anahtar kelimeler üzerinden yapılan inceleme ise, Nisan 2020-Nisan 2021 döneminde paylaşılan içerikleri kapsamaktadır.

Bu bağlamda, COVID-19 salgınının yarattığı kriz ortamında, dijital siyaset alanındaki siyasal söylemlerin ve kamusal tartışmaların ana hatlarını belirlemek ve siyasal partilerinin dijital siyaset pratiklerine yönelik bir çıkarım yapmak için bu dönemdeki Twitter anlatılarına odaklanılmıştır. Twitter istatistiklerine ulaşmak amacıyla, Twitter'ın gelişmiş arama fonksiyonundan ve analiz araçlarından biri olan Twitonomy uygulamasından yararlanılmıştır.

4.1. Tweet Analizi

Bu bölümde genel bir çerçeve ortaya koymak amacıyla, Twitonomy uygulamasından elde edilen, Nisan 2021'den itibaren geriye doğru son 3200 adet "tweet"e ilişkin istatistiksel sonuçlar analiz edilmiştir. Twitter etkileşim örüntüsü içinde yer alan 'hashtag'ler, belirli olaylar, konular, sorunlar etrafındaki iletişimi izlemek veya etiketlemek için kullanılmakta, ayrıca bir alt kültür veya siyasi bir ikna sürecini de organize edebilmektedir. Bahsedilen işaretçiler (@kullanıcıadı) kullanıcıların doğrudan başka bir kullanıcıya hitap etmesine veya başka bir kullanıcıya atıfta bulunmasına izin vermektedir (Rogers, 2019: 172). Bulgular, Twitonomy uygulamasından elde edilmiş, Twitter göstergeleri uygulama aracının ürettiği biçim temel alınarak Türkçe karşılıklarıyla verilmiştir.

4.1.1. AK Parti (@Akparsi)

AK Parti'nin kurumsal Twitter hesabına ilişkin sayısal veriler aşağıda gösterilmiştir.

@Akparsi Tweet sayısı	Takip sayısı	Takipçi sayısı	Listelenme sayısı
34,311	404	2,657,884	1,162

Tablo 1. Genel Veriler

12 Mayıs 2020-17 Nisan 2021	Tweet Sayısı	
	3,200	
Günlük paylaşım (<i>Tweet</i>)	9,40	
Başkalarının gönderilerini paylaşma (<i>Retweet etme</i>)	409	13%
Kullanıcılar tarafından bahsedilme (<i>Mention</i>)	1,475	
Yanıtlayma (<i>Reply</i>)	113	4%
Bağlantı (<i>Link</i>)	435	
Etiketleme (<i>Hashtag</i>)	704	
Başkaları tarafından paylaşılma (<i>Retweet edilme</i>)	2,791	87.2%
	787.42 kez	
Favoriye eklenme (<i>Favorited</i>)	2,791	87.2%
	3,149.37 kez	

Tablo 2. Etkileşim Verileri

Yukarıdaki veriler, ilgili hesaba ait "takipçi", "takip etme", "bahsetme" (mention), "yeniden paylaşma" (retweet), "etiket" (hashtag), "yanıtlayma", "paylaşılma" (retweet edilme) ve "listelenme" sayıları gibi profil bilgilerini göstermektedir. Bu verilere bakıldığında, tweetleri yanıtlayma oranının %4, hesaptan gönderilen tweetlerin takipçiler tarafından retweet edilme oranının ise %87.2 olduğu görülmektedir. Takipçilerin tweetlerini yanıtlayma oranının düşüklüğü, tek yönlü bir paylaşım yapma ve takipçilerle sınırlı bir diyalog kurma şeklinde değerlendirilebilir. Diğer taraftan, gönderilerin paylaşılma oranının yüksek olması ise Twitter'daki destekleyen kullanıcıların etkileşiminin güçlü olduğuna ve hesabın gönderilerinin yayılmasına katkıda bulduklarını göstermektedir.

@RTErdogan	246	@RTedijital	1
@omerrcelik	139	@AKGenclikGM	1
@mahirunal	10	@Akparsi	1
@NumanKurtulmus	7	@erkankandemir	1
@mehmetozhaseki	2	@ayasofyacamii	1

Tablo 3. En Çok Paylaşılan Kullanıcılar

@Akparsi hesabının, en çok paylaştığı (retweet ettiği) kullanıcıların, başta Cumhurbaşkanı ve AK Parti Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan olmak üzere partinin önde gelen siyasal aktörleri ve partinin bağlı alt kurumsal hesapları olduğu görülmektedir. Bu tutum, kendi sözcülerinin söylemlerini yeniden paylaşarak bu söylemlerin görünürlüğünü artırma amacını taşımaktadır.

@RTErdogan	1404	@omercelik	71
------------	------	------------	----

Tablo 4. En Çok Bahsedilen Kullanıcılar

@Akparki	112	@RTErdogan	1
----------	-----	------------	---

Tablo 5. En Çok Yanıtlanan Kullanıcılar

En çok bahsedilen kullanıcılar ise, yine Cumhurbaşkanı ve AK Parti Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan ile ikinci sırada parti sözcüsü olan Ömer Çelik'tir. Bu şekilde, liderin ve sözcünün söylemleri yeniden üretilmektedir. En çok yanıtlanan kullanıcılar ise, yine kendi kurumsal hesapları ve bir yanıtla ile @RTErdogan hesabıdır. Bu veri yurttaşlara yönelik bir yanıtla aktivitesi bulunmadığını göstermektedir.

#İnanđınyoldayürü	182	#hayatevesiğar	47
#birliktebaşaracağız	47	#türkiyeİçingüvenveİstikrar	42
#suyungücümilletlebuluşuyor	25	#milliekonomigüçlütürkiye	23
#milletinzaferi	22	#güçlüİradegüçlüdemokrasi	17
#aksevda19yaşında	17	#ayasofyacamii	16

Tablo 6. En Çok Etiketlenen Konular

En çok kullanılan "#etiketler"ler ise, AK Parti'nin siyaset gündemini yansıtmayı amaçlayan konulardır. Bu "hashtag"ler, bir anlamda AK Parti'nin söylemlerini yansıtmaktadır. Özellikle, "millet", "milli" ve "güçlü" gibi kavramlarla seçmeni bir arada tutmanın ve iktidar gücünü sürdürmenin amaçlandığını söylemek mümkündür.

En Çok Paylaşılan ve Favorilere Eklenen Gönderiler

AK Parti @Akparki 4:11AM - 1 Nisan 2021 - 21,353 / 62,029

#1Nisan <https://t.co/4my09NwKlg>

AK Parti @Akparki 12:52PM - 25 Şubat 2021 - 9,358 / 26,609

İyi ki doğdun, millete hizmet yolunda nice yaşlara. #İyikiDoğdunMilletinAdamı
<https://t.co/scwramVISr>

AK Parti @Akparki 1:22PM - 12 Nisan 2021 - 7,374 / 22,594

Hoş geldin mübarek Ramazan-ı Şerif 🌙 #HayırlıRamazanlar
Türkiye! #sahur <https://t.co/uaJzgrG858>

AK Parti @Akparki 3:03AM - 24 Mayıs 2020 - 6,521 / 25,386

Bugünleri birlikte atlatacağız ve nice yeni bayramlarda buluşacağız; neşeyle, coşkuyla.
Çünkü biz koskocaman bir aileyiz, Türkiye'yiz. #İyiBayramlar Türkiye.
<https://t.co/isVnA1qob5>

AK Parti @Akparki 2:02AM - 24 Mart 2021 - 6,279 / 19,658

7. Olağan Büyük

Kongremiz... #TürkiyeİçingüvenVeİstikrar twitter.com/i/broadcasts/1...

@Akparki kurumsal Twitter hesabının en çok paylaşılan ve favorilere eklenen gönderilerinin herhangi bir siyasa açıklaması veya tartışmasına dönük olmadığı, sadece, Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın doğum günü, bayram ve ramazan kutlaması ile AK Parti Olağan Büyük Kongresi ile ilgili olduğu, duygusal bir sesleniş ve bir özne olarak çağırma içerdiği görülmektedir. Toplumsal sorunlara ve bunların çözümüne yönelik olmayan gönderileri paylaşanların destekleyen seçmenler olduğu düşünülmektedir.

4.1.2. CHP (@herkesicinCHP)

CHP'nin Nisan 2021'den geriye doğru Twitter hesabından paylaşılan son 3200 tweete ilişkin veriler aşağıdaki gibidir.

@herkesicinCHP Tweet sayısı	Takip sayısı	Takipçi sayısı	Listelenme sayısı
39,337	2	1,671,612	1,082

Tablo 7. Genel Veriler

21 Nisan 2019-18 Nisan 2021	Tweet Sayısı	
	3,200	
Günlük paylaşım <i>(Tweet)</i>	4.39	
Başkalarının gönderilerini paylaşma <i>(Retweet etme)</i>	663	21%
Kullanıcılar tarafından bahsedilme <i>(Mention)</i>	66	
Yanıtlama <i>(Reply)</i>	220	7%
Bağlantı <i>(Link)</i>	672	
Etiketleme <i>(Hashtag)</i>	207	
Başkaları tarafından paylaşılma <i>(Retweet edilme)</i>	2,537	79.28%
	336.04 kez	
Favoriye eklenme <i>(Favorited)</i>	2,537	79.28%
	1,868.62 kez	

Tablo 8. Etkileşim Verileri

Yukarıdaki verilere bakıldığında, tweetleri yanıtlama oranının %7, hesaptan gönderilen tweetlerin retweet edilme oranının ise %79.28 olduğu görülmektedir. Bu oranın AK Parti'ye göre daha düşük olması, toplumsal destek oranının Twitter'daki izdüşümü ile açıklanabilir. Muhalefet partisinin retweet edilmesi, destekleme anlamına geleceği için, kullanıcıların çekimser kalmasına da neden oluşturabilmektedir. Ayrıca, takipçilerin ve diğer kullanıcıların tweetlerini yanıtlama oranının düşüklüğü de, AK Parti ile benzer şekilde, tek yönlü bir paylaşım yapması ve seçmenle/takipçilerle sınırlı bir diyalog kurması, iktidara alternatif olarak bir siyaset üretmesi gereken bir siyasal partinin kamusal sorunlar hakkında Twitter üzerinden bir tartışma açmaması anlamına gelmektedir. Twitterdaki etkileşim verileri, muhalefet partisinin dinamik bir sosyal medya iletişimi kurmadığını ortaya koymakta, her iki siyasal partinin kullanım örüntüleri arasındaki benzerlikler daha ön plana çıkmaktadır.

@kilicdarogluk	571	@CHPfotoğraf	39
@herkesicinCHP	6	@faikoztrak	6
@Seyit_TORUN	6	@PartiOkuluCHP	5
@chp_en	5	@CHP_Ekonomi_M	4
@veliagbaba	3	@ankahabera	2

Tablo 9. En Çok Paylaşılan Kullanıcılar

@herkesicinCHP hesabının en çok "retweet" yaptığı kullanıcılar, Genel Başkan Kemal Kılıçdaroğlu başta olmak üzere, partinin diğer alt hesaplarıdır. Bu tutum, parti söylemini aynı mecradaki diğer hesaplar üzerinden çoklu bir biçimde yayma faaliyeti olarak değerlendirilebilir. Bu paylaşma biçimi, AK Parti ile benzerlik göstermektedir.

@kilicdaroglu	53	@CHPKadinKolu	2
@RTERdogan	2	@enginozkoc	1
@muratemirchp	1	@goklevent	1
@yildirimkaya40	1	@drfahrettinkoca	1
@CHP_Ekonomi_M	1	@izmirhim	1

Tablo 10. En Çok Bahsedilen Kullanıcılar

@herkesicinCHP	220
----------------	-----

Tablo 11. En Çok Yanıtlanan Kullanıcılar

En çok bahsedilen kullanıcılar, AK Parti'nin kurumsal hesabına göre biraz daha çeşitlilik göstermektedir. Genel Başkan Kemal Kılıçdaroğlu başta olmak üzere, CHP'nin siyasi aktörleri ve alt birimleri en çok bahsedilen kullanıcıları oluşturmaktadır. Ayrıca, Cumhurbaşkanı Erdoğan ve Sağlık Bakanı Fahrettin Koca da bahsedilen kullanıcılar arasında yer almaktadır. Bu etkileşimin eleştirel bir bahsetme olduğu açıktır. Toplam 3200 tweet içinde sadece @herkesicinCHP hesabının yanıtlanması, diğer kullanıcılarla diyaloga dayalı bir iletişim kurulmadığına işaret etmekte ve her iki partinin de yanıtlama tutumlarında benzerlik olduğunu göstermektedir.

#İkinciYüzyılaÇağrı	20	#hedefktidar	8
#İzmir	7	#kılıçdaroglunesöyledi	7
#128milyardolarnerede	7	#chp37kurultay	5
#deprem	5	#500binrüşvetikimiyedi	4
#İstanbul	4	#herŞeyÇokgüzelolacak	4

Tablo 12. En Çok Etiketlenen Konular

En çok etiketlenen konular, CHP'nin muhalefet partisi olarak siyasi söyleminin ve hedeflerinin etkisini artırmaya ve iktidarı eleştirmeye yöneliktir ve o anda güncel olan konularla ilişkilidir. Ancak, AK Parti hesabıyla karşılaştırıldığında, CHP'nin etiketlediği konu sayısının daha az ve eleştirel bir gündem yaratmak açısından yetersiz olduğu, etiketlenen konuların, yapısal sorunlara ve yeni bir siyaset anlayışına işaret etmek yerine, daha çok slogan düzeyinde ve yurttaşların yaşamsal sorunlarına dokunmayacak niteliktedir. Gündem oluşturmak, ses getirmek ve bir kamusal tartışma başlatmak açısından oldukça zayıf görünen bu iletişim biçimi, dijital siyasetin sunduğu olanakları ve fırsatları değerlendirmekten uzak bir görünüm sergilemektedir.

En Çok Paylaşılan ve Favorilere Eklenen Gönderiler

CHP @herkesicinCHP 10:05^{AM} - 14 Nisan 2020 - 7,617 / 19,402
Uzmanına soruyoruz... Kim yalancı? Kim mitomaniden muzdarip?
<https://t.co/vfdIx00f06>

CHP @herkesicinCHP 4:28^{PM} - 13 Nisan 2021 - 5,925 / 32,787
#128MilyarDolarNerede <https://t.co/WYYZLzvUzI>

CHP @herkesicinCHP 11:38^{AM} - 2 Nisan 2021 - 5,222 / 23,470
Keşke 1 Nisan şakası olsaydı... Biz de 1 Nisan'da "şakacılar" karşı yayımlardık.
Ama hepsi gerçek. Hem de AKP'nin gerçeği! <https://t.co/Sh7rWOMcY>

CHP @herkesicinCHP 8:32^{AM} - 28 Nisan 2020 - 4,725 / 11,289

Sokakta virüs, sarayda mitomani salgını... Mızrak çuvala sığmıyor, gerçekler AKP Genel Başkanı'nı doğrulamıyor. <https://t.co/rw4ytjjqef>

CHP @herkesicinCHP 9:55AM - 9 Mart 2021 - 4,664 / 34,556

☹ @RTErdogan <https://t.co/E3lbvKiUqk>

CHP @herkesicinCHP 3:27PM - 28 Aralık 2020 - 3,935 / 26,677

Ve yapamadınız, biz yapacağız... CHP'li belediyelerin tamamı 3100 lira net asgari ücret verecek. <https://t.co/fUjrQjqs6>

@herkesicinCHP hesabının en çok retweet edilen ve favorilere eklenen tweetleri, rasyonel bir siyasi tartışma veya yeni bir bakış açısı yerine, çoğunlukla iktidar partisine yönelik eleştiri ve polemik ifadeleri içermektedir. En çok retweet edilenlerden sadece bir tanesi, ekonomik bir soruna yönelik bir çözüm önermektedir. Bunun da yine popülist bir retorik içerdiğini söylemek mümkündür. Sonuç olarak, ana muhalefet partisinin retweet edilen mesajları siyasi, toplumsal ve ekonomik temelde bir sorgulamaya dayanmamakta ve güçlü argümanlar ortaya koymamaktadır. Dönüştürücü etki yaratması beklenemeyecek ölçüde zayıf olan bu retweet hareketliliği, dijital siyaset kanallarının etkin kullanılmadığını göstermektedir.

Gastil (2008: 5-8), demokrasinin temel kriterlerini tüm yetişkinlerin siyasi sürecin içinde var olması, fikirlerin ifade edilmesi, oy verme ve yurttaşların özgürce kanaat oluşturabilmek için bilgi sahibi olması şeklinde tanımlamış, buna ek olarak demokrasinin iletişim olmadan uzun süre yaşamayacağına vurgu yapmıştır. Müzakere, bir iletişim biçimi olarak siyasi iletişimin merkezinde yer almakta, iletişimin toplumsal boyutuna gönderme yapmakta ve sorunu tartışmak için sağlam bir bilgi tabanı oluşturulduğunda başlamaktadır. İktidar ve muhalefet partilerinin bir müzakere başlatma ve bir bilgi tabanı oluşturma eğilimlerinin olmadığı, siyasi konularına uygun gönderiler paylaştıkları, ancak müzakere etme ve ortak yarar için bir tartışma yürütmedikleri görülmektedir. Varoluşsal olarak bu tür bir müzakereci tartışmanın muhalefet partisi tarafından yürütülmesi beklenirken, CHP'nin sosyal medyayı etkin bir müzakere ortamı olarak kullanmakta çekimser kaldığını ve derinlikli bir kamusal tartışmaya alan açmadığını söylemek mümkündür. Siyasi partilerin Twitter etkileşimlerinden ve paylaştıkları içeriklerden kamusal alanı genişletmeye dönük bir alan açma ve Twitter'ı bir müzakere forumu olarak kullanma eğiliminde olmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Sadece, yüzeysel değinmelerle gündelik siyasetin polemiklerini yükseltmeye yönelik bir içerik yönetimi söz konusudur. Katılımcı ve müzakereci demokrasiyi sosyal medya üzerinden geliştirmenin bir yolu olarak dijital siyasetin de yine geleneksel siyasetin kodlarıyla işlediği ve popülist söylem alanında hareket ettiği ve ana muhalefet partisi CHP'nin kendi mecrasını kamusal bir foruma dönüştüremediği görülmüştür.

4.2. Toplumsal Sorunlar ve Eğilimler: Sorun Alanı Analizi

Analizin bu bölümünde, çeşitli anahtar kelimeler üzerinden toplumsal sorunlar karşısında iktidar ve ana muhalefet partilerinin yaklaşımları, sorunları ele alma biçimleri belirlenmeye çalışılmış ve belirlenen anahtar kelimeleri içeren Mart 2020-Nisan 2021 tarihleri arasındaki toplam 98 tweet incelenmiştir. Türkiye'deki siyaset ortamında eleştirel bir kamusal tartışma zemini oluşturmaya ve farklı toplumsal grupların temel sorunlarına yönelik olarak iktidar ve ana muhalefet partilerinin söylemlerinde geçen kelime gruplarının frekans dağılımı Tablo 1'de gösterilmiştir. Bu anahtar kelimeler, demokratik bir rejimin temel unsurlarını oluşturan, siyaset ve ekonomi alanının çerçevesini belirleyen temel tartışmaları içermesi ve kapsayıcı olması bakımından

seçilmiştir. Siyasi partilerin tweetlerinde geçen bu kelimelerin sayılması yoluyla, bu temel konulara ilişkin söylemlerin yoğunluğu ve kamusal tartışma örüntüleri analiz edilmiştir.

Demokratik bir toplumda yurttaşların siyasi tercihlerini belirleyen bilgilerin serbestçe dolaşması ve herkese açık olması gerekmektedir. Kamusal alan özünde, bir toplumun iletişimsel kurumlarını içermektedir. Bu kurumlar aracılığıyla olgular ve düşünceler dolaşmakta ve bu kurumlar aracılığıyla kolektif eylemin temeli olarak ortak bir bilgi birikimi oluşturulmaktadır. Bu noktada dijital medya ortamı, iletişimin yukarıdan aşağıya ve birden çoğa dikey olarak yapılandırılmadığı, çoklu merkezler aracılığıyla yatay olarak dağıtıldığı anlamında ağ bağlantılıdır. Dijital ağ, kullanıcıların, geleneksel kamusal alanın malzemesi olan siyasi açıdan önemli içerik de dahil olmak üzere, çevrimiçi içerikle etkileşime girmesine, üretime katılmasına ve paylaşmasına izin vermektedir. Facebook ve Twitter gibi sosyal medya platformları, dünyanın her yerindeki insanlar için önemli haber kaynakları olmanın yanında, içerikleri paylaşma ve tartışma forumlarıdır. Bir anlamda, "performans siyaseti"nin mecralarıdır. Siyaset, yalnızca ikna edici değil, aynı zamanda stil, sunum ve pazarlama hususlarının içerik ve özenle daha büyük olması da eşit önemde olduğu bir performans sanatı haline gelmiş ve tartışmalar burada başlamıştır (McNair, 2018). Siyaseti temsil eden kurumlar olarak siyasi partilerin Twitter'da ele aldıkları temaların, slogan temelli olduğu ve popülist bir vurgu içerdiği gözlemlenmiştir. Bu söylem biçimi iktidar ve muhalefet partisi arasındaki ayrımı silikleştirmekte, onları aynı kavramlar etrafında buluşturmakta ve aynı kavram setleriyle, aslında birbirinden çok da farklı olmayan bir siyasal kavrayış topluma egemen olmaktadır. Tablo 13'teki tematik kümeler, iktidar ve ana muhalefet partilerinin Twitter gönderilerinin en çok hangi konular etrafında yoğunlaştığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler	AK Parti (@Akparki)	CHP (@herkesicinCHP)	Toplam
Demokrasi	29	12	41
İnsan hakları	9	5	14
Pandemi/salgın	2	16	18
İşsizlik	1	9	10
Sosyal yardım	1	3	4
Ekonomik destek	2	-	2
Hukuk devleti	3	1	4
Erken seçim	1	2	3
Ekonomik kriz	1	1	2
Toplam	49	49	98

Tablo 13. Tematik Kümeler (Mart 2020-Nisan 2021)

AK Parti'nin tweetlerinde en çok yer alan kelimeler sırasıyla "demokrasi", "pandemi" ve "insan hakları" olmuştur. "İşsizlik" kelimesi ise sadece bir tweette geçmektedir ve "İşsizlik Fonu"nun güçlendirilmesi bağlamında kullanılmıştır. "Ekonomik kriz" kelime grubuyla ilgili olarak AK Parti hesabındaki tek tweet, Parti Sözcüsü Ömer Çelik'e aittir. 18 Ağustos 2020 tarihli bu tweetinde Çelik, "ekonomik kriz" çıkmasını isteyenler olduğunu ima etmiştir. Çelik'in bu tweeti, 536 retweet ve 45 yanıt almıştır. Pandemi sözcüğü AK Parti'nin sadece iki tweetinde geçmektedir. Bu tweetlerden biri hastane açılışıyla ilgilidir. İktidar partisi, toplumun bir kesiminden gelen eleştirilere yanıt vermekten çok, kendi siyasal gündemini ve söylemlerini paylaşmak üzerine kurulu bir strateji izlemektedir. Ayrıca, AK Parti'nin mesajlarına "#GüçlüTürkiye" ve

"#BeraberBaşaracağız" gibi etiketler eklemesi, seçmenlerini bir arada tutmaya ve "biz" duygusunu pekiştirmeye yöneliktir. Ancak, "biz" söylemi örtük olarak "onlar" söylemini de içermektedir.

CHP'nin kurumsal hesabından gönderilen tweetlerin tema dağılımına bakıldığında, ilk üç sırada "pandemi", "demokrasi" ve "işsizlik" kelimelerinin yer aldığı görülmektedir. "Pandemi" kelimesini içeren tweetler, iktidar partisinin pandemiyle mücadele yöntemini ve uygulamalarını eleştirmeye yöneliktir. Ayrıca bu tweetlerde, farklı sektörlerde çalışan ve pandemi sürecinde mağdur olan yurttaşlarla yapılan çevrimiçi toplantı videoları da paylaşılmıştır. Bu çevrimiçi toplantıları, "dijital kamusal alan" olarak tanımlamak mümkündür. Bu yurttaşlar, bu kamusal tartışmaya eşit koşullarda ve kendi kimlikleriyle katılmışlar, rasyonel bir kamusal tartışma ortamında bulunmuşlardır. CHP'nin kurumsal hesabından bu toplantı videolarını paylaşması, bir anlamda bu kamusal tartışmanın zeminini genişletmek anlamına gelmektedir. Farklı sendikalara bağlı olarak çeşitli sektörlerde çalışanların sorunlarının dijital bir ortamda görünürlük kazanmasını sağlayan bu girişim, aldığı beğeni sayısı ile diğer paylaşımlara göre daha yüksek bir etkileşim oranı yakalamıştır. Ancak, özellikle COVID-19 pandemisi sürecinin güvencesiz toplum kesimlerini bir "ekonomik kız" ile karşı karşıya bırakması ve bu kesimler için bir "ekonomik destek" sağlanması konularında CHP'nin bir tartışma başlatmaması ve bu sorunları kamusal alana taşımaması bir eksiklik olarak değerlendirilebilir. CHP'nin en çok yer verdiği ikinci kelime ise "demokrasi"dir. Demokrasiyi, sırasıyla "işsizlik" ve "insan hakları" konuları takip etmiştir. Bir muhalefet partisi olarak CHP'nin bu temel konu başlıklarıyla ilgili olarak toplam 14 tweet atmış olması, "ekonomik kriz" ve "hukuk devleti" konularına/sorunlarına sadece bir kez, "ekonomik destek" konusuna ise hiç değinmemesi, canlı bir kamusal tartışma ortamı yaratmak açısından zayıf bir tutum olarak değerlendirilmiştir. İktidar partisinden farklı olarak ana muhalefet partisinden, daha yoğun ve güçlü bir eleştirel tartışma ortamı yaratması beklenirken, bunun tam tersi bir yol izlemesi, dijital siyaset olanaklarını etkin bir şekilde kullanmadığını göstermektedir.

Burada her iki parti açısından üzerinde durulması gereken bir diğer husus ise, tweetlerinin binlerce beğeni almasına rağmen, yorum ve eleştiri yazan kullanıcılara bir yanıt verilmemiş olmasıdır. Bunun anlamı, yurttaşlara kamusal tartışma ortamı yaratılarak onlarla bir diyalog içinde olunmaması ve yurttaşların görüşlerinin siyaset alanı üzerinde belirleyici bir etkisinin bulunmamasıdır. Ayrıca, "demokrasi" ve "insan hakları" kavramlarının, her iki siyasal partinin söylemlerinde yer almakla birlikte, fiili olarak hayata geçirildiği/geçirilmediği somut pratikleri anlatmak için kullanılmak yerine, daha çok soyut düzeyde ve ütöpik bir dünya tanımı bağlamında kullanılmasını da hem iktidar hem de muhalefet partisinden bir söylem üretme ve Alhusseryan bir yaklaşımla, "seçmeni" bir özne olarak çağırma stratejisi olarak değerlendirmek mümkündür.

Dijital siyaset alanı olarak önemli bir işleve sahip olan Twitter'da, demokratik bir toplumdaki toplumsal ve ekonomik eşitsizliklerin ve sorunların temelini oluşturan sorunlara ilişkin iktidar ve ana muhalefet partilerinin nasıl bir alan açtığını ve bu konulara ne ölçüde yer verdiğini ve kamusal bir tartışma gündemi oluşturup oluşturmadığını anlamak amacıyla belirli anahtar kelimeler üzerinden yapılan incelemede öne çıkan temalar, yurttaşların yaşamını doğrudan etkileyen yakıcı sorunların siyaset alanında yeterli bir karşılık bulmadığını göstermektedir. İçinde yaşadığımız dünyada hayata geçirilmesi zor, daha çok ütöpik ve hayali anlamlarla yüklü "demokrasi" ve "insan hakları" kavramlarının hem iktidar hem de muhalefet siyaset dilinde aynı yoğunlukta yer alması bir siyasi illüzyondur. Tweetlerde en çok bahsi geçen "demokrasi" kavramı, sorunların köküne inmeyi amaçlayan temel bir ilke olarak değil, daha çok bir slogan olarak kullanılmıştır. Diğer sorun alanlarını ifade eden kelime gruplarının ise, siyasal söylemlerde yer bulma oranı çok düşük düzeydedir. Bu veriler ışığında, iktidar ve ana

muhalefet partilerinin, dijital siyaset ortamını ve olanaklarını ortak sorunları tartışmak, rasyonel bir kamusal alan yaratmak ve daha adaletli ve demokratik bir düzen inşa etmek amacıyla kullanmadıkları görülmektedir. Ayrıca, AK Parti ve CHP'nin, parti örgütlenmelerindeki Bilgi ve İletişim Teknolojileri birimleri ile bir anlamda dijital olanaklardan yararlanma ve dijitalleşmeyi kavrama konusunda bir yaklaşımının olduğu söylenebilir. Ancak, bu dijital dönüşüm süreci, geleneksel siyaset yapma biçimlerinin terkedildiğine ve demokrasiye daha fazla yaklaşıldığına dair bir yeterli bir kanıt sunmamaktadır.

5. Sonuç

Konuşma ve tartışma, müzakereci eylemin kaynağını oluşturmaktadır. Siyasal iletişim tartışmalarında medya, müzakereyi kolaylaştırma potansiyeli bakımından ele alınmakta, ancak müzakereci ideal, eleştirel bir bakış açısı olarak hâlâ arka planda kalmaktadır. Medya ile aracılanmış müzakereci temel özellikleri arasında sağlam bir bilgi tabanı oluşturma ve geniş bir çözüm yelpazesi tanımlama, farklı görüşlere alan açma ve saygı duyma yer almaktadır (Gastil, 2008). Miller (2016), sosyal medyada yürütülen siyasi faaliyetlerin siyasi kararlara çevrilmesi ve yansıtılması, siyasi temsilcilerin ve kurumların yurttaşların endişeleri ve deneyimlerinden daha fazla haberdar olması için fırsatlar sunduğuna ve çevrimiçi tartışmaların siyasi kararlara katkıda bulunabileceğine, özellikle, siyasetle sosyal medya üzerinden ilgilenen bireyler için dijital katılımın "gerçek" bir katılım olduğuna işaret etmektedir. Gerbaudo (2018) ise, dijital siyasetin hem potansiyeli hem de risklerine dikkat çekerek, "yeni siyaset" yaklaşımını güçlendiren dijital teknolojilerin yeni bir kitlesel katılım modeli sunduğunu; ancak, dijital demokrasinin katılımcı platformlarının, gerçek karar verme ve çoğulculuk için bir alan olmak yerine, liderliğin sürekli olarak kendi fikir birliğini kontrol etme ve doğrulama amacıyla da kullanıldığını ve halkoylaması gibi çarpıtmaların bilincinde olmak gerektiğini vurgulamaktadır.

Özellikle, dijital siyaset ve demokrasi alanının yurttaşlara aşağıdan yukarıya doğru siyasete katılım olanağını sağladığını ve siyasal aktivizm kanallarını açtığını söylemek mümkündür. Bu noktadan hareketle, sosyal medya, özellikle Twitter ile aracılanmış iletişimin de bu koşulları sağlaması, yüz yüze iletişimdeki gibi dolaysız ve müzakereci yönünün güçlü olması beklenmektedir. Ancak, Türkiye'deki dijital siyaset pratiğinin bir kesitine odaklanan bu analizin sonucunda, iktidar ve ana muhalefet partisinin, diğer Twitter kullanıcıları ile doğrudan bir sohbet ve diyalog kurmak yerine sadece, mesaj iletmek şeklinde bir iletişim tarzını benimsedikleri tespit edilmiştir. Türkiye'deki dijital siyaset ve demokrasi pratiğinin Twitter'daki tezahürlerine bakıldığında, iktidar partisinin daha çok hükümet idaresi ve hizmetleri hakkında bilgileri paylaştığı, ana muhalefet partisinin ise, güncel siyasal tartışmaların çerçevesinde kaldığı ve özgün bir gündem yaratmadığı, her ikisinin de genellikle yukarıdan aşağıya bir iletişim sürecini devam ettirdikleri görülmektedir. İktidar ve ana muhalefet partisinin Twitter'ı kullanma örüntüleri üzerinden dijital siyaset pratiklerinin ana hatlarını çizmeyi amaçlayan bu çalışma, siyasetçi-yurttaş ilişkisinin dijital kamusal alanda nasıl işlediğine odaklanmış ve dijital siyasal iletişim biçimlerinin geleneksel siyasal iletişim biçimlerinden çok farklı olmadığı, diyaloga kapalı ve tek yönlü olarak işlediği ve egemen siyaset yapma biçimlerinin eleştirel kamusal tartışmalara alan açmadığı sonucuna ulaşmış, siyasi partilerin bir kamusal müzakere ortamı yaratmak yerine, sadece siyasal amaçlarına yönelik polemikleri yeniden üreten ve sorunların çözümü yerine sadece gündemdeki tartışmalara değinen bir siyasal dile sıkıştıklarını göstermiştir. Bu örüntü, egemen siyasal kültürün dijital ortamda yurttaşlara yeni fırsatlar sunmadığı, özellikle muhalefet

partisinin eleştirel bir kamusal alan yaratmada ve Twitter'da kendi siyasal gündemini inşa etmede yetersiz kaldığı anlamına gelmektedir.

Siyasal partilerin etkileşim örüntüleri kadar, söylemlerinin merkezindeki temaları ortaya koymak amacıyla, liberal demokratik bir siyasal sistemi tanımlayan ve bu sistemden doğan konuları ve sorunları kapsayan anahtar kelimeler üzerinden yapılan incelemede ise, her iki siyasal partinin de toplumsal kriz, siyaset ve ekonomi temelli sorunları söylemlerinden dışladığı sonucuna ulaşılmıştır. İktidar partisinin belirli ve somut bir konuda kamusal bir söylem üretmekten çok, soyut bir demokrasi anlatısını ön plana çıkardığı, özellikle, pandemiden kaynaklı ekonomik sorunlara yüzeysel değinerek, yapılacaklardan çok, "yapılmış olanı" vurguladığı görülmüştür. Ana muhalefet partisi ise, en çok pandemiden kaynaklanan sorunlara değinmiş, ancak temel sorunlara yönelik dikkat çeken bir siyasal tartışma başlatmamış ve eleştiri getirmemiştir. Ana muhalefet partisi de tıpkı iktidar partisi gibi, en çok soyut bir demokrasi kavramına sarılmış, ancak bu demokrasi kavramının neleri içermesi gerektiği sorusunu her iki parti de yanıtız bırakmıştır. Twitter'daki etkileşim biçimlerine ilişkin veriler, iktidar ve ana muhalefet partisinin yurttaşların yaşamsal sorunlarına dair temel konuların ele alındığı bir kamusal tartışma açmadıklarını, daha çok duyurma, seslenme ve kamuoyu oluşturma gibi geleneksel siyasal iletişim kodlarıyla hareket ettiklerini, ancak bunu diyalog ve müzakere yoluyla değil, sadece tek yönlü ve sınırlı bir biçimde yaptıklarını ortaya koymuştur. Twitter yoluyla siyasetle ilgilenmeye eğilimli olan yurttaşlarla karşılıklı bir diyaloga geçilmemesi, tweetlerin sayısının ve etkileşim düzeyinin düşüklüğü, her iki parti açısından da tek yönlü bir iletişim tarzına işaret etmektedir.

İnternet, yurttaşlara, siyasal kampanyaların seyircisi olmaktan çok daha fazlasını sunmaktadır. Sosyal medya, siyasette başarının merkezi haline gelmiş, oy verme davranışlarından kamuoyu oluşturmaya kadar farklı süreçleri belirlemeye başlamıştır. Yurttaşların kendi aralarındaki ve siyasetçilerle konuşmalarının ve ortak sorunlar için söz söylemelerinin, demokratik kamusal alanın oluşması ve gelişmesi için bir katalizör olduğunun altını çizmek gerekmektedir. Ayrıca, yurttaşların sosyal medya platformlarını kamusal sorunları tartışmak, soru sormak ve siyasetçilerden geri bildirim almak için kullanmaları konusunda talepkâr olmaları da önemlidir. Böylece, dijital siyaset kanalları daha açık olacak ve dijital kamusal alanın etki gücü artacaktır. Vaccari (2013: 213, 217), dijital siyasetin, medya ile aracılanmış siyasetin diğer biçimlerinden ayrı olmadığını ve bu açıdan medya-siyaset ilişkilerine yönelik paradigmaların, çevrimiçi siyasal iletişimle de ilgili olduğunu, çevrimiçi bilginin geleneksel medyanın siyasi konuları nasıl kapsadığı ve özellikle de halk arasında kamu işlerine olan ilgiyi nasıl teşvik ettiği ile etkileşime girdiğini, dijital çağda medyanın, çevrimiçi olarak kendini gösteren siyasi bilgi talebinin şekillenmesine katkıda bulunduğu için önemli bir rol oynadığını ve çevrimdışı gerçekliklerin dijital siyaseti şekillendirdiğini vurgulamaktadır. Dolayısıyla, çevrimiçi siyaset, toplumsal ve siyasal yapılar ve süreçlerle bütünleşmektedir.

Dijital kamusal tartışmaların canlı veya sönük olması, siyasal kültürle ve medyanın çoğulcu ve demokratik olup olmamasıyla da yakından bağlantılıdır. Sosyal medya, yurttaşların bir alışkanlık ve rutin olarak, hayatlarını şekillendiren kurumlara ve ortak yarar için alınan kararlara katıldıkları günlük bir demokrasiye doğru ilerlemeyi sağlama potansiyeline sahiptir. Ancak, sosyal medyanın herkes için erişilebilir olmadığı da unutulmamalıdır. Dijital eşitlik sorunu da dijital siyaset ve demokrasi tartışmalarının merkezinde yer almalı, dijital siyasetin yükselişi, aynı zamanda dijital demokrasinin yükselişini de beraberinde getirmelidir. Dahlgren (2005: 153), ağ tabanlı kamusal alanın en önemli unsurlarından biri olarak, yurttaşlar arasında görüş alışverişinin ve müzakerelerin gerçekleştiği çeşitli sivil forumlara dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, dijital siyaset pratiklerini anlamaya ve analiz etmeye yönelik gelecek araştırmalarda, siyasal aktörler ve yurttaşlar arasındaki dijital siyasal iletişim süreçlerine ek olarak, dijital

kamusal alanın önemli aktörlerinden biri olan bu sivil forumların nasıl işlediğinin ve siyasete etkilerinin değerlendirilmesi de kuşkusuz çok önemlidir ve dijital siyaset alanının daha bütüncül kavranmasına katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

COLEMAN, S. ve D. FREELON, (2015). Introduction: conceptualizing digital politics. Stephen Coleman ve Deen Freelon (Ed.). *Handbook of Digital Politics* içinde (s. 1-13). Cheltenham: Edward Elgar Publishing, Inc.

COULDRY, N. (2015). The Social Foundations of Future Digital Politics. Stephen Coleman ve Deen Freelon (Ed.). *Handbook of Digital Politics* içinde (s. 35-50). Cheltenham: Edward Elgar Publishing, Inc.

DAHLGREN, P. (2005). The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation, *Political Communication*, 22:2, 147-162, DOI: [10.1080/10584600590933160](https://doi.org/10.1080/10584600590933160)

DAHLGREN, P. (2015). The Internet as a Civic Space. Stephen Coleman ve Deen Freelon (Ed.). *Handbook of Digital Politics* içinde (s. 17-34). Cheltenham: Edward Elgar Publishing, Inc.

FUCHS, C. (2021). "The Digital Commons and the Digital Public Sphere: How to Advance Digital Democracy Today", *Westminster Papers in Communication and Culture* 16(1). s. 9-26. doi: <https://doi.org/10.16997/wpsc.917>

GASTIL, J. (2008). *Political Communication and Deliberation*. Thousand Oaks: Sage.

GERBAUDO, P. (2018). Digital parties on the rise: a mass politics for the era of platforms, Erişim adresi: <https://www.opendemocracy.net/en/digitaliberties/digital-parties-on-rise-mass-politics-for-era-of-platforms/>

GERBAUDO, P. (2019). *The Digital Party: Political Organisation and Online Democracy*. London: Pluto Press.

HALL, J. (2022). *Politics and the Media: Intersections and New Directions*. Thousand Oaks: Sage.

HINDMAN, M. (2009). *The Myth of Digital Democracy*, Princeton: Princeton University Press.

KAUFMANN, M. ve J. JEANDESBOZ (2017). Politics and 'the digital': From singularity to specificity, *European Journal of Social Theory*, Vol. 20(3) 309-328, <https://doi.org/10.1177/1368431016677976>

KOC-MICHALSKA, K. ve D. LILLEKER (2017). Digital Politics: Mobilization, Engagement, and Participation, *Political Communication*, 34:1, 1-5, DOI: 10.1080/10584609.2016.1243178

LILLEKER, D. G. ve Karolina KOC-MICHALSKA (2017). What Drives Political Participation? Motivations and Mobilization in a Digital Age, *Political Communication*, 34:1, 21-43, DOI: 10.1080/10584609.2016.1225235

MCNAIR, B. (2018). *An Introduction to Political Communication*, Oxon: Routledge.

MILLER, C. (2016). *The Rise of Digital Politics*. London: Demos.

PERSILY, N., ve TUCKER, J. (2020). Introduction. N. Persily ve J. Tucker (Ed.). *Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform* içinde (s. 1-9). Cambridge: Cambridge University Press.

ROGERS, R. (2019). *Doing Digital Methods*. London: Sage.

SIMON, J., Theo BASS ve Victoria BOELMAN (2017). Digital Democracy: The tools transforming political engagement, Erişim adresi:

https://media.nesta.org.uk/documents/digital_democracy.pdf

VACCARI, C. (2013). Digital Politics in Western Democracies: A Comparative Study. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

VACCARI, C. (2017). Online Mobilization in Comparative Perspective: Digital Appeals and Political Engagement in Germany, Italy, and the United Kingdom, *Political Communication*, 34:1, 69-88, DOI: 10.1080/10584609.2016.1201558

Summary

Digital politics deals with how Internet technologies have affected the complex interactions between political actors and their constituents (Vaccari, 2013). New technologies radically have transformed democracy or reinforced existing patterns in the way citizens interact with their representatives. In the digital age, political institutions, activities, and relationships are increasingly mediated and shaped by information and communication technologies. Digital politics is a highly diversified field, encompassing both the digitization of pre-existing political activities and the emergence of new forms of political action and participation that have no clear counterpart in the offline world. The concept of digital democracy, on the other hand, means using technology to be in solidarity with the "marginalized" and to defend the rights of societies. At the center of the discussions on digital democracy are the efforts to discover the democratic potential of information and communication technologies. Digital politics includes both opportunities and risks for politicians and refers to a "new politics" understanding. In order to understand the tendencies of the ruling and main opposition parties towards this "new politics" understanding which is based on the use of the opportunities offered by digital technology to create a more democratic society, in this study, the interaction patterns on Twitter and the themes at the center of their discourse during the COVID-19 pandemic process have been analyzed.

It is important to consider digital democracy and digital politics discussions together with the concept of "digital public sphere" in order to provide a holistic perspective. The digital public sphere means the visibility of critical public discussions as a dimension of the public sphere in societies where digital communication is common (Fuchs, 2021: 13). Fuchs (2021: 23) states that digital democracy requires critical and participatory citizens who practice democratic debate, that citizens need time, space, education and participation opportunities to develop and apply their democratic, digital, political, social, cultural and other skills and points out the importance of platforms providing opportunities for critical discussion.

In this study, it has been examined how the ruling and main opposition parties integrate the social networks into their decision-making structures and the tendencies towards this "new politics" understanding based on the use of digital technology for a more democratic society and discussed what kind of contributions it has made to the development of a rising democracy and how politics has been transformed in the digital age. In addition, an answer has been sought to the question of how political parties changed in the era of social media, and the opportunities and constraints of digital politics practice have been analyzed. This study has concluded that digital political communication forms are not much different from traditional forms of political communication, that they operate in a one-way and non-dialogue manner, and that the dominant forms of politics do not open up space for critical public discussions.

The patterns of social media usage of the political parties have shown that the dominant political culture does not offer new opportunities to citizens in the digital environment, and especially the opposition party is insufficient in creating a critical public sphere and building its own political agenda on Twitter. In the analysis made through the keywords referring to the social issues, it was found the socio-economics-based problems have not been discussed sufficiently by both political parties. It has been observed that two political parties emphasize an abstract democracy narrative rather than producing a public discourse on specific and concrete issues and refer superficially to the economic problems stemming from the pandemic, emphasizing.

It should be underlined that the way citizens talk among themselves and with politicians and have a say on common problems is a catalyst for the formation and development of the democratic public sphere. On the other hand, it is also important for citizens to be demanding to use social media platforms to discuss public issues, ask questions and get feedback from politicians. Thus, digital politics channels will be more open and the influence of the digital public sphere will increase. Social media have the potential to drive progress towards an everyday democracy in which citizens habitually and routinely participate in the institutions that shape their lives and in decisions made for the common good. However, it should be noted that social media is not accessible to everyone. The problem of digital inequality should also be at the center of discussions on digital politics and democracy; the rise of digital politics should also bring the rise of digital democracy.

Türkiye'deki "Dijital Doğan" Gazetelerin Sürdürülebilirliklerini Sağlamalarının Yolları: Bir Alan Araştırması*

A. Sevtap DEMİR**

Öz

Bu çalışma, Türkiye'deki dijital olarak doğan gazetelerin gelir kaynaklarını, bu alanda varlıklarını sürdürebilmek için ne tür stratejiler uyguladıklarını ve geleneksel medyanın internet siteleri ile rekabet edip edemediklerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmada inceleme nesnesi olarak "dijital doğan" gazeteler seçilmiştir çünkü geleneksel medyanın internet siteleri çoğunlukla bilinen ve okuyucuda alışkanlık yaratmış markalar oldukları için dijital alanda da bunun avantajını kullanmakta, reklam almakta sorun yaşamamaktadır. Oysa dijital doğan gazeteler, bir marka bilinirlikleri olmadan alana girmektedir ve dolayısıyla daha dezavantajlı konumdadır. Dolayısıyla hayatta kalmak ve sürdürülebilirliklerini sağlamak için belirli gelir kaynakları yaratmak ve çeşitli stratejiler geliştirmek zorundadırlar. Bu amaçla çalışmada dokuz "dijital doğan" gazetenin yetkilileriyle derinlemesine görüşmeler yapılmış, böylece bu gazetelerin sürdürülebilir olma yollarının neler olduğu ortaya konmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijital gazetecilik, yeni medya ekosistemi, dijital gazeteciliğin ekonomisi, yeni medyanın ekonomi politikası, dijital reklamcılık

Ways of Sustainability of "Digital-Born" Newspapers in Turkey: A Field Study

Abstract

This study aims to reveal the sources of income of digitally born newspapers in Turkey, what kind of strategies they implement in order to maintain their existence in this field, and whether traditional media can compete with internet sites. In the study, "digital born" newspapers were chosen as the object of study, because the traditional media's websites are mostly well-known brands that have created a habit in the reader, they take advantage of this in the digital field as well, and they do not have any problems in getting advertisements. However, digitally born newspapers enter the field without a brand



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 01.02.2022

Kabul/Accepted: 10.01.2023

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.1066440>

* Makale, yazarın 2019 yılında Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Ana Bilim Dalı'nda Prof. Dr. Gamze YÜCESAN ÖZDEMİR danışmanlığında tamamladığı "Türkiye'deki Dijital Doğumlu Gazeteler ve İş Modelleri" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir. Makalenin bir kısmı İstanbul Gelişim Üniversitesi tarafından 2-3 Aralık 2021 tarihinde düzenlenen V. Uluslararası Yeni Medya Konferansında "Yeni Medyaya Ekonomi-Politik Bir Bakış: Türkiye'deki Dijital Doğan Gazetelerle Geleneksel Medya İnternet Sitelerinin Karşılaştırmalı Bir Analizi" başlığıyla sözlü bildiri olarak sunulmuştur. Bildiri özeti, kongre bildiri kitabında yayımlanmıştır.

** Dr. Öğr. Üyesi, Bozok Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Yozgat, Türkiye.
E-posta: sevtap.demir@yobu.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0003-4474-280X>

awareness and are therefore in a more disadvantageous position. Therefore, they have to create certain income sources and develop various strategies in order to survive and ensure their sustainability. For this purpose, in-depth interviews were conducted with the officials of nine "digital born" newspapers, so that the ways of sustainability of these newspapers were tried to be revealed.

Keywords: Digital journalism, new media ecosystem, economics of digital journalism, political economy of new media, digital advertising

Giriş

İnternetin gelişmesiyle birlikte basılı gazeteler, haberlerini internet üzerinden kurdukları web siteleriyle vermeye başlamış, başlarda gazetenin aynısını Web'de yayınlamak şeklinde olan bu geçiş, daha sonra internet için ayrı içerik oluşturma şekline dönüşmüştür. Bu süreç dünyada Türkiye'ye göre çok daha önce gerçekleşmiştir. 1980'den itibaren New York Times ve Wall Street Journal, çevrimiçi olarak (ilk önce çevrimiçi veri tabanlarında, daha sonra gazete web sitelerinde ve haber portallarında) haberlerini sunmuşlardır. 1998'de 750'den fazla Amerikan gazetesi web sitelerinde haberlerini sunarken, 2000 yılında bu sayı 1207'ye çıkmıştır (Boczkowski'den aktaran Leuridijk vd. 2012: 7).

Bu dijital gazetelere ek olarak doğrudan dijital olarak yayına başlayan bir başka deyişle "dijital doğan" gazeteler de ortaya çıkmıştır. İnternette çok sayıda ücretsiz içeriğin artması sonucu haber tüketicilerinin haber alma pratikleri de değişmiş ve giderek dijital alana yönelmiştir. Dijital gazeteler başlarda sadece metine ağırlık vermişler fakat giderek video içerikleri de eklemeye başlamışlardır. Böylece sadece basılı gazetelerden değil, televizyondan da izleyici çekmeye başlamışlardır.

Teknolojik gelişmelerin etkisiyle yeni araçlar da ortaya çıkmıştır. Okuyucular artık haberi sadece bilgisayarlarından değil, ipad, mobil telefon gibi araçlardan okumaya başlamışlardır. Sosyal medyanın gelişmesi de okuyucuların internet üzerinden habere ulaşma pratiklerinde değişime neden olmuştur. Artık haber okuyucuları bilgisayarlarından bir haber sitesini açarak haber okumak yerine, sosyal medya hesaplarından haberleri okumakta ve bu kanal aracılığıyla haber sitelerine yönlendirilmektedir¹. Dolayısıyla dijitalleşme haber üretimi, dağıtımı ve tüketiminde önemli değişikliklere yol açmıştır.

Bu gelişmeler, basılı gazetelerin satış ve reklam oranlarında düşüşe neden olmuştur. Dünya çapında yapılan çok sayıda araştırma, basılı gazete satış ve reklam oranlarının her yıl giderek azaldığını, dijital alana ayrılan payın ise artmaya devam ettiğini ortaya koymaktadır². Böylece tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de bazı basılı gazeteler yayınlarını kapatıp dijital geçiş yaparken, doğrudan dijital olarak yayın hayatına

¹ Reuters 2016 Dijital Haberler Raporu'na göre, haber okuyucularının yüzde 51'i, sosyal medyayı bir haber kaynağı olarak her hafta kullanmaktadır. Sosyal medyayı ana haber kaynağı olarak kullananların oranı ise yüzde 12'dir (Newman, 2016). Reuters 2019 Dijital Haberler Raporu'na göre ise, okuyucuların yüzde 66'sı, haber okumak için mobil telefonu tercih etmektedir (Newman, 2019).

² Reklamcılar Derneği'nin 2019 yılının Mart ayında yayınladığı 2018 Medya ve Reklam Yatırımları Yıl Sonu Raporu'na göre, dünyadaki medya yatırımlarında yazılı basına ve televizyona ayrılan pay düşmeye devam ederken, dijital alana ayrılan pay ise her geçen yıl yükselmektedir. Raporda, dünyada dijital alana ayrılan reklam payı yüzde 41'lik bir oranla tüm mecralar arasında ilk sırada yer almaktadır.

başlayan gazeteler ortaya çıkmıştır. Türkiye'de bu anlamda yaşanan önemli gelişmelerden biri, 2009 yılında yayın hayatına başlayan Habertürk gazetesinin Temmuz 2018'de basılı yayınına son verip, sadece dijital alanda yayın yapmaya başlamasıdır. Ciner Yayın Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Kenan Tekdağ, bu kararın nedenini, basılı gazete reklamlarının dijital alana ve televizyona gitmesi ve böylece gazete maliyetlerinin karşılanmasının zorlaşmasıyla açıklamaktadır. Tekdağ ayrıca, Türk gazetelerinin tirajının ve reklam gelirlerindeki payının son beş yılda giderek azaldığını, baskı maliyetlerinin ise sürekli arttığını belirtmiştir (Yanatma, 2018). 2018 yılı Kasım ayında ise Vatan Gazetesi, aynı grup (Demirören Medya Grubu) bünyesindeki Milliyet Gazetesi'nin hafta sonu eki olarak yayın hayatına devam etmeye başlamıştır. Gazete, bu tarihten itibaren gazetevatan.com olarak dijital alanda yayın hayatına devam etmektedir. Bunun yanında Türkmedya bünyesinde bulunan Güneş gazetesi³ ve Star Gazetesi⁴ de Aralık 2019'da günlük baskılı yayınlarına son vererek, yayın hayatlarına dijital olarak devam etme kararı almış, Güneş Gazetesi Akşam Gazetesi'nin bir eki olarak yayımlanmaya başlamıştır. Gazetenin Genel Yayın Yönetmeni Nuh Albayrak, son sayıdaki yazısında "Artık, sürdürülebilir ve aktif gazetecilik ancak dijital platformda mümkündür" ifadelerini kullanmıştır(<https://www.haberturk.com/star-gazetesi-kapandi-gunes-gazetesi-aksam-in-eki-oldu-2554428>).

Çalışmada inceleme nesnesi olarak sadece "dijital doğan (digital-born) gazeteler seçilmiştir. Çünkü geleneksel medyanın haber siteleri çoğunlukla bilinen ve okuyucuda alışkanlık yaratmış markalardır, oysa dijital doğan gazeteler, bir marka bilinirlikleri olmadan alana girmektedir ve dolayısıyla daha dezavantajlı konumdadır. Bu nedenle hayatta kalmak ve sürdürülebilirliklerini sağlamak için belirli gelir kaynakları yaratmak ve çeşitli stratejiler geliştirmek zorundadırlar. Bu çalışmanın amacı, dijitalde doğan gazetelerin gelir kaynakları, bu alanda varlıklarını sürdürebilmek için ne tür stratejiler uyguladıkları ve geleneksel medyanın internet siteleri ile rekabet edip edemediklerini ortaya koymaktır.

Bruno ve Nielsen (2012), Almanya, Fransa ve İtalya'dan toplam dokuz dijital doğan gazete örneğinde dijital doğan gazetelerin hayatta kalma stratejilerini ve sürdürülebilir olma yollarını incelemişlerdir. Çalışmaya göre, dijital girişimlerin başarılı olup olmamasında, bu ülkelerdeki internet kullanım oranları, dijital alana ayrılan reklam payları ve geleneksel medyanın güçlü olup olmaması önemli faktörler olarak öne çıkmıştır. Cook ve Sirkunen de (2013), 10 ülkedeki 69 dijital doğan gazetecilik sitesinin iş modellerini inceleyerek ülkelerin genel gazetecilik endüstri yapısının o ülkedeki dijital gazetelerinin gelişimini etkilediğini bulmuşlardır. Elbette bu çalışmada da Türkiye'deki dijital girişimlerin başarılı olup olmamasında da bir bütün olarak Türkiye'deki gazetecilik endüstrisinin ve geleneksel medya endüstrisinin önemli olduğu iddia edilmektedir. Çünkü dijital gazetecilik endüstrisi sadece dijital gazete sektörü incelenerek açıklanamaz. Örneğin Türkiye'de önceki yıllarda da temel haber alma kaynağı dijital medya olmasına rağmen, reklam yatırımları içerisinde en fazla payı yine de televizyon almaktaydı. Bunu, reklam verenlerin hâlâ televizyonu en önemli reklam mecrası olarak görmesiyle açıklamak mümkündür. Fakat Nisan 2022 tarihli "Türkiye'de

³ 19 Şubat 1982 yılında İstanbul'da yayın hayatına başlayan Güneş gazetesi mali kriz nedeniyle 6 Mart 1992 yılında kapatılmış, 1996 yılında Çukurova Holding tarafından satılan alınmıştır. 2013 yılında TMSF'ye devredilen ve Ethem Sancak'a satılan gazete daha sonra Türkmedya'nın sahibi Hasan Yeşildağ tarafından alınmıştır.

⁴ Gazete, 1989 yılında Uzan Holding bünyesinde yayımlanmış, 2004 yılında TMSF'ye devredilmiştir. 2007 yılında Ethem Sancak tarafından alınan gazete, şu anda Hasan Yeşildağ'ın sahibi olduğu Türkmedya bünyesinde bulunmaktadır.

Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları 2021 Raporu"⁵ na göre, dijital alana ayrılan reklam payı televizyonun iki katından daha fazladır⁶. Rapora göre, Türkiye'de 2021 yılında toplam medya ve reklam yatırımları 22 milyon 811 bin lira olarak ölçülmüş ve bu yatırımlar içerisinde dijital alana ayrılan reklam payı yüzde 67,3 olmuştur. Televizyonun toplam reklam yatırımları içerisinde aldığı pay ise yüzde 25,77'dir⁷. Bir önceki dönemde dijital mecraların reklam payı yüzde 65, 6 iken, televizyonun payı ise yüzde 27, 9'dur. Yani dijital alana ayrılan reklam payı giderek artmaktadır ve bu durum Türkiye'de dijital doğan gazetelerin başarılı olması için bir avantajdır. Tabii burada başka bir sorun, bu orandan dijital haber medyasının çok az bir pay alması, esas payı sosyal medya platformlarının almasıdır⁸ Dijital haber medyasının aldığı payı da dijital doğan gazeteler tek başlarına değil, geleneksel medya internet siteleriyle birlikte almaktadır⁹.

Bruno ve Nielsen (2012), Batı Avrupa'daki çevrimiçi gazetecilik girişimlerine bakarak gazeteciliğin sürdürülebilir biçimleri için beklentilerin ve öngörülerin neler olduğunu ortaya koymayı amaçlamıştır. Ülkeler arasındaki farklılıklara rağmen yeni girişimlerin hayatta kalması için bir takım ortak özellikler de bulunmaktadır. Raporda bunlar; "farklı ve kaliteli içerik sunmak, çeşitlenmiş gelire sahip olmak ve niş kitlelere yönelik olmak" olarak ortaya konmuştur (Bruno ve Nielsen, 2012:6).

Nicholls ve diğerleri de *2017 Dijital Haberler Raporu'nda* benzer şekilde yedi uluslararası dijital doğan haber medyasını işletme, dağıtım ve editörlük stratejileri temelinde analiz etmişlerdir. Bunların içinde HuffPost ve Mashable gibi köklü oyuncuların yanı sıra *Quartz* gibi yeni oyuncular; *De Correspondent* (Hollanda'dan) ve *Brut* (Fransa'dan) gibi örnekler bulunmaktadır. (Diğer iki örnek *Business Insider* ve *Vice*'dir). Belli bir izleyici kitlesi ve etkinliğe ulaşmış olan bu girişimlerin temel stratejilerinin ilk önce geniş bir izleyici kitlesi oluşturmaya yönelik birden fazla pazarı hedefleyen küresel bir strateji izledikleri, daha sonra da reklamlardan kâr elde etmeyi bekledikleri belirtilmektedir. Ayrıca bu girişimlerin internet kullanımının yaygın olduğu ve dijital medyanın genel reklamcılıktan büyük bir pay aldığı yüksek gelirli ülkelerde yoğunlaştığı da gözlemlenmiştir (Nicholls vd., 2017)

Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada benimsenen kuramsal yaklaşım eleştirel ekonomi-politik yaklaşımdır. Geray eleştirel yaklaşımı, "iletişim sürecinin, toplumsal, tarihsel ve kültürel bağlamda ele alındığı" yaklaşım olarak tarif etmektedir (2017: 54). Ekonomi politik yaklaşım ise, "iş/ekonomi alanıyla, toplumsal, siyasi politikaları bir arada ele alır" (2017: 56). Ekonomi politik yaklaşımların ortak özellikleri, "toplumsal güç/iktidar ilişkilerini temel almaları, var olan egemenlik yapılarına karşı çıkmaları ve eşitlik, hakkaniyet, adalet, toplumun/kamunun genel çıkarı gibi değer yargılarını çözümlemelerine katmalarıdır" (Babe'den aktaran Geray, 2017: 56).

⁵ Reklamcılar Derneği öncülüğünde, Açık hava Reklamcılar Vakfı (ARVAK), İnteraktif Reklamcılık Derneği (IAB TR), Mobil Mecralar Araştırma Pazarlama ve Reklamcılık Derneği (MMA), Reklamverenler Derneği (RVD) ve Ulusal Radyo Yayıncıları Derneği (URYAD) tarafından 2019 yılından itibaren her sene iki kez yayınlanmaktadır.

⁶ https://www.rvd.org.tr/uploads/2022/04/medyayatirimlari_2021yilsonu_raporu_final.pdf

⁷ Aynı raporda, basın payı yüzde 1,59; radyonun 1,49, açık hava reklamcılığı ise yüzde 3,39 olarak ölçülmüştür.

⁸ Sosyal medyanın dijital reklam gelirleri içerisindeki payı yüzde 60'tır.

(https://www.rvd.org.tr/uploads/2022/04/medyayatirimlari_2021yilsonu_raporu_final.pdf).

⁹ Dijital doğan gazetelerin ve geleneksel medya internet sitelerinin dijital alana ayrılan reklam oranlarından ne kadar pay aldıkları kesin olarak ölçülememektedir.

İletişimin ekonomi politiği odağına, kültürel üretim ve dağıtım kimin kontrol ettiğini ve bu kontrolü uygulayan güçlerdeki değişimlerin kamusal alanı nasıl sınırlandırdığını ya da özgürleştirdiğini alır. Bunu da öncelikle bu ürünleri üreten kurumların sahiplik yapısını anahtar kavram olarak ele alarak yapar (Golding ve Murdock, 2002:77). Medya kurumu sahipleri, sahip oldukları şirketler üzerinde doğrudan iktidar uygulamalarının yanı sıra, pazara yeni giren daha küçük gruplar üzerinde de, pazardaki kuralları belirleyerek, dolaylı iktidar kurarlar (Golding ve Murdock, 2002: 79). Teknolojik ilerlemelerin etkisiyle değişen yeni medya düzeninde de bu alana büyük şirketler egemen olmuş ve pazarın kurallarını belirlemiştir, belirlemeye de devam etmektedir. Bu alandaki aktörlerin, pazar paylarının ve alandaki rekabet koşullarının ortaya konması bu çalışmanın amaçlarından biridir.

Bu noktada eleştirel ekonomi politik yaklaşım, internet ve teknolojiyle birlikte dönüşen gazetecilik pazarının, küçük sermayeli gruplarla büyük sermayeye sahip şirketler için eşit şartlar sunduğu ve eşit fırsatlar yarattığı "teknolojik belirlenimci" bakış açısını da eleştirmektedir. Çalışmanın varsayımlarından biri de "internetin ve teknolojinin, tek başına pazarı herkesin eşit fırsat ve kurallara tabi olduğu demokratik bir pazar haline getireceği" savının doğru olmadığı; internet alanının da kapitalist sermaye birikimi düzeninde işlemeye devam ettiğidir. Bu yaklaşımdan hareketle çalışmanın araştırma soruları şunlardır:

1) Türkiye'deki dijital doğan gazeteler, geleneksel medyanın internet siteleriyle rekabet edebiliyor mu?

2) Türkiye'deki dijital doğan gazetelerin en önemli gelir kaynakları neler?

3) Bu gelir kaynakları bu gazetelerin hayatta kalmasını ve sürdürülebilirliğini sağlamaları için yeterli mi?

4) Bu gazeteler gelirlerini artırmak ve alanda sürdürülebilirliklerini sağlamak için ne tür stratejiler geliştirmektedir?

Çalışmanın alan araştırması kısmı Türkiye'de yayın yapan dokuz dijital-doğan gazetesinin yetkilileriyle yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerin analizine dayanmaktadır. Bu gazeteler seçilirken Bruno ve Nielsen'in "*Survival is Success: Journalistic Online Start-Ups in Western Europe*" isimli, Reuters Gazetecilik Araştırmaları tarafından yayınlanan raporda Almanya, Fransa ve İtalya'dan seçtikleri toplam dokuz dijital doğan gazeteyi seçerken gözettileri kriterlerden faydalanılmıştır. Bu kriterler, güncel olayları ve haberleri odağına alan gazetecilik siteleri olmaları, Web'de faaliyet göstermeleri ve yeni girişimler olmasıdır (Bruno ve Nielsen, 2012:4).

Çalışmada bu kriterler gözetilerek seçilen dokuz dijital gazetesinin hepsi, düzenli olarak güncellenen, dijital doğan ve sadece çevrimiçi olarak yayınlanan ve eski medyaya bağlantısı olmayan yeni girişimlerdir. Bu dijital gazetelerin altı tanesi genel okuyucuya hitap eden, gündemdeki gelişmeleri ve son dakika haberlerini veren sitelerdir. Bunlar; haberler.com, medyafaresi.com, gazeteduvar.com, demokrathaber.org, sol.org.tr ve netgazete.com'dur. İki tanesi ise belli alanlarda, belli bir okuyucu kesimine hitap eden "niş"¹⁰ yayınlardır. Bunlar, kadın haberlerinin ağırlıkta olduğu istekadınlar.com ve spor sitesi olan sporx.comdur. Bu sekiz dijital gazete dışında yine genel okuyucuya hitap eden ve gündemdeki gelişmeleri yayınlayan dijital doğan gazeteplus.com sahibiyle de görüşülmüştür. Gazete çalışma kapsamında görüşüldükten bir süre sonra kapatılmış olsa da, gazetesinin kapanmış olmasının da dijital doğan gazetelerin sürdürülebilirliğini sağlama yolları hakkında fikir vereceği düşünülerek çalışmada yer verilmiştir.

¹⁰ Özel ilgi alanlarına yönelik yayınlardır. Ayrıntılı bilgi için bkz: (Anderson, 2008: 191-206).

Çalışmada analiz edilen bu dokuz dijital doğan gazetesinin yanı sıra cnntrk.com.tr İş ve İçerik Geliştirme Uzmanı Umut Katırcı ve halktv.com.tr Ankara sorumlusu Aydın Taş ile de yine yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Bu iki isim de uzmanlık alanları dijital gazetecilik olan ve yıllardır bu alanda çalışan isimlerdir. Bu nedenle bu görüşmeler hem bu alandaki işleyişi ortaya koymak ve anlamlandırmak bakımından oldukça faydalı olmuştur; hem de geleneksel medyanın internetteki versiyonlarıyla dijitalde doğan gazeteleri karşılaştırma imkanı da sağlamıştır. Çalışmada bu iki kişi ile yapılan görüşmelere de yer verilmiştir. Görüşmelere ilişkin bilgiler Tablo 1'de, gazetelere ait temel bilgiler ise Tablo 2'de gösterilmiştir.

Dijital Gazetenin İsmi	Görüşülen Kişinin İsmi	Görevi	Görüşülen Şehir	Görüşme Tarihi	Görüşme Şekli
Haberler.com	Duygu Göktaş Sümevra Teymür	Haber müdürü CEO	İstanbul	10 Ağustos 2017	Yüz yüze
Medyafaresi.com	Kubilay Tümen	Kurucu/Sahibi	İstanbul	10 Ağustos 2017	Yüz yüze
Gazeteduvar.com	Ali Duran Topuz	Genel Yayın Yönetmeni	İstanbul	18 Ekim 2017	Yüz yüze
Demokrathaber.org	Mehmet Göcekli	Kurucu/Sahibi	İstanbul	5 Haziran 2018	Yüz yüze
İstekadınlar.com	Tülay Şubatlı	Kurucu/Sahibi	İstanbul	14 Şubat 2018	Yüz yüze
Sporx.com	Tahir Kum	Genel Yayın Yönetmeni	İstanbul	15 Şubat 2018	Yüz yüze
Netgazete.com	Sırrı Sözütutan	Genel Müdür Yardımcısı	İstanbul	15 Şubat 2018	Yüz yüze
Sol.org.tr	Ali ufuk Arıkan Erman Çete	Genel yayın Yönetmeni/Editör	Ankara	1 Ekim 2017	Yüz yüze
Gazetepius.com	Süleyman Ürkmez	Kurucu/Sahibi	İstanbul	5 Haziran 2018	Yüz yüze
Cnntrk.com.tr	Umut Katırcı	İş ve İçerik Geliştirme Uzmanı	Ankara	17 Ağustos 2017	Telefon
Halktv.com.tr	Aydın Taş	Ankara sorumlusu	Ankara	13 Aralık 2017	Yüz yüze

Tablo 1. Görüşmelere İlişkin Bilgiler

Dijital Gazetenin İsmi	Kurulduğu Tarih	Sahiplik Yapısı	Gazetecilik Modeli	İş Modeli	Kâr zarar durumu
Haberler.com	2006	Şahıs- Yazılımcı	Rutin- güncel haber	Reklam	Kâr ediyor
Medyafaresi.com	2003	Şahıs-Gazeteci	Rutin güncel ve özel haber	Reklam	Geliriyle gideri denk
Gazeteduvar.com	2016	Şahıs-aktivist	Eleştirel-yavaş gazetecilik-analiz	Reklam	Geliriyle gideri denk
Demokratherg.org	2011	Şahıs-reklamcı	Eleştirel-yurttaş haberciliği	Reklam	Giderleri gelirlerinden daha fazla
İstekadınlar.com	2016	Şahıs-emekli gazeteci	Niş gazeteciliği	Reklam	Geliriyle gideri denk
Sporx.com	2005	Maximum İletişim Hizmetleri Şirketi	Niş gazeteciliği	Reklam	Kâr ediyor
Netgazete.com	1998	İhlas MedyaHolding	Rutin-güncel haber	Reklam	Kâr ediyor
Sol.org.tr	2008	Siyasi parti-TKP	Eleştirel-özel haber-yurttaş haberciliği	Reklam	Geliriyle gideri denk
Gazetepius.com	2015	Şahıs	Rutin haber	Reklam	Gideri gelirinden fazla

Tablo 2. Görüşme Yapılan Dijital Doğan Gazetelerle İlgili Temel Bilgiler

Dijital Gazetelerin Gelir Kaynakları: Reklam

Türkiye'deki dijital gazetelere bakıldığı zaman temel gelir kaynaklarının reklam olduğu görülmektedir. Dijitalleşme süreciyle birlikte reklamcılık da dijital alana uyum sağlamış ve geleneksel reklamcılıktan farklılaşmıştır. Geleneksel ya da konvansiyonel reklamcılıkta reklam veren, reklamının çıkmasını istediği medya organıyla ya doğrudan ya da bir reklam ajansı aracılığıyla bağlantı kurar ve reklamını yayınlatır. Ya da medya kuruluşunun reklam ekibi reklam verene teklif götürür ve reklam almaya ikna eder. Geleneksel medyalar için reklamcılık daha düz ve basit bir süreci ifade etmekteyken, dijital reklamcılık daha karmaşıktır.

Dijital reklamcılık, reklam verenlere geleneksel reklamcılığa göre daha hedefli ve geniş bir hizmet sunar. Örneğin Google, havuzunda binlerce reklam veren ve yayın kuruluşu bulundurur ve hedeflemelerle reklam verenin reklamını hedeflediği kitleye göstermesini sağlar. Dolayısıyla bu aynı reklamı herkese gösteren gazete veya televizyon reklamlarından daha etkilidir. Ve reklam veren için pazar büyüklüğü herhangi bir yayıncının sunabileceğinden daha büyüktür (Bell ve Owen, (2017: 43). Google'ın yanı sıra Reklamstore, Maksat, Ligatus, Admatic.. gibi yerlerden alınan bu hazır reklamlar,

Programatik reklam¹¹ olarak ifade edilmektedir. Fakat bunlar içerisinde en fazla gelir Google reklamlarından gelmektedir çünkü Google'ın havuzunda daha fazla reklam şirketi vardır.

Programatik reklam

Haberler.com CEO'su Sümeyra Teymür, reklam gelirlerinin önemli kısmının Google'dan geldiğini belirtirken, Google benzeri başka networklerden de reklam aldıklarını fakat, buradan elde edilen gelirin, tüm gelirin ancak yüzde 10'unu oluşturduğunu söylemektedir. Teymür işleyişi şöyle anlatmaktadır:

"Google'ın havuzunda çok sayıda reklamveren bulunmaktadır. Bir haber sitesi eğer Google'ın reklamını siteye koymak istiyorsa reklamın çıkmasını istediği yere Google'ın verdiği reklam kodunu koyar ve Google, havuzundan bir tane reklamı o kodun olduğu yerde gösterir. Bunun için de Google AdSense'e başvuru yapmak gerekmektedir. Google başvuruyu kabul ederse ancak internet sitesi reklamlarını yayınlayabilmektedir (başvurunun kabul edilmesinde içeriğin özgün olması, güncellenme sıklığı, görüntülenme sayısı gibi faktörler rol oynamaktadır) Google'ın ödeme yapması için ise bir alt limiti bulunmaktadır¹². Reklam geliri minimum bu alt limite ulaşırsa Google ödeme yapar, bu alt limitin altındaysa ödemesi bir sonraki ay yapılır" (10 Ağustos 2017 tarihli görüşme).

Çalışma kapsamında görüşülen dijital doğan gazetelerin temel gelir kaynağı bu programatik reklamlardır. Geleneksel medya internet siteleri ise programatik reklamı tercih etmemekte, özel reklam kullanmaktadır. Bunun nedeni, programatik reklam ücretlerin oldukça düşük olmasıdır. Eğer haber sitesinin ziyaretçi ve sayfa görüntüleme sayısı çok yüksek değilse, buradan anlamlı bir gelir elde etmek neredeyse imkansızdır.

Örneğin çalışma sürerken görüşülen fakat çalışma yayımlanacağı sırada kapanmış olan gazetepus.com'un kurucusu Süleyman Ürkmez, haber sitesini iki arkadaşıyla birlikte yürütmüştür ve aylık reklam gelirinin 2500 TL olduğunu, son zamanlarda ise aylık 1000 TL civarında olduğunu söylemiştir (5 Haziran 2018 tarihli görüşme). Yine tek başına kurduğu ve yürüttüğü istekadınlar.com sitesinin kurucusu Tülay Şubatlı da günlük ortalama 1000 ziyaretçisi olduğunu ve aylık programatik reklam gelirinin de 50 dolar olduğunu ifade etmiştir (14 Şubat 2018 tarihli görüşme). Elbette daha yüksek ziyaretçi sayısına sahip olan haberler.com gibi siteler programatik reklamdaki daha yüksek ve anlamlı bir gelir elde etmektedir fakat burada çalışmanın amacı doğrultusundaki en önemli nokta, geleneksel medya internet siteleriyle "dijital doğan" gazetelerin gelir yöntemleri arasında temel bir fark olduğudur. Çünkü örneğin cnnturk.com yetkilisi Umut Katırcı programatik reklamı hiç kullanmadıklarını çünkü ücretlerinin özel reklama kıyasla çok düşük olduğunu dile getirmiştir (17 Ağustos 2017 tarihli görüşme).

Özel Reklam

Reklam veren firmalar, reklamlarını sadece Google'a vermemekte, bazen de istediği dijital gazetelere özel olarak da verebilmektedir. Tabii burada da okuyucular

¹¹ Programatik reklamcılık, geleneksel dijital reklamcılık yöntemlerinin aksine, medya satın alma, yani reklam alanı satın alma süreci için otomasyona dayalı teknolojinin kullanılmasıdır. Programatik reklamcılık, reklamları doğru kullanıcıya doğru zamanda ve doğru fiyata sunmak için veriden ve algoritmalarından yararlanır (<https://www.newslabturkey.org/2022/02/03/programatik-reklamcilik-101-ne-nedir-nasil-yapilir/>).

¹² Görüşmenin yapıldığı 2017 yılında bu alt limit 200 TL'dir.

tarafından bilinen ve ziyaretçi sayısı yüksek olan dijital gazeteleri tercih etmektedirler. Bunlar da genellikle geleneksel medya haber siteleri olmaktadır.

"Diyelim Garanti Bankası yeni bir kampanya başlatacak dolayısıyla her yerde aynı anda reklamının çıkmasını istiyor. Bunun önemli bir ayağı da internet. O zaman gelip diyor ki ajansı aracılığıyla şu siteye şu kadar bütçe veriyorum, bu siteye bu kadar reklam veriyorum. Biz de ona göre gösteriyoruz. Tabii burada reklam fiyatları siteye göre değişiyor. Eğer marka bilinirliğiniz varsa o zaman daha yüksek bütçeli reklam alabilirsiniz. Mesela Garanti Bankası direkt gelip haberler.com'a reklam veriyor ama reklam bütçesinin büyük çoğunluğunu da Google'dan gönderiyor" (haberler.com CEO'su Sümeyra Teymür-10 Ağustos 2017 tarihli görüşme).

Dışarıdan özel reklam alamadıklarını, sadece programatik reklamlarla ayakta kalmaya çalıştıklarını belirten dijital doğan gazete demokratehaber.org'un kurucusu Mehmet Göçekli bu durumun nedenini şöyle açıklamaktadır:

"O tür reklam veren çok fazla olmuyor, zaten reklam vermek isteyen Google'a reklam veriyor, siz de oradan alıyorsunuz, yani kimse bir siteye özel olarak reklam vermiyor. Özel olarak reklam alabilen siteler var mı var. Kimler alıyor mesela, çok büyük ana akım haber siteleri. Habertürk, Milliyet, Hürriyet gibi günde bir milyon üstünde sayfa gösterimi olan siteler alıyor, onlar da büyük firmalardan örneğin Halkbank, Turkcell, Vodafone gibi yerlerden dijital reklam ajansları aracılığıyla ve çok yüksek meblağlarla reklam alıyorlar. Bir de niş bir alanda ise site, o site de özel reklam alabiliyor. Mesela hamilelikle ilgili haberler yapan bir site, hamile ürünleri satan yerlerden reklam alabiliyor. Biz de isteriz o tür reklamlar almak çünkü onların reklam ücretleri daha yüksektir" (5 Haziran 2018 tarihli görüşme).

Özel reklamlar doğrudan reklam verenin dijital gazeteye reklam vermesi şeklinde gerçekleşebilirken, aynı zamanda reklam ajansları aracılığıyla da alınabilmektedir

Reklam Ajansı aracılığıyla alınan reklamlar

Alanda, reklam verenden aldığı reklamları medya organlarına dağıtan, bir nevi firmalar ve medya kuruluşları arasında aracılık yapan reklam ajansları bulunmaktadır. Belli bir fiyata reklam verenden aldığı reklamı üzerine kendi komisyonunu da koyarak medya kuruluşuna satar. Örneğin Medyanet böyle bir ajanstır. Ajans, bünyesinde bulunduğu Demirören Grup'un medya kuruluşlarına reklam sağladığı gibi, bu grup bünyesinde olmayan yerler için de aynı hizmet vermektedir. Örneğin 15 yıldır hizmet veren bir dijital gazete olan medyafaresi.com'un kurucusu ve sahibi Kubilay Tümen, son 7-8 yıldır Medyanet ile çalıştıklarını ve tüm reklam işleriyle onların ilgilendiğini söylemektedir. Tümen, buradan aldıkları reklamlar için programatik reklama göre daha fazla ücret aldıklarını fakat programatik reklamların ücretlerini her ay almalarına rağmen, reklam ajanslarının ücretleri 4 ay sonra yatırdıklarını, bu sürenin ise internet sitelerinin kendilerini döndürebilmelerine yetmediğini belirtmektedir:

"Yerli ajanslar 4 ay vadeli çalışıyor. Yani reklam ücreti Google'a göre daha yüksek ama ücreti almak için 4 ay beklemek zorundasınız. Google ise bir önceki ayın ücretlerini bir sonraki ayın sonunda mutlaka ödüyor. O bizim işimize geliyor. Yani sistemi döndürmek, maaşları ödemek, vergileri ödemek için. Bu yüzden onlara tahsis ettiğim

alanlara artık kendi Google reklam kodlarımı koydum" (10 Ağustos 2017 tarihli görüşme).

Tümen, çoğu az sermayeyle kurulan ve gelir elde etmekte zorlanan dijital gazetelerin bu vadeli satıştan dolayı 4 ay bekleyecek gücü olmadığını bu yüzden Google reklamlarından daha düşük ücretler elde etmesine rağmen, bu reklam türünü tercih ettiklerini söylemekte bir anlamda "dijital doğan" gazetelerin kendi kendilerini baltadıklarını" ifade etmektedir:

"Google reklamcılığı zaten düşük maliyetlerle düşük bütçelerle reklam verenlere uygun bir sistem, ama artık kurumsal firmalar da medyanetten ya da başka ajanslardan medya satın alması yapmak yerine belki Google'ı kullanarak daha ucuza getiriyorlar. O yüzden de reklam gelirleri düşüyor. Yani mesela bize eskiden medyanet üzerinden gelen bir reklamdan üç aşağı beş yukarı ne alacağımızı kestirirken şimdi artık Google'dan Akbank verdiği zaman bakıyorsun üç liraya beş liraya çok düşük maliyetlerle geliyor. Google'dan da vazgeçemiyorsun, şimdi Google'ın alanını kaldırsan öbür taraftan gelen şey zaten vade farkından dolayı değerini kaybeden bir hale geliyor. Bir taraftan çarkı da döndürmen lazım" (10 Ağustos 2017 tarihli görüşme).

Tümen, bu ajansların bir diğer handikapının şeffaf olmamaları olduğunu da eklemektedir: "Büyük ajansla çalıştığımız zaman hem onlar kendi komisyonunu kesecek, verdikleri paranın da ne kadarını verecek ne kadarını vermeyecek, şeffaf değil sektör, ama Google şeffaf. Az da olsa az kazandım ama ben kazandım"

Özel reklamlar, reklam ajanslarının dışında dijital gazetenin kendi reklam ekibi aracılığıyla da alınabilmektedir.

Reklam-satış departmanı tarafından alınan reklamlar

Alanda az sayıda da olsa, kendi reklam-satış ekibine sahip dijital doğan gazeteler de bulunmaktadır. Başka bir deyişle, bu reklam kanalı tüm dijital doğan haber siteleri tarafından kullanılan bir reklam kanalı ya da aracı değildir. Hatta çoğu dijital doğan gazetede böyle bir departman bulunmamaktadır. Çünkü bu aynı zamanda bu alanda uzman personeller istihdam etmek anlamına gelmekte ve bu da ek bir maliyet oluşturmaktadır. Ve alandaki çoğu dijital doğan gazetenin böyle bir maliyeti karşılayacak sermayeleri bulunmamaktadır.

Çalışma kapsamında görüşülen siteler içerisinde haberler.com'un 4 kişilik bir reklam ekibi bulunmaktadır. Ama sitenin zaten 30 kişilik editöryal ekibi, sosyal medya ekibi, teknik ekip, yazılımcı ekip v.s ile birlikte toplam 70 kişilik bir kadrosu bulunmakta ve bu işi oldukça profesyonel bir şekilde yapmaktadır. Yine bir dijital doğan spor gazetesi olan sporx.com da aynı şekilde kendi bünyesinde bir reklam-satış departmanına sahiptir. Burası da Maximum İletişim Hizmetleri şirketi bünyesinde toplam 25 kişilik bir ekiple ve yine profesyonel olarak yayın yapan bir sitedir. Her iki site de ziyaretçi sayıları yüksek ve kâr eden şirketlerdir.

Fakat Türkiye'de çoğu dijital doğan gazete bu ölçüde profesyonel olarak çalışmadığı için alanda hakim olan reklam kanalı programatik reklamlar ve bunun dışında bir de haber sitesi sahibinin kendi özel ilişkileri dolayısıyla aldığı reklamlar olarak öne çıkmaktadır.

Dijital gazete sahibi kanalıyla alınan özel reklamlar

Çoğu bir şahıs sahipliğinde pazara giren dijital doğan gazeteler, ek olarak firma sahibinin kendi kişisel ilişkilerinden reklam alma yöntemiyle pazardaki eşitsizliklerle

başa çıkmaya, gelirlerini artırmaya ve ayakta kalmaya çalışmaktadır. Örneğin duvar.com.tr Genel Yayın Yönetmeni Ali Duran Topuz, dışarıdan bir reklam ajansı ile çalışmadıklarını, ayrı bir reklam ekiplerinin de olmadığını ve reklam alma işini yatırımcıların (gazete sahiplerinin) kendisinin üstlendiğini belirtmiştir. Ayrıca kendilerinin özellikle kültür-sanat çevrelerinden daha fazla reklam aldıklarını ve örneğin kültür sanat editörleri ve o alanda iş üreten muhabirlerin de bu çevrelerle kurdukları ilişkiler sonucunda reklam alabildiklerini de eklemiştir (18 Ekim 2017 tarihli görüşme). Tabii ki bu bütün dijital doğan gazetelerde genel bir eğilim olarak ortaya çıkan bir reklam kanalı olmadığı gibi, sadece buna dayanarak sürdürülebilirliği sağlamak ise zordur.

Bir gazete veya televizyonun internet sitesi için oldukça amatör olan bu yöntem, çoğu dijital doğan gazete için çok kullanışlı bir yöntem olarak ortaya çıkmaktadır. Nitekim hiçbir holding sahibi bünyesinde bulunan yayın organları için özel ilişkilerini kullanarak reklam almaz, buna ihtiyaç duymaz. Çünkü her holding bünyesinde hem o medya grubuna ait reklam ajansı, hem de her yayın organının kendisine ait reklam birimi bulunmaktadır. Örneğin Demirören Medya Grubuna ait olan cnnturk.com.tr yetkilisi Umut Katırcı, cnnturk.com.tr için reklamlarının hem Doğan Medya Grubuna ait Medyanet reklam ajansı aracılığıyla hem de cnnturk.com.tr'nin kendi reklam birimi aracılığıyla aldıklarını belirtmiştir. Reklamlarının çoğunu Medyanet aracılığıyla aldıklarını belirten Katırcı, reklamları paket şeklinde aldıklarını da eklemiştir. Yani cnnturk.com.tr'ye alınan reklam, hem CNN Türk televizyonunda, hem internet sitesinde çıkmak üzere alınır. Bu diğer dijital doğan haber siteleri karşısında cnnturk.com.tr'yi oldukça avantajlı bir duruma getirmektedir. Çünkü reklam verenler için televizyon hâlâ en önemli yatırım aracıdır ve reklamının televizyonda çıkması o reklamı vermesi için oldukça ikna edici bir faktördür. Başka bir deyişle cnnturk.com.tr bir haber sitesi olarak reklam almak için dijital doğan haber siteleri kadar uğraşmak zorunda değildir. Çünkü ilk olarak marka bilinirliğinin ve televizyonun avantajını kullanmakta, ikinci olarak da -hem Medyanet'teki hem kendi reklam ekibinde çalışan personel göz önünde bulundurulduğunda-, çok sayıda personel istihdam etmeyi sağlayacak sermayelerinin olmasının avantajını kullanmaktadır.

Katırcı, bütün bu avantajlara rağmen, kendilerinin bile pazarda, kendilerinden isim ve marka olarak daha fazla bilinen sitelere göre daha dezavantajlı olduklarını şöyle dile getirmektedir:

"...Bazen bizim için bile dezavantaj çünkü, bizden daha tanınmış Hürriyet, Milliyet var. Bir kampanya çıkacağı zaman bir ajans bu kampanyayı dağıtacağı zaman en büyüklerden başlıyor. Bazen bize bile sıra gelmiyor ki o diğer küçük, bağımsız haber sitelerine hiç gelmeyebilir. Ama burada işte Google reklamları onlar için bu sıkıntıları çözebiliyor. Bir avantaj sağlayabiliyor" (17 Ağustos 2017 tarihli görüşme).

Görüldüğü üzere dijital doğan gazeteler aldıkları reklam türleri açısından (programatik/özel), olduğu kadar reklam kanalları açısından da geleneksel medya internet sitelerine kıyasla daha dezavantajlı konumda bulunmaktadır.

Dijital Doğan Gazetelerin Karşılaştıkları Zorluklar

Bruno ve Nielsen (2012)'in "*Survival is Success: Journalistic Online Start-Ups in Western Europe*" adlı çalışmaları çevrimiçi gazetecilik alanına yeni giren dijital doğan gazetelerin karşılaştıkları zorlukları ele almaktadır. Çalışma, çevrimiçi haber ekonomisinin daha önce endüstriye girenler için olduğu kadar yeni giriş yapanlar için de zor olduğunu göstermektedir. Yazarlar bu çalışmada bu işletmelerin özellikle iki zorlukla karşı karşıya olduğunu belirtir: İlki çevrimiçi içerik pazarına hâlâ geleneksel medya kurumlarının hakim olması; ikincisi ise hem bu alanda çok fazla rekabet olması hem de

bu alandaki reklamlardan haber sitelerinin çok az pay alması, reklamların daha ziyade Google, Facebook gibi şirketler arasında paylaşılmasıdır (Bruno N. & Nielsen K.R. 2012:1).

Benzer şekilde Cook ve Sirkunen de, internetin herkese pazara girmek için eşit şartlar sağladığı tezinin pazarın aşırı basitleştirilmesi anlamına geldiğini ve bu potansiyelin birçok faktör tarafından engellendiğini belirtmektedir. Bu faktörler ana akım medyanın baskısı (belirleyiciliği), dikkati çekmek için rekabet eden büyük miktarda içerik ve fiyatları düşüren pazar güçleridir (2013:75).

Türkiye'deki dijital doğan gazetelere bakıldığında bu gazetelerin yukarıda bahsedilen çalışmalarla benzer şekilde aynı zorluklarla karşı karşıya olduğu görülmektedir. Bu başlık altında dijital doğan gazetelerin alanda karşılaştıkları zorluklar ele alınacaktır.

Ekonomik Zorluklar

Bir dijital gazete kurmak, gazete veya televizyon kurmak kadar maliyetli olmadığı için, internetin bu alana girmek isteyen daha küçük sermayeli girişimciler için uygun bir alan sağladığı hatta her isteyen kişinin bu alana girebileceği iddia edilmektedir. Fakat her ne kadar alana giriş için maliyetler düşük olsa da, alanda diğer aktörlerle rekabet edebilmek ve sürdürülebilirliği sağlamak için yine de bir sermayeye ihtiyaç vardır. Nitekim çalışma kapsamında incelenen dijital doğan gazetelerin yetkilileri alana girdiklerinde karşılaştıkları en büyük zorluğun ekonomik olduğunu söylemektedirler. Ayrıca internet alanının yeni bir alan olması yani teknolojiye uyum sağlama süreci bir diğer zorluk olarak ortaya çıkarken, esas işi gazetecilik olmayan kişiler de zorluk yaşamaktadırlar.

Görüşülen yetkililerin tamamı, bir haber sitesi kurmanın dışarıdan çok kolay görüldüğünü, fakat işin içine girdikten sonra bu işin o kadar da kolay olmadığını gördüklerini ifade etmektedirler. Bu noktada girişimcilerin gazetecilik mesleğinden gelmelerinin yaşanacak zorlukları azaltacağı söylenebilir. İkinci önemli nokta ciddi bir dijital haber gazetesi kurmak, 7/24 haber takibi yapmayı, gazeteyi sürekli güncel tutmayı gerektirmektedir. Bu nedenle de eğer kişi tek başına bu işe girmişse ve aynı zamanda başka bir işle de uğraşıyorsa, yani esas işi bu değilse, o zaman zorlanabilmektedir, hatta bu işi yürütmesi mümkün değildir. Demokrathaber.org kurucusu Mehmet Göcekli, bu işe bu şekilde giren örneklerden birisidir: Göcekli, bir reklam ajansı sahibiyken demokrathaber.org'u kurmuş, fakat aynı anda ikisini yürütemeyerek esas işini bırakmıştır:

"Yola çıkarken asıl işimiz bu olmadığından, hani arkamızda bir sermaye ve güç olmadığından, bu işi daha kolay zannettiğimizden çok zorluk yaşadık. Benim kendi mesleğim grafik tasarımcılık, eşimle birlikte Leylek Ajans diye bir ajansımız vardı. Fakat demokrathaberi kurunca, böyle ciddi bir haber sitesi kurmanın öyle kolay bir şey olmadığını anladık ve zaten bütün vaktimi aldığı için de kendi işlerimi takip edemedim ve batırdım. İşyerimizi kapattık ve ben homeoffice günde 16 saat haber girmeye başladım" (5 Haziran 2018 tarihli görüşme).

Yedi yıldır alanda olan demokrathaber'in sahibi Göcekli, şu anda belli bir aşamada olsalar da, özellikle ilk yıllar ekonomik olarak çok fazla zorluk yaşadıklarını söylemektedir:

"İlk yıllar biz tasarruf ederek yaşadık. Bir yandan demokrathaberi yaparak bir yandan dışarıdan grafik işleri yaparak çalıştım, eşim bir yerde işe girdi falan. Bu şekilde direndik, dayandık, kıyamadık, kapatamadık. Böyle bir platforma ihtiyaç vardı çünkü. Ama

sitemiz belli bir trafiğe ulaştıktan sonra az da olsa Google'dan bir reklam geliri elde ettik. Aylık 600 TL, 800 TL gibi reklam geliri elde etmeye başlayınca ben bir kişi çalıştırmaya başladım. Böylece iki kişi olunca ben de tek başıma haber girmekten kurtuldum ve 8 saatim boşa çıkmış oldu. Daha sonraki yıllarda gelirimiz artınca ikinci bir editör aldık, şimdi benim dışımda 3 tane editör var sitede" (5 Haziran 2018 tarihli görüşme).

2015'te kurulan ve dört sene yayınlandıktan sonra 2019'da kapanan gazetepus.com'un kurucusu Süleyman Ürkmez de ekonomik olarak zorluk çekmesinin yanı sıra, esas mesleğinin gazetecilik olmamasından dolayı da sıkıntı yaşadığını belirtmektedir.

"Siteyi açtıktan sonra tam bir yıl bütün masraflarını cebimden ödedim. Bir yılın sonunda Google'dan cüzi miktarda bir reklam geliri elde etmeye başladık. Bir haber ajansından bir yıl destek aldım ama ajans desteği de tek başına hiçbir işime yaramadı açıkçası. Çünkü sürekli bir haber akışı geliyor ama sadece bilgi olarak geliyor, sizin onu haber haline getirip onu yayınlamanız için bile bir kadroya ihtiyacınız var. Size dakikalar içinde onlarca haber geliyor, sizin onlar içinden işinize yarayacak haberi seçmeniz lazım. Farklı bir hale getirip sunmanız lazım. Olduğu gibi koymanız da hiçbir manası yok. O kısımda zorlandık. Ben bu iki yıl boyunca var olan işimi yapmadım, askıya aldım. Şimdi ise işime tekrar döndüm o yüzden şu anda çok fazla ilgilenemiyorum siteyle" (5 Haziran 2018 tarihli görüşme).

Dijital haber siteleri alana ilk girerken karşılaştıkları ekonomik sorunlara ek olarak, yayınlarına devam ederken devamlılıklarını sağlama ve gelir elde etme konusunda da zorluk yaşamaktadırlar. Tez kapsamında görüşülen dijital doğan gazetelerin hemen hepsi içerikten para kazanmanın zor olduğunu ve bu işin para kazanmak için yapılamayacağını söylemektedir. Haberler.com CEO'su Sümeyra Teymür, haber sitesi yapmanın hem daha fazla emek ve zaman istediğini hem de kazancının diğer spesifik alanlara göre veya ürün satışı yapan sitelere göre daha az olduğunu dile getirmektedir:

"İçerikten para kazanmak çok zor, sürdürülebilir bir iş modeli oluşturmak çok zor. Başka alanlarda mesela e-ticarette daha az kişiyle çok daha fazla para kazanabilirsiniz ama içerikte böyle değil. Böyle bir dengesizliği var. İçeriği oluşturmak o yüzden işin en zor kısmı haberde. Mesela bir sağlık sitesi olsa o kadar hızlı değişmez. Ama biz bir habere en fazla 4 saat ömür biçiyoruz. Haberin öyle bir dezavantajı var" (10 Ağustos 2017 tarihli görüşme).

Medyafaresi.com kurucusu Kubilay Tümen de internet üzerinden yayın yapmanın kolay olduğunu ama para kazanmanın zor olduğunu söylemektedir: "Yapmak isteyen her yerden facebook sayfasından bile haber yapabilir yani. Ama amacınız ne, beklentiniz ne? Buna karar vermeniz lazım. Para kazanmak için yapılacaksa bu iş zor bir iş" (10 Ağustos 2017 tarihli görüşme).

Siyasi İlişkilerin Belirleyiciliği

Çalışma kapsamında görüşülen dijital gazete yetkililerinin büyük çoğunluğu, dijital gazete piyasasını da tıpkı geleneksel medyada olduğu gibi siyasi ilişkilerin belirlediğini, bu anlamda internet haber medyasının bir farklılık getirmediğini düşünmektedirler. Bu işten para kazanmanın zor olduğunu söyleyen Mehmet Göcekli, çok para kazananların da olduğunu fakat bunu yaptıkları gazetecilik ya da yarattıkları iş

modelleriyle değil de siyasi iktidarla olan ikili ilişkilerinden dolayı başarabildiklerini söylemektedir:

"Bu işten çok para kazananlar var, onlar da iktidardan fonlanarak yapıyor bunu. Devletin kurumlarından devasa fiyatlarla reklam alıyorlar, örneğin Halkbank bizim gibi bir siteye reklam verse en fazla 500 liradır reklam ücreti yani o reklamın maliyeti ancak o kadardır. Ama iktidar yanlısı sitelere mesela habervaktim gibi bir siteye on katıdır. Bu şekilde o tür siteler çok para kazanabilir. Yani bir internet sitesi maksimum aylık kazanacağı para 10 bin liradır ama bunlar 10 milyon kazanıyor. Bir sitenin bu kadar para kazanması mümkün değil. O reklam o kadar etmez. Reklam yayınlıyor ama o reklam karşılığında ayda 1000 lira vermesi lazım. Onlar ayda 1 milyon veriyor. Bu şekilde devleti soyuyorlar" (5 Haziran 2018 tarihli görüşme)

Medyafaresi.com kurucusu Kubilay Tümen de dijital haber medyası alanında da tıpkı geleneksel medyadaki gibi siyasi ilişkilerin belirleyiciliğinin olduğunu söylemektedir:

"Mesela bazı siteler ciddi anlamda büyük paralar kazanıyorlar. Baya yıllık milyon dolarlık reklam gelirleri olan siteler var. İyi ilişkileri nedeniyle kamu bankalarından, devlet şirketlerinden, Türk Hava Yolları'ndan, Turkcell'den, Türk Telekom'dan reklam yağdırılan siteler de var. O biraz da ilişkilerle ilgili. Eğer internet sitesinin yayıncılık gücüyle reklam alan yer var mı diyorsanız, çok fazla olduğunu zannetmiyorum. Güçlü, etkili bir internet sitesi olarak aldığınız yer neresi dersiniz, çünkü artık güçlü, etkili internet sitesi yok. Çoğu zaten bir holding bünyesindeki bir gazete ya da televizyonun internet sitesi: Habertürk, Milliyet, Hürriyet... Onların bu siteler için ayrı bir reklam-satış birimlerine ihtiyaçları yok, grubun diğer alanlarından alınan reklamlar oralara da konuyor. Yani; kazananlar çok uğraşmadan kazanıyor. Çok uğraşınca çok kazananlar var mı dersiniz, emin değilim" (10 Ağustos 2017 tarihli görüşme).

Tümen bu ilişkilerin dışında kalmak için haber sitesinden kâr etmek gibi bir düşüncenin olmaması gerektiğini, bu şekilde tarafsız kalılabileceğini de belirtmektedir:

"Ben sitenin geliriyle giderini denk tutmaya çalışıyorum. O yüzden çok büyük hamleler yapamıyorum belki ama en azından bağımsızlığımız koruyabiliyoruz. Bence en önemlisi bu: Geliriniz ve giderinizi eş tutabiliyorsanız ve benim gibi çok para kazanmak gibi bir derdiniz de yoksa başka bir şeye ihtiyacınız yok. Site çok para da kazansa yine siteyi büyütürüm o parayla. Amaç burada kâr etmek değil" (10 Ağustos 2017 tarihli görüşme).

Cnnturk.com İş ve İçerik Geliştirme Uzmanı Umut Katırcı, siyasi ilişkiler olmadan Türkiye'de sadece içerikle bir yerlere gelmenin mümkün olmadığı düşüncesine katılmadığını belirterek "Siz sitenize trafik alıyorsanız mutlaka kazancınız olur ve ayakta kalırsınız. Yani siyasi ilişkileriniz varsa da bir gelir olur ama o işe yeteneğiniz varsa da o işi iyi yaparsanız da olur" demektedir (17 Ağustos 2017 tarihli görüşme).

Geleneksel Medyanın İnternet Siteleriyle Rekabet Etme Zorluğu

Haber okuma alışkanlıklarının dijital kayması ve internetin hayatımızda giderek daha büyük yer kaplaması sonucunda dijital doğan gazetelerin sayısında da bir artış gözlenmektedir. Dijital alanda çok sayıda gazete bulunmaktadır. Bu gazetelerin bir kısmı

dijitalde doğan gazetelerken, bir kısmı da basılı gazete veya televizyonların internet versiyonlarıdır. Dolayısıyla her dijital doğan gazete, alanda hem çok sayıda diğer dijital doğan haber sitesiyle rekabet etmek zorundayken, aynı zamanda bir de geleneksel medyanın internet siteleriyle rekabet etmek zorundadır.

Geleneksel medyanın internet siteleri, sonuç olarak bir holding bünyesinde bulunmaktadır ve dolayısıyla dijital gazetelere göre daha büyük bir yatırımla alana girmektedirler. Bu da daha güçlü bir yazılım, altyapı, daha fazla ve yetişmiş personel v.s demektir. İkinci olarak geleneksel medyanın internet sitelerinin, insanlar tarafından bilinirlikleri, belli bir okuyucu sayısı vardır ve hatta yıllardır belli bir alışkanlık yaratmış olan yerlerdir. Bu durumda hem ziyaretçi sayıları daha fazla olduğu için reklam gelirleri daha fazladır, hem de bilinirlikleri fazla olduğu için de reklam alırken daha avantajlıdır. Ayrıca bu internet siteleri reklam alırken basılı gazetesi veya televizyon kanalıyla birlikte alındığı için de yine bir avantaja sahip olabilmektedirler. Başka bir deyişle dijitalde doğan haber siteleri, bu haber sitelerine göre daha dezavantajlı bir konumda yer almaktadır.

Sadece Türkiye'de değil, dünya genelinde de bakıldığında her ülkenin en çok ziyaret edilen haber sitelerinin ilk on sırasında geleneksel medyanın haber sitelerinin olduğu görülmektedir. Bu nedenle dijital alana da geleneksel medyanın hakim olduğu söylenebilir. Bu da dijital habere ayrılan reklam pastasının büyük kısmının bu sitelere ayrıldığı, dijitalde doğan haber sitelerinin ise bu reklam pastasından daha az pay aldığı anlamına gelmektedir. Dijital alana ayrılan reklam payı, Türkiye'de de dünyada da her geçen yıl artmasına rağmen yine de örneğin televizyonun aldığı payın yanında oldukça düşük kalmaktadır. Zaten düşük olan dijitalin reklam payının büyük çoğunluğunu ise geleneksel medyanın internet versiyonları aldığından, dijitalde doğan gazeteler rekabet etmekte zorlanmaktadır. Dolayısıyla dijitalde doğan gazetelerin alanda karşılaştığı en büyük zorluk geleneksel medyanın internet siteleriyle rekabet etmek denilebilir.

Sporx.com Genel Yayın Yönetmeni Tahir Kum, bunu şöyle anlatmaktadır:

"Geçmişte biz gazetelerde çalışırken de gazetelerin internet sayfaları vardı, ama hiçbir zaman gazetede çıkacak haber internette çıkmazdı. Önce gazeteydi. Ama şimdi bugün yazılı medyaya bakın, elindeki bütün işi önce internete vermeye çalışır. Bu bizim işimizi zorlaştırdı tabii. Yani bugün Hürriyet'le Milliyet'le Sabah'la yarışmak kolay değil, adamların elinde daha büyük ekonomik imkanlar var, daha farklı güç var, geçmiş tecrübe var. Bunların arasında bir yer edinmek, büyük bir başarı" (15 Şubat 2018 tarihli görüşme).

Basın İlan Kurumu İlan Gelirleri

Basılı gazetelerin en önemli gelir kaynaklarından birisi de Basın İlan Kurumu'ndan aldıkları ilan gelirleridir. Dijital gazetelerin bu ilanlardan aldıkları bir pay olmadığı için bu yönden de geleneksel medyanın internet sitelerine göre daha dezavantajlı konumda bulunmaktadır. Haberler.com haber müdürü Duygu Göktaş, bu ilanların basılı gazeteleri ayakta tutan en önemli etkenlerden biri olduğunu, internet gazetelerinin buradan pay almamasının dezavantajlı bir durum olduğunu belirtmektedir:

"Mesela gazetelerin çok ciddi bir gelir kaynağı var Basın İlan Kurumu. İnternet sitelerinin bundan aldığı bir pay yok. Belki bununla biraz işleri kolaylaşabilir mi bilmiyorum. Çünkü nasıl bir model çıkar karşımıza onu bilmiyoruz. Mesela gazeteleri hâlâ biraz ayakta tutan şey o. Ve prestij ilanları belki. Çünkü gazeteye reklam vermek biraz prestij artık. Çünkü haber verme yetisini biraz yitirdi gazete. Belki yorum okumak için açarsınız" (10 Ağustos 2017 tarihli görüşme).

Dijital Doğan Gazeteler İçin Sürdürülebilirliği Sağlamanın Yolları

Yukarıda da bahsedildiği gibi, dijitalde doğan haber kuruluşları, alanda var olmak, bilinir hale gelmek, belli bir okuyucu kitlesi edinmek, ziyaretçi sayılarını artırmak, böylece belli bir gelir elde etmek ve bu sayede sürdürülebilirliklerini sağlamak için hem çok sayıda dijitalde doğan haber siteleriyle hem de geleneksel medyanın internet siteleriyle rekabet etmek zorundadır. Bunun için de uyulması gereken belli koşullar ve izlenmesi gereken stratejiler vardır. Tez kapsamında görüşülen dijital doğan gazete yetkililerinin tamamı dijital doğan haber sitelerinin sürdürülebilirliğini sağlamanın en önemli koşulunun özgün içerik oluşturma olduğunu ifade etmektedirler. Bunun için de en önemli unsur, önceki bölümlerde de değinildiği gibi güçlü ve nitelikli bir editoryal kadrodur. Bunun dışında oluşturulan içeriğin dağıtımı yani kitlelere ulaştırma kısmı -bu ağırlıklı olarak sosyal medya kanallarıyla ve yine belli stratejiler gözetilerek yapılmaktadır- ve teknolojik altyapı da önemli olmakla birlikte, bir dijital doğan gazetesinin özgün içeriğe sahip olması en önemli unsur olarak öne çıkmaktadır.

Özgün İçerik

Özellikle Türkiye'de dijital haber medyasına ait en büyük eleştirilerden biri, bütün haber sitelerinde aynı haberlerin olmasıdır. Özellikle kopyala-yapıştır haberciliği de denilen, başka bir sitedeki haberlerin aynısını alıp kendi sitesinde yayınlamak, yaygın uygulamalardan biri olmakla beraber eskisi kadar sık rastlanmamaktadır. Fakat yine de bütün haber siteleri aynı ajanslara abonedir ve dolayısıyla hepsi aynı haberleri kullanmaktadır. Bu nedenle haber almak isteyen bir okuyucu, haber için sadece bir iki haber sitesini tercih edip başa bir haber sitesine gerek duymaz, çünkü orada da aynı haber bulacağını bilir. Bu nedenle dijitalde doğan haber sitelerinin okuyucu çekmek için farklı haberler üretmeleri gerekmektedir.

Özgün haber yayınlatabilmek, birden fazla haber ajansına üye olmayı, özel haber üretecek ya da haber takibi yapacak çok sayıda editör ve muhabir kadrosunu kısaca belli bir maliyeti gerektirmektedir. Bu şekilde yayın yapan internet siteleri, hem çok sayıda, hem de kendine özgü haber yayınlatabilmekte, böylece diğer internet siteleriyle rekabet edebilmekte ve belli bir okuyucu sayısına ulaşabilmektedir. Örneğin çalışma kapsamında incelenen haberler.com, Türkiye'de en çok ziyaret edilen internet siteleri içerisinde ilk on arasında yer almaktadır. Haberler.com CEO'su Sümeyra Teymür bunun en önemli nedenlerinden birisinin içeriğe önem vermeleri olduğunu söylemektedir:

"Alandaki başarımızın birçok sebebi var. Birincisi içeriklerimizin kalitesine çok önem vermemiz, içeriklerimizi birçok açıdan zenginleştiriyor olmamız. Bize günde 300 tane haber geliyor, Türkiye'de başka hiçbir site bizim gibi haber kaynağına sahip değil. Yurtdışından aboneliklerimiz var, Türkiye'deki ajanslar var, başka partner olduğumuz içerik üreten kişiler, firmalar var, internet siteleri var".

Yine çalışma kapsamında incelenen internet sitelerinden biri olan sporx.com da Türkiye'nin en fazla ziyaret edilen internet sitelerinin içinde yer almaktadır ve Türkiye'de en fazla ziyaret edilen spor sitesidir. Sporx.com Genel Yayın Yönetmeni Tahir Kum da Teymür gibi bunun en önemli nedeninin içeriklerinin özgün olması olduğunu dile getirmektedir:

"Bugün sporx.com Türkiye'de bir marka oldu. Bu marka nasıl olunur, reklam almakla para harcamakla olmaz, içerikle olur. Biz kendi içeriğini kendi oluşturan bir ekibe sahibiz. Bugün internet dünyasına baktığınız zaman sağdan soldan beslenen, gazetelerden,

televizyonlardan derlenen haberlerin olduğu bir yer. Bu çok çabuk tüketilen bir şey. Hele bu zamanda sosyal medya medyanın da önüne geçti. Bugün sosyal medyada 3 tane adres takip etseniz 140 karakterde her şeyi öğrenebiliyorsunuz. Onun için mutlaka farklı bir şey yapmak zorundasınız. Bugün insanlar bir Hürriyet'in web sayfasına girdiği zaman spordun siyasetine, ekonomisinden magazinine bütün her şeyi bir adresten hepsine ulaşabiliyor. Sizin orada farklı olmanız lazım. Tabii ki biz de bütün ajanslara aboneyiz. Yazılı ve görsel medyadan da besleniyoruz ama bugün baktığınız zaman televizyonlarda, radyolarda sporx.com'un ürettiği haberlerin çok dolaştığını görürsünüz. Burada bizi farklı yapan zaten o".

Cnturk.com.tr İş ve İçerik Geliştirme Uzmanı Umut Katırcı da, benzer şekilde farklı içerik oluşturmanın haber sitelerinin okuyucu çekme ve dolayısıyla sürdürülebilirliğini sağlamada önemli bir faktör olduğunu dile getirmektedir:

"Haber kaynaklarının yüzde 90'ını ajanslar oluşturuyor, dolayısıyla herkesin haber kaynağı aynı. Bizim bir farkımız da televizyonumuz var oralardan farklı içerik alıyoruz. Ama geri kalan haber siteleri çok fazla iyi içerik yapmıyorlar. Ajansların verdiği haberleri kullanıyor çoğu. Sadece başlıklarını değiştiriyorlar ama tüm haber içerikleri aynı. Ama kullanıcı haber almak istiyorsa her yerde aynı haberi görüyorsa bir tanesini tercih ediyor, diğerlerine girmiyor. O yüzden haber siteleri sürdürülebilirliği sağlamak için farklı ve özgün içerikler oluşturabilmeli, alışkanlıkları değiştirebilmeli ve daha çok kitleye nasıl ulaşabilirim kısmına bakıp bunu sosyal medyadan mı yapacak, Google aramadan mı ona göre çeşitli önlemler almalı".

Halktv.com.tr Ankara sorumlusu Aydın Taş da, bir haber sitesinin sürdürülebilirliğini sağlamasının en önemli yolunun özgün içerik oluşturmak olduğunu şöyle ifade etmektedir:

"Eğer özel haber yapamazsanız internet ortamında barınamazsınız. Haber okuyacağınız zaman belli yerlere bakarsınız, Hürriyet, Milliyet gibi. Bir de ana akımın yazamadığı şeyleri kimler yazar işte Sözcü, Halktv, T24, Gazeteduvar bir de bunlara bakarım. Ya dışarıdan bir maddi desteği olacak 6 ay dışını sıkacak, parası yoksa da marjinal olacak, ses getirecek. Biz bu açıdan Halktv'nin ismi nedeniyle bu kadar kısa bir zamanda bu aşamaya geldik, yoksa imkansızdı".

Yukarıda haberler.com'un Türkiye'deki geleneksel medyanın internet siteleriyle rekabet ederek, en fazla ziyaret edilen haber siteleri içerisinde yer almasının en önemli nedenlerinden birinin, yurt içi ve yurt dışı birçok haber ajansına üye olarak, diğer haber sitelerinin haberlerini yayınlamak yerine kendi içeriklerini oluşturmaları olduğundan bahsedilmişti. Bunun yöntemlerinden birisi bu şekilde ana akım medyayla onlar gibi rekabet etmekten, bir diğer rekabet etme yöntemi de ana akımın veremediği haberleri paylaşarak rekabet etmektir. Bu anlamda muhalif bir tavır olan haber siteleri Aydın Taş'ın da bahsettiği gibi merak edip haber için bakacakları adreslerden biri olabilmektedir.

Ana akım medyanın verdiği haberler dışında haberler vererek, onlardan içerik olarak farklılaşmak dijitalde doğan haber siteleri için sürdürülebilir olma yollarından biriyken, yapılan gazetecilik tarzı olarak ana akım medyadan farklılaşmak da yine okuyucuların ilgisini çeken yöntemlerden biri olabilmektedir. Örneğin dijital ana akım medyanın en önemli özelliği son dakika haberlerini anında vermektir ve haber sitelerinin başarısı hızlıklarıyla ölçülmektedir. Gazeteduvar.com Genel Yayın Yönetmeni Ali Duran Topuz, hem hız konusunda ana akım medyanın büyük internet siteleriyle yarışamayacaklarını bildikleri, hem de haber unsurlarının daha doğru ve tam olarak

haberde yer alması ve haberin teyit edilmesi gibi faktörleri de gözettikleri için bir internet gazetesi olmalarına rağmen "yavaş gazetecilik" yapmayı tercih ettiklerini belirtmektedir:

"Bir hız deliliği var, bir haberi ilk biz girdik demek için bir yarış... Bu tabii ki önemli çünkü bir içeriği ilk girdiğinizde sizden yayılmaya başladığında, arama motorları tarafından fark edilip notlanıyorsunuz. Ama bu delilik haber unsurlarının çoğunu öldürüyor. Oysa nüfusun çok az bir kısmı haberle ilgilenen okur yazur durumunda. Dolayısıyla unsurları eksik haberlerle duyguları düşünceleri ve kanıları oluyor insanların. Çok ciddi bir sorun bu. Biz dedik ki bu furyaya, koşuya katılmak yerine, "dur, biraz bekle, ben sana yarım saat sonra ne olduğunu anlatayım. Zaten hızlı habercilik yarışına girdiğimizde hiçbir yerde avantajımız yok. Hürriyetle mi yarışacağız. Sözcü ile mi yarışacağız, sahip oldukları el sayısı kat kat fazla. Bunun sonuçlarından da memnunuz aslında, beklediğimizden daha iyi, çünkü hem o yarışları yapan, hem zaman olarak çok daha önce kuruldukları için hazır takipçi avantajına sahip birçok yer ile kısa süre içerisinde başa baş gelip ciddi bir yarışın içine girdik".

Böylece gazeteduvar.com ana akım medyada yer almayacak haberleri vermelerinin yanı sıra bu özellikleriyle de kendilerine bir alan sağlamış ve belli bir okuyucu kitlesi yakalamıştır.

Dağıtım

Yapılan haberleri ve oluşturulan içeriği doğru bir şekilde dağıtmak da dijital haber medyası kuruluşlarının sürdürülebilirliğini sağlamasında önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır. Basılı gazete döneminde gazeteciler haberlerini yaptıktan sonra, gazetede basılır ve dağıtılırdı; gazetecinin bu aşamaya bir müdahalesi olmazdı. Fakat dijital medya döneminde gazeteci çoğunlukla haberini yaptıktan sonra bunun bir de dağıtımından sorumlu olmaktadır. Haberin dağıtımıyla kastedilen haberin sosyal medya kanallarında paylaşılmasıdır. Bazı dijital haber sitelerinde bu iş için ayrı bir sosyal medya ekibi bulunsa da genellikle çoğu yerde bunu haberi yapan gazetecinin kendisi üstlenmektedir.

Umut Katırcı, kaliteli ve özgün içerik oluşturmanın çok önemli olduğunu belirtmekle birlikte, artık içeriği dağıtmanın daha önemli olduğunu, "Eskiden içerik kraldı ama artık dağıtım kral" diyerek ifade etmektedir:

"Kaliteli içerik tabii ki önemli burada ama bu içeriği kitlelere ulaştırmak gerekiyor. İşin bu kısmıyla da uğraşmak gerekiyor. Sizin bu içeriği ne kadar dağıtabildiğiniz önemli. Eskiden içerik kraldı ama artık dağıtım kral. Bir sitenin 100 bin tane içeriği olabilir, ama tek kişinin sadece Facebook'ta 100 bin tane takipçisi olabilir, 100 bin takipçisi olan şu anda daha değerli. Çünkü çok basit bir içerik bile yapsa onu 100 bin kişiye dağıtma imkanı var".

Katırcı, haberin sosyal medyada paylaşılırken dikkat edilmesi gereken bazı noktalar ve uyulması gereken stratejiler olduğunu belirterek konunun önemini de vurgulamaktadır:

"Bazı stratejiler vardır, işte örneğin Twitter'da kaç dakikada bir post atmam gerekir, ya da postları nasıl atmam lazım ki kullanıcı tıklasın. Ya da bazı postlarda tıklamayı hedefleyebilirsiniz, bazı postlarda etkileşimi hedefleyebilirsiniz. Biz bunların dengesini daha iyi ayarlamaya çalıştık ve bu trafiği artırmaya çalıştık. Bunun yanında Facebook yine çok önemli bir trafik kaynağı iken cnttürk.com.tr Facebook'ta güçlü değildi. Yaklaşık 100-120 bin takipçisi vardı. Bugün

geldiğimiz noktada 1.8 milyon takipçiye ulaştı. Ve Facebook'tan gelen trafik Twitter'a göre çok daha etkin bir trafik. Orada işte büyümeye çalıştık. Kısa zamanda çok sayıda takipçiye ulaştık ve bu da bize yüksek trafik olarak geri döndü. Ama bir süre sonra sosyal medya da doyunluğa ulaşıyor. Mesela daha önce Twitter'da yarım saatte bir twit atarken daha sonra 15 dakikaya düşüyorsunuz, 5 dakikaya, 3 dakikaya iniyorsunuz, ama bir limite geliyor, yani 1 dakikaya da düşseniz artık gelen ziyaretçi belli bir noktada kalıyor hatta belki de bu kadar paylaşım takipçi sayınızı düşürebiliyor. Bu dengeleri ayarlayıp sosyal medyadan gelen trafiği artırdık".

Halktv.com.tr yetkilisi Aydın Taş da uyguladıkları stratejileri şöyle anlatmaktadır:

"...Mesela akşam saatlerinde tekrar bir artış gösterir ziyaretçi sayısı, çünkü insanlar yatmadan önce son bir kez daha bakarlar telefonlarına, ya da bilgisayarlarına. Mesela akşam daha çok magazin ya da soft haberler, gündüz daha fazla son dakika dediğimiz anlık ve daha önemli haberleri gireriz. Ya da sosyal medyada paylaştığımız haberleri akşam saatlerinde tekrar paylaşırız falan bu tür stratejiler gözetiyoruz tabii".

SEO Çalışmaları

Dijital gazetelerin en önemli trafik kaynaklarından birisi sosyal medya iken, bir diğeri de arama motorları, özellikle Google'dan ya bir haber araması olarak ya da haber sitesinin kendisi aranarak gelen ziyaretçidir. Bu nedenle ister dijital doğan olsun ister bir televizyon ya da gazetenin internet sayfası olsun bütün dijital gazeteler tıpkı sosyal medyada haber paylaşırken belli stratejiler uygularken, arama motorundan gelen trafiği artırmak için de belli stratejiler uygulamaktadırlar. Diğer taraftan sosyal medyada uygulanan stratejiler belli saatlerde belli haberleri paylaşmak gibi daha basit bir uygulama iken, arama motorundan gelen ziyaretçiyi artırmak için yapılan Arama Motoru Optimizasyonu (Search Engine Optimization -SEO) olarak bilinen uygulama daha kompleks ve teknik beceri isteyen bir iştir.

SEO, haberde belli anahtar kelimeleri kullanarak siteyi Google aramalarında üst sıralara çıkarmak demektir. Google'ın algoritmalarına uygun olarak haber içeriği oluşturmak ve insanların arama alışkanlıklarını takip ederek, ona uygun haber oluşturmak demek. Bu, aslında okuyucu artırmak için sahte ya da yanıltıcı haber başlığı kullanmaktan farklıdır. Fakat bir yandan birçok kişi bunun gazeteciliği teknik bir işe indirgemek anlamına geldiğini düşünmektedir.

Artık çoğu dijital gazete, ya dışarıdan SEO hizmeti almakta ya da ekibinde bir ya da birkaç kişiden oluşan bir SEO ekibi bulundurmaktadır. Hatta dijital gazeteler editör alırken aynı zamanda SEO biliyor olması şartını aramakta ve SEO bilen kişiler sektörde editörlerden daha yüksek ücret almaktadır. Bu da dijitalleşmenin haber üretim süreçlerinde olduğu kadar istihdam yapılarında da bir dönüşüm yarattığını ortaya koymaktadır.

Çalışma kapsamında görüşülen dijital gazete yetkilileri için SEO çalışmaları da özgün içerik ve haberin dağıtımından sonra dijital gazetelerin sürdürülebilirliğini sağlamasında önemli bir faktör olarak görülmektedir.

Sonuç

Bu çalışma "dijital doğan" gazetelerin alanda sürdürülebilir olma yollarının neler olduğunu ve rekabet etme stratejilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaçla hem

dijital doğan gazete yetkilileriyle hem geleneksel medyanın internet siteleri yetkilileriyle yarı-yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır.

Görüşme yapılan dijital doğan gazetelerin -ve genel olarak birkaç örnek dışında Türkiye'deki dijital gazetelerin- tek gelir kaynakları reklamdır. Ve dijital doğan gazetelerin reklam gelirleri gazeteyi sürdürmek için yeterli düzeyde değildir. Bu nedenle bir şahıs sahipliğinde kurulan dijital doğan gazetelerin sahiplerinin bu gazeteler dışında başka bir işte çalıştıkları ve çoğu zaman oradan aldıkları gelirleri de gazete için kullandıkları görülmektedir. Şirket sahipliğinde yayınlanan dijital doğan gazeteler ise belli bir sermayeye sahip oldukları için sürdürülebilir olma konusunda daha avantajlıdırlar.

Dünyada da dijital haber sektörüne yeni giren dijital doğan gazetelerin geleneksel medyanın internet siteleriyle rekabet edemediğini ortaya koyan araştırmalar bulunmaktadır. Bu çalışma bu durumun Türkiye'deki dijital medya sektörü ve pazarı için geçerli olup olmadığını sınamak amacıyla da taşımaktadır. Çalışmanın bulgularına göre, internet Türkiye'de dijital doğan gazetelerin geleneksel medyanın internet siteleriyle bir arada, aynı pazarda yer almasını mümkün kılarsa da onlarla eşit şartlar altında rekabet etmesini sağlayamamaktadır. Çünkü sermaye birikimi ve kâr elde etme güdüsüne dayanan kapitalist ekonomik sistem geleneksel medyayı nasıl belirliyorsa, yeni medya alanında da aynı işleyiş devam etmektedir. Curran'ın da belirttiği gibi, internetin küçük sermayeli ve büyük sermayeli şirketler için pazarı eşitleyeceği tezi, internetin içinde bulunduğu ekonomik sistemi göz ardı etmektedir. Google, Youtube, Amazon, iTunes ve Facebook, internette hakim şirketler haline gelmişlerdir ve pazarın kurallarını bunlar belirlemektedir. Bu, kapitalist sistemin temel mantığını göstermektedir. Doğal rekabet süreçleri rekabeti artırmamakta, azaltmaktadır. Ayrıca büyük sermayeli şirketler internetin sunduğu olanaklara adapte olma konusunda daha başarılıdırlar. Dolayısıyla küçük işletmelerin internet çağında zafer kazanacağı öngörüsü hiçbir zaman yerine getirilememiştir (Curran, 2016: 6).

Tüm dünyada dijital haber medyasıyla ilgili en önemli sorun, dijital alana ayrılan reklam paylarının artıyor olmasına rağmen, bu payın çok az bir kısmını haber medyasının alıyor olması gerçeğidir. Bu alandaki reklamın büyük kısmını ise Google, Facebook, Microsoft, Yahoo gibi büyük teknoloji şirketleri ve sosyal medya platformları almaktadır. Bu durum bize iki önemli gerçeği göstermektedir:

Birincisi, teknoloji dolayısıyla değişen gazetecilik ekosistemidir. Teknolojinin ve internetin gelişmesi ve yaygınlaşması ve sosyal medya kullanımının artması sonucu, arama motorları ve sosyal medya platformlarının gazetecilik üzerindeki etkisi artmıştır. Eskiden haberi oluşturma, haberin dağıtımı ve haber kuruluşları için reklam alma daha doğrudan süreçlerdi ve haber kuruluşlarının sorumluluğundaydı. Tüketimi ise okuyucunun gazeteyi satın almasıyla gerçekleşen yine doğrudan ve basit bir süreçti. Şu anda gelinen noktada ise bu süreçler hem karmaşıklaşmış hem de bir aracı dolayısıyla gerçekleşen süreçler haline gelmiştir. Bu dolayım arama motorları ve sosyal medya platformları aracılığıyla gerçekleşirken bunların gücünü ve etkinliğini artırmıştır. Örneğin dijital gazetelerin trafik almasında arama motorlarının özellikle Google'ın büyük bir payı vardır ve bu nedenle gazeteciler artık haberlerini Google'ın algoritmalarına uygun bir şekilde üretmeye çalışmaktadırlar. Bir diğer önemli trafik kaynağı sosyal medyadır. Bu nedenle hemen hemen her dijital gazetenin bütün sosyal medya platformlarında sayfası bulunmaktadır. Üstelik haber kuruluşu bu platformlara ürettiği haberleri girse bile, örneğin Facebook algoritmasını değiştirerek hangi haberi Facebook kullanıcılarına gösterip hangisini göstermeyeceğini ya da kaç kişiye göstereceğini kendisi belirlemektedir. Diğer taraftan bütün yayınları ve kullanıcıları bu şekilde kendi havuzunda bulunduran Google ve Facebook'a reklam vermek reklam veren açısından, doğrudan haber kuruluşlarına reklam vermektense daha cazip hale gelmektedir. Çünkü

reklam veren bu şekilde daha fazla kişiye ulaşabilmektedir. Dijital reklam teknolojisinin gelişmesiyle ayrıca reklam veren reklamını sadece daha geniş bir kitleye ulaştırmakla kalmamakta, aynı zamanda Google'ın ve Facebook'un elinde bulundurduğu kullanıcı verileriyle reklamını tam olarak hedeflediği kitleye de ulaştırabilmektedir.

Dijital alandaki reklamın büyük kısmının sözü edilen şirketler arasında paylaşılması, bir taraftan teknolojinin gazetecilik ekosisteminde yarattığı dönüşümü gösterirken, diğer taraftan "internetin ve teknolojinin küçük sermayeli girişimlere alan sağladığı; bu girişimlerin büyük sermayeli şirketlerle eşit şartlarda rekabet etmesini sağlayacak demokratik bir ortam yarattığı; hatta büyük şirketlerin tekellerine son vereceği ve kendi sözünü söylemek isteyen herkese görüşlerini istediği gibi ifade etmesine olanak sağlayacağı" yönündeki iyimser ve teknoloji belirlemci yaklaşımların sorgulanması gerektiğini de ortaya koymaktadır. Nitekim bu alandaki gelişmeler büyük şirketlerin gücünün kırılmadığını, aksine daha güçlü hale geldiklerini göstermektedir. Bu nedenle bu çalışma internetle ilgili iyimser görüşlerin geçerli olmadığını ortaya koymaktadır.

KAYNAKÇA

- ANDERSON, C. (2008). "Kültürün ve Ticaretin Yeni İktisadı: Uzun Kuyruk". İstanbul: Optimist Yayınları.
- BELL E. ve OWEN T. (2017). "The Platform Press How Silicon Valley Reengineered Journalism". Tow Center For Dijital Journalism. Columbia Journalism School.
- BRUNO, N. ve NIELSEN, K.R. (2012). "Survival is Success: Journalistic Online Start-Ups in Western Europe". Reuters Institute for the Study of Journalism. University of Oxford.
- COOK, C. ve SIRKUNEN, E. (2013). "What's In a Niche? Exploring The Business Model Of Online Journalism". *Journal of Media Business Studies*. 10/4. 63-82.
- CURRAN, J. (2016). "The internet of Dreams: Reinterpreting the İnternet". *Misunderstanding the Internet içinde*. Der: Curran J., Fenton N. ve Freedman D. London and New York: Routledge. İkinci Baskı. 1-47.
- FREEDMAN, D. (2010). "The Political Economy of the 'New' News Environment". *New Media, Old News: Journalism & Democracy in the Digital Age içinde*. Ed: Natalie Fenton. London: SAGE Publications. s. 35-50.
- GERAY, H. (2017). "Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş". Ankara: Ütopya Yayınları.
- GOLDING, P. ve MURDOCK, G. (2002). "Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik". *Medya Kültür Siyaset içinde*. Der: Süleyman İrvan. Ankara: Alp Yayınevi. İkinci Basım. s: 59-97.
- LEURDIJK, A., SLOT, M., NIEUWENHUIS, O. (2012). JRC Technical Reports. "Statistical, Ecosystems and Competitiveness Analysis of the Media and Content Industries: The Newspaper Publishing Industry". European Commussion. Joint Research Centre.
- NEWMAN, N. (2016). "Overview And Key Findings". *Reuters Institute Digital News Report 2016 içinde*. Ed: Newman N., Fletcher R.; Levy D.A.L. ve Nielsen R.K. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- NEWMAN, N. (2019). "Executive Summary and Key Findings of the 2019 Report". *Reuters Institute Digital News Report 2019 içinde*. Ed: Newman N., Fletcher R., Kalogeropoulos A., ve Nielsen R.K. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

NICHOLLS, T., SHABBIR, N., NIELSEN, R.K (2016). *"Digital-Born News Media In Europe"*. *Digital News Project*. Reuters Institute for the Study Of Journalism. Oxford University.

NICHOLLS, T., SHABBIR, N. ve NIELSEN, R. K. (2017). "The Global Expansion of Digital-Born News Media". *Digital News Project*. Reuters Institute For The Study of Journalism. University of Oxford.

YANATMA, S. (2018). *Reuters Institute Digital News Report 2018: Turkey Supplementary Report*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Linkler:

<https://www.haberturk.com/star-gazetesi-kapandi-gunes-gazetesi-aksam-in-eki-oldu-2554428>

https://www.rvd.org.tr/uploads/2022/04/medyayatirimlari_2021yilsonu_rapo_ru_final.pdf

<https://www.newslabturkey.org/2022/02/03/programatik-reklamcilik-101-nedir-nasil-yapilir/>

Summary

The media sector is one of the sectors most affected by the rapid development of the internet and technology worldwide. With the increase in internet, social media and mobile phone usage rates all over the world, the news reading habits of the readers have turned from printed newspapers to the digital field and many digital newspapers have emerged. Since digital newspapers offer their content free of charge and their income is based on advertisements, many digital newspapers have difficulty in surviving, and this affects the journalism done in these media. The most important reason for this is that the advertising rates in this area are not at a level that will enable digital newspapers to generate sufficient income. Studies dealing with the effects of the internet and digitalization on journalism in Turkey deal with this issue mostly through the transformation in journalists' practices and journalistic identity, or through issues such as news language and journalism ethics. The economic reasons and economic background that led to the emergence of these discussions are neglected and are not adequately examined. This study aims to examine the effects of digitalization on journalism in the light of the mentioned economic background. For this purpose, in this study, it will be tried to reveal what kind of strategies digital newspapers have developed in order to generate income and ensure their sustainability, and a general digital news media map will be drawn. This study aims to reveal the sources of income of digitally born newspapers in Turkey, what kind of strategies they implement in order to maintain their existence in this field, and whether traditional media can compete with internet sites. In the study, "digital born" newspapers were chosen as the object of study, because the traditional media's websites are mostly well-known brands that have created a habit in the reader, they take advantage of this in the digital field as well, and they do not have any problems in getting advertisements. However, digitally born newspapers enter the field without a brand awareness and are therefore in a more disadvantageous position. In addition, when they cannot generate sufficient advertising revenue, the owner of the newspaper does not have any other media to compensate for this. Therefore, they have to create certain income sources and develop various strategies in order to survive and ensure their sustainability. For this purpose, in-depth interviews were conducted with the officials

A. Sevtap Demir, "Türkiye'deki "Dijital Doğan" Gazetelerin Sürdürülebilirliklerini Sağlamalarının Yolları: Bir Alan Araştırması", **İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 10 (2), Ekim 2023, ss. 510-532.

of nine "digital born" newspapers, so that the ways of sustainability of these newspapers were tried to be revealed.

Banka Kredileri ile İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı İlişkisi: Ekonomik Aktivite Etkileşimi

Gizay DAVER*

Öz

Bu çalışma, Türkiye açısından 2014:01 – 2020:12 aralığında ekonomik aktiviteyi bütüncül bir bakışla ve proaktif olarak izlemenin mümkün olup olmadığını belirlemek için gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla, ekonomik aktiviteyi izlemek için hem üretim hem de tüketim yönlü verilerden faydalanılmıştır. Araştırma kapsamında, Türkiye’de ekonomik aktiviteyi temsil yeteneği yüksek olduğu belirlenmiş olan, imalat sanayi kapasite kullanım oranı ile banka kredileri, öncül verilerinin etkileşimi değerlendirilmiştir. Zaman serisi çalışması olarak kurgulanan çalışmada, birim kök testleri ile durağanlık sınamaları, Johansen eş-bütünleşme testi ve Granger nedensellik testleri gerçekleştirilirken, vektör otoregresyon modeli (VAR) ve vektör hata düzeltme (VEC) modeli ile ilgili bilgiler de sunulmuştur. Veri seti açık kaynak olarak kullanıma sunulmuştur*. Parasal aktarım mekanizmasının banka kredi kanalının aktif olarak çalıştığının düşünüldüğü ve imalat sanayi kapasite kullanım oranının önemli görüldüğü bir ortamda, banka kredileri ile kapasite kullanım oranı etkileşimi incelenmiştir. Çalışma sonucu ışığında Türk toplum yapısı ve Türk ticaret hayatı açısından politika yapıcılara öngörü sağlanması da amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Finansal piyasalar, yatırımlar, bankacılık, KKO, kredi

JEL Kodları: D53, G1, E5, G2

**Relation of Bank Credits and Manufacturing Industry Capacity Usage Ratio:
Economic Activity Interaction**

Abstract

The study was conducted to determine whether it is possible to monitor economic activity of Turkey in a proactive way with a holistic perspective for the period 2014:01 to 2020:12. For this purpose, unlike the traditional practice that examines the economic



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 12.10.2021

Kabul/Accepted: 18.10.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.1008506>

* Dr. Öğr. Üyesi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Finans ve Bankacılık Bölümü, Zonguldak, Türkiye. E-posta: gizaydaver@gmail.com

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5427-0741>

* İndirilebilir veri seti bağlantısı: DAVER, Gizay (2023), "banka_kredi_iskko_ekonomik_aktivite_etkilesim", Mendeley Data, V1, doi: 10.17632/k8m75gm4m4.1

activity in one direction, bi-directional process with both production and consumption side data were proposed. Within the study the interaction of preliminary data(manufacturing capacity utilization rate and bank credits), which were chosen according to the high representation ability of economic activity in Turkey were investigated. Within the scope of the study, which is designed as a time series study, unit root and stationarity process tests, Johansen cointegration test and Granger causality tests are performed, while information on the vector autoregressive model (VAR) and vector error correction (VEC) model are also provided. The data set is available as open source*. In an environment, under the assumption that the credit channel mechanism of monetary policy is actively working and the manufacturing industry capacity utilization rate is considered to be important, the interaction between bank credits and capacity utilization rate has been analyzed. In the shed of results of the study, it is aimed to provide foresight to the policy makers in terms of Turkish social structure and business life of Turkey.

Keywords: Financial markets, investments, banking, capacity utilization rate of manufacturing industry, credits

Giriş

Kendi hayatının şiirini yazanlar kitabında Zweig, "Kendini tanımaya, kendi ruhunu tanımaya çalışmak, gelecekte, her zaman daha cüretli çözüm yollarına götüren ama daha ustalasmış insanlığımızın hiçbir zaman çözemediği bir problem olarak kalacaktır." şeklinde bir tanımlamayı 1928 yılında yaparken, esas olarak insanla sürmekte olan daimi bir sorgu sürecini vurgulamaktadır(Zweig, 1995). Ekonomi ve Finans alanlarında ekonomik konjonktürün hangi veriler ve göstergeler üzerinden izleneceği de benzer şekilde uzun yıllardır süren bir çalışma sahasıdır. İnsanın, anlam arayışı içerisinde bu uzun soluklu maratonda değişen sadece yüzyıllar ve alt sınıfları değildir. Üretilen veriler, kullanılan göstergeler, hayata ve yaşantıya bakış, beklentiler, teknoloji, insanlar gibi birçok değişim noktası bulunmaktadır. Var olanlarda dönemeçler, bilinenlerin sorgulaması, bu sürecin olağan bir parçasıdır. Bu çalışma da bahsedilen uzun soluklu maratonda, bir sorgu sürecinin eseridir.

Uygulaması gerçekleştirilen çalışma, ekonomi bilimcilerinin tasnifine göre bir çerçeveye sığdırılma konusunda uygun görülmemektir. Örneklenecek olursa, bu çalışma arz yönlü bakış açısından ve reel ekonomik dalgalanma teorisi ile incelenmiştir veya talep yönlü bakış açısından ve Keynesyen teori ile incelenmiştir denilmesi uygun görülmemiştir. Keynesçi, parasalçı, rasyonel bekleyişçi veya reel ekonomik dalgalanma teorisini sınırlarında kalmadan bütünleştirici bir kompozisyonla ilişkiler irdelenmiştir. Şüphesiz ki ekonomi bilimi ve teorisi burada sunulmaya çalışılan küçük çerçeveden çok daha geniştir; ancak amaç ekonomik teoriyi tartışmak olmadığından bu konularda daha fazla ayrıntıya girmek amacı saptıracağıdır. Ekonomi teorisi ve ekonomiye bakış açıları hakkındaki tartışmalar için Dornbusch ve Fischer (1994); Levine (2005); Mankiw (1989), (2019); Mishkin ve Eakins (2012) çalışmaları incelenebilir. Piyasa uygulamacıları tarafından ekonomi ve ekonomideki dalgalanmalara farklı bakış açıları bulunmaktadır. İlk bakış açısında, tüketim yönünden ekonomi ve ekonomik dalgalanma izlenmek istenildiğinde, gelirlerle ilgili, tüketici güveniyle ilgili, tüketici harcamalarının kanalıyla ilgili olanlar gibi birçok bilgi takip edilmektedir. Tüketim yönünden ekonomiyi ve ekonomik dalgalanmaları izlemede, "Krediler" ekonomi ile aynı yönlü ve öncü göstergeler olarak kabul edilmektedir. Bir başka bakış açısına göre ekonomiyi ve ekonomik dalgalanmayı izleme kararı üretim yönünden gerçekleştirilebilmektedir. Bu bakışa göre

de çok ve çeşitli bilgi akışını takip etmek mümkündür. Üretim açısından ekonomi izlendiğinde, "İmalat sanayi kapasite kullanım oranı(KKO)" verisinin ekonomiyle eş yönlü ve öncü bir gösterge olduğu kabul edilmektedir. Ekonomik konjonktürün takip edilme sürecinde temel bakış, seçilen yöntemle bağlı kalmak koşuluyla ya üretim yönünden ya da tüketim yönünden ekonomiyi izleme çabasıdır. Ekonomi öğretisinin temelindeki arz ve talep arasındaki kopmaz bağ esas alınarak bu çalışmada farklı olarak üretim ve tüketim verilerinin bir arada kullanımı gerçekleştirilecektir. Bu kapsamda oluşturulmuş araştırma sorusu 0 numaralı başlıkta sunulmuştur. Özetle, tüketim yönünden ekonomiyi izlemekte kullanılan veri ile üretim yönünden ekonomiyi izlemekte kullanılan veri arasındaki ilişki incelenecektir.

Çalışma beş ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm olan giriş kısmında; bilimsel sorgulamanın tetikleyicileri ve araştırma sorusunu doğuran nedenlere yer verilmiştir. Finans ve bankacılık endüstrisinin akademi kanadından sistemsel bir bakış ve temel bilgiler sunulmuştur. Bu bölüm kapsamında, çalışmanın bakış açısı ve konunun önemi açıklanmıştır. İkinci bölümde, çalışma amacına uygun olarak toplanan bilgi, belge, evrak, doküman ve malzeme birlikte ele alınmış ve araştırmanın materyali oluşturulmuştur. Kullanılan materyal, Türkiye açısından, finans ve bankacılık literatüründe kullanılan ekonomiyi okumakla ve bankacılıkla ilgili veriler; Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu(BDDK) ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası(TCMB) veri sorgulama sistemlerinden sağlanan veriler; mevzuat düzenlemeleri ve diğer materyal, olarak özetlenebilir. Bu kapsamda çalışma açısından kullanımı uygun olabilecek yöntemlerin ve karşılaşılabilecek sonuçların araştırılması gerçekleştirilmiştir. Teori ve geçmiş uygulamalar birlikte değerlendirilerek araştırma sorusunun ve literatürle uyumlu beklentinin sunumu ikinci bölümün sonunda gerçekleştirilmiştir. Üçüncü bölümde, araştırma sorusunun cevaplanması için kullanılacak yöntemler anlatılmıştır. Dördüncü bölümde elde edilen bulgular finans, bankacılık, yatırım kararları ve risk yönetimi ile reel sektör üzerinde etkileri açısından tartışılmıştır. En son bölümde araştırma sonucunda tespit edilen sorunlara çözümler çerçevesinde genel bir değerlendirme sunulmuştur.

Yöntem

Kullanılan Materyal

Giriş kısmında sunulmuş olan, banka kredileri tüketim yönünden ekonomiyi izlemek için kullanılacak bilgi kümesinin bir parçasıdır kabullenmesi, banka kredilerin başlı başına tüketici eğilimini izlemek için kullanıldığını belirtmektedir. Bu kabullenme nedeniyle Krediler kapsamında yapılan değerlendirme ve izlemeler bireysel krediler, tüketici kredileri, otomotiv kredileri, ihtiyaç ve diğer kredilerle, bireysel kredi kartları düzeyinde, olmaktadır. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu(BDDK) ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası(TCMB) kredileri daha alt başlıklarda izlemekte ve incelemektedir. BDDK ve TCMB tarafından izlenen ve oluşturulan seriler arasında verilerin göstergeler dönüştürülmesi sürecindeki metodolojilerden ötürü farklılıklar olabilmektedir. Çalışmada BDDK verileri kullanılmıştır(BDDK, 2020). BDDK tarafından, BDDK Veri Transfer Sistemi(BVTS) aracılığıyla oluşturulan haftalık bültenin Bankacılık Sektör Verilerinden, Krediler, Türk Parası(TP) ve Yabancı Para(YP) toplamı olarak Türk Lirası cinsinden çalışmaya dahil edilmiştir. Çalışmada TP ve YP toplanarak bulunan Toplam kalemi kullanılmıştır. BDDK verilerinin kullanımıyla sağlanan katma değer ekonomiyi izlemekte kullanılan krediler başlığını tüketici kredileri ve bireysel kredi kartları verilerini, yani konut, taşıt, ihtiyaç ve diğer kredilerle, taksitli ve taksitsiz bireysel kredi kartları verilerini, Ticari ve Diğer kredileri de içerecek şekilde genişletmek yani taksitli ticari kredilerle kurumsal kredi kartlarını da çalışmaya dahil etmek olmuştur.

BVTS aracılığıyla oluşturulan BDDK Krediler haftalık bülten akışındaki veriler Tablo 1'de sunulmuştur.

1991-2009 yılları arasında, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından hazırlanan İmalat sanayinde KKO verileri, bu tarihten sonra Resmi İstatistik programı kapsamında TCMB tarafından hesaplanmaktadır. İstatistikler, TÜİK tarafından hesaplandığı süreçte "İmalat Sanayi Eğilim Anketi (İSEA)" sonuçlarına dayalı olarak hazırlanıp yayımlanmıştır. TÜİK ve TCMB tarafından hesaplanan KKO arasında hem uygulama hem de yöntem farklılıkları bulunmaktadır. TCMB 2017 yılında Ocak 2017'den itibaren geçmişe dönük güncellemeyle Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS) üzerinden seri güncellemesi gerçekleştirmiştir (TCMB, 2018). İmalat sanayinin alt sektörlerinden mevsim ve/veya takvim etkisi görülenler mevsimsel olarak düzeltilmekte ve ağırlıklı ortalaması alınarak hesaplama yapılmaktadır. KKO serilerinde mevsimsel düzeltme işlemi TRAMO-SEATS yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmektedir. Mevsimsellikten arındırma yöntemi olarak dolaylı (indirect) yöntem kullanılmaktadır. Ağırlık ataması ve metodoloji ile ilgili bilgiler meta veri dosyasında yer almakla beraber, ağırlıklar, bir önceki yıla ilişkin yıllık sanayi üretim endeksi verileri aracılığıyla yılda bir defa güncellenmektedir (TCMB, 2019). İncelenen zaman serilerinde mevsimsellik varsa bu tarz verilerde mevsimsel birim kök ile ilgili çalışmalar gerçekleştirilmesi faydalıdır (Brooks, 2014:369). Bu çalışmanın amacına uygun olarak TCMB, EVDS İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı (%) (Ağırlıklı-NACE REV.2) serileri kullanılmıştır. Veri seti revizyonlarının analizini yinelenmesini etkilememesi için çalışmada kullanılan seriler açık kaynak bağlantısı olarak sunulmuştur.

KKO için Ocak 2007, Krediler için ise 03 Ocak 2014 veri seti sınırlarını çizmektedir. KKO için 167 aylık veri, Krediler için 365 haftalık veri üretilmiştir. KKO ve Krediler arasındaki ilişkiler inceleme konusu olduğundan ortak payda aylık veri kullanımı benimsenmiştir. Ocak 2014 tarihinden itibaren 249 adet veri ortak çalışmaya dahil edilerek 83 aylık veri ile çalışılmıştır. Özetle, çalışmanın gerçekleştirildiği tarih itibarıyla erişilebilir durumdaki en uzun veri ile analiz serileri oluşturulmuştur. Tekrara imkân veren bir çalışma olmasını kolaylaştırması amacıyla programdan alınan analiz çıktı tabloları bağlantısı istenildiğinde yazar tarafından paylaşılacaktır.

Sıra No	Kalem
1	Toplam Krediler (2+10)
2	Tüketici Kredileri ve Bireysel Kredi Kartları (3+7)
3	Tüketici Kredileri (4+5+6)
4	<i>Konut</i>
5	<i>Taşıt</i>
6	<i>İhtiyaç</i>
	<i>Diğer</i>
7	Bireysel Kredi Kartları (8+9)
8	<i>Taksitli</i>
9	<i>Taksitsiz</i>
10	Ticari ve Diğer Krediler
11	Taksitli Tic. Krd. ve Kurumsal Kredi Kartları (12+16)
12	Taksitli Ticari Krediler (13+14+15)

Sıra No	Kalem
13	İşyeri
14	Taşıt
15	İhtiyaç
	Diğer
16	Kurumsal Kredi Kartları (17+18)
17	Taksitli
18	Taksitsiz
19	KOBİ Kredileri
20	Döv. Endeksli Krediler

Kaynak: BDDK haftalık bülteni

Tablo 1. BDDK Krediler Haftalık Bülten İçeriği

Yöntemlerin ve Sonuçların Araştırılması

İmalat sanayi KKO ile ekonomi etkileşimi konusunda çok ve çeşitli çalışma gerçekleştirilmiştir. Türkiye ekonomisinin 1999 ile 2007 yılları arasında reel ekonomik göstergeleri, kriz sinyali olarak değerlendirme konusundaki çalışmalar KKO göstergesinin, cari denge/ulusal rezerv ve ithalat göstergelerinin yanı sıra kriz dönemi için sinyal verme ihtimalinin kuvvetli olduğunu belirtmiştir (Cicioğlu ve Yıldız, 2018). Dolayısıyla, KKO ekonomik aktivite ile ilgili önemli bir göstergedir. Anılan çalışmada, ekonomik aktiviteye bir bütün olarak bakıldığı için birçok değişkenin eş anlı izlenerek erken uyarı modellemesi için KLR sinyal yaklaşımı kullanıldığı belirtilmelidir.

Şanlı ve Petek, 2019 yılında, Türkiye özelinde, imalat sanayi KKO üzerinde, gayri safi yurtiçi hasıla, sanayi üretim endeksi ve döviz kurlarının etkisini, 2007 ile 2017 yılları aralığı için eş-bütünleşme ve Granger nedensellik sınamaları gerçekleştirerek değerlendirmiştir. Aynı çalışmada, Amerika Birleşik Devletleri, Avrupa Birliği ve Türkiye'nin imalat sanayinde kapasite kullanım oranları gelişimi 2000 ile 2018 yılları için görselleştirilmiştir.

Ekonomik aktivitenin izlenmesi çabası doğrultusunda, gecikmesi dağıtılmış otoregresif model veya daha sık kullanılan adıyla ARDL (Autoregressive Distributed Lag) modelle, 2004 ile 2015 yılları aralığı için imalat sanayi KKO göstergesinin, enflasyon modellemesi için başarılı bir gösterge olarak kullanılabilceği belirlenmiştir (Yamaçlı, 2016).

Abdioğlu, 2013 yılındaki çalışmasında 1991 - 2006 ve 2007 - 2012 dönemleri için Türkiye'de enflasyon oranı ile imalat sanayi KKO arası ilişkiyi, en küçük kareler (EKK) ve Kalman filtre analiziyle incelemiş ve arz şoklarına tepkileri araştırmıştır. İki ayrı dönem inceleme gerçekleştirilmesinin sebebi hesaplamalardaki yöntem değişikliğinin analiz hatasına neden olmamasıdır. Arz şoklarının incelenen veri setleri üzerinde olumsuz etkisi bulunmamaktadır; ancak enflasyon oranı ile KKO arasındaki pozitif ve anlamlı belirlenen ilişki 2007 sonrasında devam etmemektedir.

2007 yılı ile 2019 yılı sürecinde, imalat sanayi KKO ile Borsa İstanbul 100 endeksi üzerindeki etkilere bakarak Türkiye'de ekonomik aktivite Johansen eş-bütünleşme ve Granger nedensellik testi ile ölçülmeye çalışılmıştır. Finansal açıdan değerlendirildiğinde, çalışma her ne kadar imalat sanayi KKO göstergesi ile Borsa İstanbul 100 endeksindeki tüm firmaların temsil edilemeyeceği öngörülse bile, endeks kapsamında yer alan

firmaların Türkiye ekonomisinin başlıca büyük firmaları olması ve ülke ekonomisini temsil edecek şekilde kullanılabilmesi nedeniyle önemlidir. Ekonomik aktivite için, Borsa ile imalat sanayi KKO çift yönlü nedensellik ilişkisi içerisinde olduğu tespit edilmiştir (Sinan, 2020).

Ekonomik faktörlerin pay senetleri fiyatlarına etkileri 2007'den 2018'e uzanan dönemde Granger nedensellik testiyle sınanması gerçekleştirilmiştir (Çetiner ve Sever, 2019). Mühendis bakış açısıyla farklı bir disiplinden kapasite kullanım oranları tarihi olarak incelenmiş ve gerçekçi sonuçlara erişilebilmesi için geçmiş beş altı aylık değişimin incelenmesinin daha uygun olabileceği ve buna göre 2007-2017 yılları arasında Türkiye'de KKO değerinin ideal durumda %90 olması gerekirken, ortalama %75 seviyesinde olduğu belirtilmiştir (Koç, Şenel, ve Kaya, 2017).

1985 - 1991 dönemi için Türkiye'de enflasyon ve imalat sanayi KKO arasındaki nedensellik ilişkisi üç farklı VAR modeli ile incelenmiş ve gecikme uzunluğu için bilgi kriteri(SIC) bir olarak seçilmiştir. Kullanılan modele göre ilişkinin yönünde değişiklik olabildiği belirtilmiştir (Yamak ve Zengin, 2000).

27 farklı ülke için 1980 - 2013 döneminde panel veri analiziyle gerçekleştirilen çalışmada ekonomik aktivitenin düzenlenmesi için imalat sanayi KKO önem arz etmektedir sonucu belirlenmiştir. Doğrudan KKO kullanımı yerine, çıktı açığı değişkeni kullanılarak cari işlemler açığı değişkeni analiz gerçekleştirilmiş ve cari işlemler dengesi ile çıktı açığı arasında negatif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur (Ünver, 2015).

Banka kredileriyle 2003 - 2017 dönemi ekonomik aktivitesini incelemeye alan ve büyümeyle olan ilişkiyi ARDL sınır testiyle arayan çalışma bankaların sahipliğine göre çıkan sonuçlar vermiştir. Mevduat bankalarıyla sınırlanmış olan çalışma, sektörün büyük bir kısmını temsil yeteneğine sahip olmakla beraber, kredi hacmi ve ekonomik büyüme ilişkisini inceleyen literatür açısından geniş bir perspektif sunmaktadır (Öge Güney ve Turgut, 2020).

Literatür açısından tatmin edici başka bir çalışma sonuçları şöyledir. Banka kredi kanalının Türkiye'de etkin olup olmadığının araştırıldığı, 2003-2018 dönemini kapsayan çalışmada VAR modeli ve etki - tepki fonksiyonlarıyla sınama gerçekleştirilmiştir. Bulgular kredi kanalı mekanizmasının çalışır olduğu yönündedir (Kılınç ve Kılınç, 2020). Banka kredi kanalının işleme için gerekli koşulların önemli ölçüde olduğunun belirtildiği ve 1990-2006 dönemi için VAR modeli uygulamasıyla Türkiye için sınama yapılan çalışmada, para politikasının aktarımında banka kredi kanalının önemli olduğu belirtilmiştir (Cengiz ve Duman, 2008). 1990'lı yıllardan beri banka kredi kanalı ekonomik aktivite açısından önemli görülmektedir. Bir ayrıntı bilgisi olarak Adanur Aklan ve Nargeleşkenler, 2008 çalışmasında kredi kanalının 1998-2001 yıllarında güçlü olmadığı ancak işler konumunda olduğunu tespit edildiği belirtilmelidir.

Türkiye'de 1990 - 2008 dönemi için VAR modeliyle ve banka kredi kanalının etki-tepki fonksiyonlarıyla incelendiği çalışmada, kredi kanalı çalışmasının, bankaların sisteme verilen çeşitli para politikası şoklarını yanıtlama kalıplarına bağlı olduğu; ayrıca para arzı şoklarının kredi kanalı etkinliğine katkısı olacağı sunulmuştur (Peker ve Canbazoglu, 2011). Benzer bir dönemde, 1990-2010 döneminde, banka kredi kanalının geçerliliği VAR model ve etki - tepki fonksiyonlarıyla incelenmiştir ve kısmen işleyen bir kredi kanalının varlığından söz edilmektedir (Taş, Örnek, ve Utlu, 2012). 2001-2008 dönemi için yapısal VAR ile gerçekleştirilen çalışmada banka kredi kanalının Türkiye reel ekonomisine etkisi ampirik olarak sunulmuştur (Arabacı ve Baştürk, 2013). 2003-2015 yıllarını kapsayan VAR çalışması banka kredi kanalının kısmen çalıştığını ifade etmektedir (Ümit, 2016). 2011-2018 dönemi için gerçekleştirilen VAR çalışması Türkiye'de banka kredi kanalının işlediğini ifade etmektedir (Güvenoglu ve Serel, 2019).

Araştırma Sorusunun ve Beklentinin Sunumu

Ekonometrik modellerde zaman serisi çalışmaları kurgusu, uzun dönemli denge üzerine oturtulmakta ve kısa – orta vadede bu dengeden sapmaların piyasa koşullarında dengeye dönüşü içerdiği belirtilmektedir.

Bankaların ekonomide güven sağlama işlevi yanı sıra, fon toplamak ve fon kullanırmak işlevleri, bankaların temel üç fonksiyonu olarak belirtilmektedir. Bu çalışmada fon kullandırma işlevi kapsamında Banka Kredileri incelenmiştir. Eğer ekonominin durumuyla banka kredilerin arasındaki ilişki hakkında bilgi açığa çıkarılabilirse politika yapımcıların ekonomi yönetiminde banka kredilerini daha etkin kullanması sağlanabilir.

Ekonomi biliminde banka kredileri tüketim verileri arasında sayılmaktadır. Ekonomiye banka kredilerin etkisi ve katkısı çerçevesinde parasal aktarım mekanizması hakkında yapılan çalışmalarda ise bankaların kredi kanalının kullanımı ile ilgili değerlendirmeler yapılmaktadır.

İmalat sanayi kapasite kullanım oranları ekonomi biliminde üretim verileri arasında değerlendirilmektedir. Ekonomideki işletmelerin talepte gerçekleşecek değişimlere ilk tepki olarak mevcut üretim kapasitelerinde yapacağı değişikliklerle yanıt vermesi beklenilmektedir. Örneğin, işletmenin mal ve hizmetlerine olan talepte artma varsa ve artış devam ediyorsa yeni yatırımlar görece daha uzun zaman alacağından, ilk tepki mevcut kapasitenin teorik kapasiteye yaklaştırılması yönünde olacaktır, yani kapasite kullanım oranı arttırılacaktır.

Her iki verinin de öncü olması ve konuya üretim ve tüketim boyutundan bakmaları hipotezin kurulması ve beklentinin test edilmesi konusunu zorlaştırmıştır. Önceki kısımda sunulan literatür ışığında, Türkiye açısından KKO önemlidir ve banka kredi kanalı çalışmaktadır.

KKO artıyor ve artış devam ediyorsa şirketler kredi talep eder. Nüansla ifade edildiğinde KKO artıyor ve artış devam ediyorsa kredi talebi olur. Bankalar kredi musluklarını açıyorsa ve akış devam ediyorsa, KKO artışı gözlenir. İlk kurguda firmaların KKO artışının çeşitli kredilerde artışın öncüsü olduğu kurgulanmıştır. Reel sektör firmalarının çoğunluğunun KOBİ niteliğinde olması ve sahiplik ve yöneticilik kavramında profesyonel ayrışma yapmada yaşanan zorluk iki farklı sorgu doğurmuştur. Alternatif kurguda ise bankaların itme stratejisi ile kredi sattığı ve kredilerin, ekonomik aktiviteye katkı boyutunda geri dönüşü olacak verimli yatırımlara aktarıldığı, başka bir deyişle plasman gerçekleştiği varsayılmış ve sorgulanmıştır.

İmalat sanayi KKO ile banka kredileri ilişkisi tahmini için literatürdeki çalışmalarla beraber incelendiğinde de önemli oldukları düşünüldüğü dışında ortak bir nokta tespit edilmesi mümkün olmamıştır. Granger nedensellik sınaması ihtiyacı bu gerekçeyle sunulmuştur. Gerçekleştirilen çalışmada beklenti, Türk toplum yapısı ile ilgili gözlemler, sektörlerde iş yapma biçimleri ve yazar deneyimleri doğrultusunda, banka kredilerinin ticari ve diğer kredilerden imalat sanayi KKO'ya doğru bir Granger nedensellik ilişkisi olmaması ancak İmalat Sanayi KKO artışından toplam banka kredilerinde artışa doğru Granger nedensellik ilişkisi olması yönünde öngörülmektedir.

Metodoloji

Ekonometrik araştırmaların amacı, bir ekonomik olayın matematiksel bir kalıba uyarlanması yoluyla ölçülebilirliğinin sağlanmasıdır. Bu amaç, ekonomi olayını açıklayan değişkenlerin belirlenmesi, değişkenler arasındaki ilişkinin yönünün tespiti ve ilişkiyi en iyi temsil eden kalıbın seçilmesi süreçlerini içermektedir.

Teorik açıdan uygun olduğu belirlenmiş olan kurgulanan modelin, sınanması, kurulan modelin güvenilirliğinin incelenmesi için, tahmin edilen parametrelerin tek tek anlamlı olup olmadığını inceleyen "t-testleri", modeldeki ilişkiyi bir bütün olarak değerlendiren "F-testleri" ve modeldeki değişkenlerle modelin bir bütün olarak açıklanabilme derecesini değerlendiren "R² sınaması" gerçekleştirilmektedir. Sadece istatistiki olarak geçerli olduğu belirlenen bir modelin, politika yapımında, mevcut politikaların eleştirilmesinde ve mevcut politikalara alternatifler geliştirilmesinde, hatta geleceğe yönelik tahminler yapılmasında kullanılması yeterli değildir. Ekonometrik kriterlere göre sınamaların ayrıca gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Ekonometrik tahmin varsayımlarını karşılamayan modellerin sağlıklı sonuçlar veremeyeceği unutulmamalıdır.

2014:01 – 2020:11 aralığındaki 83 gözlem ile hesaplanan Banka kredilerindeki ve imalat sanayi KKO oranları çalışmada incelenen serilerdir. Metodolojik olarak KKO verileri revizyona tabi olmayıp, mevsimsellikten arındırılmış KKO serisinin model yapısı, parametreleri ve aykırı gözlem yapısı her yıl değiştirilmektedir. Seride geçmişe yönelik revizyon yoktur.

Granger nedensellik ilişkisinin belirlenmesi amacıyla Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu tarafından sağlanan haftalık bankacılık sektörü verileri arasında yer alan kredi verisinin ve TCMB, EVDS İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı (%) (Ağırlıklı-NACE REV.2) verisinin kullanılması uygun bulunmuştur. Çalışma konusu veriler 2020 yılının verileri olup, çalışma hazırlandığı anda kurumlarca sunulan en son güncelleme tarihli olan verileridir.

Birim Kök Testleri

Zaman serisi analizlerine başlamadan önce, her zaman veri seti okunmalı ve uygun yöntemlerle verilerin durağanlığının test edilmesi gerekmektedir. Durağan süreç özet olarak, bir zaman serisinin olasılık dağılımı inceleme konusuyken, şu anki veya geçmişteki bir olasılık dağılımı ile belirli bir dönem ilerideki olasılık dağılımının değişmeden kalması şeklinde açıklanabilir.

Durağan olmayan serilerin varlığında yapılan analizler sonucunda sahte regresyon gibi sorunlar ile karşılaşmak mümkündür(Enders, 2010:196). Sahte regresyon durumunda ekonomik açıdan anlam ifade etmeyen ancak yüksek açıklama gücüne ve anlamlı değerlere rastlanabilmesi durumu çıkabilmektedir; ki bu da istenmeyen bir durumdur(Granger ve Newbold, 1974). Durağan olan bir seri, her bir gecikme için sabit bir ortalama, sabit varyans ve sabit otokovaryanslara sahip olan bir seri olarak tanımlanabilmektedir(Brooks, 2014:353).

$y_t = a_0 + a_1z_t + e_t$ gibi bir denklemi düşündüğümüzde değişkenlerin durağanlığının test edilmesi önem arz etmektedir. Eğer y_t ve z_t farklı seviyeden bütünleşirse, bu tarz değişkenlerin kullanıldığı regresyon denklemi anlamsız olur. Başka bir örnek olarak durağan olmayan y_t ve z_t serileri aynı seviyeden bütünleşirse ve hata terimlerinin serileri stokastik trend içeriyorsa sahte regresyon olur. Bunlar gibi durumlarda söz konusu regresyon denklemi ile tahmin yapmak anlamsızdır(Enders, 2014:199).

Serideki durağanlık araştırmalarının öncüleri 1976 yılında Fuller ve 1979 yılında Dickey ve Fuller olarak bilinmektedir(Brooks, 2008:327, 2014:361). Durağanlık veya birim kök varlığını araştırmak ve anlamak için başvurulan testlerden en yaygın olarak kullanılanlardan biri, sabit terim ve trend terimlerinin ayrıca gecikmeli bağımlı değişkenin (lagged y) anlamlılığı için bir dizi ek test istatistiği ve kritik değerleri sağlamak olan Augmented Dickey-Fuller (ADF) (Dickey ve Fuller, 1981) testidir. Yıllar ilerledikçe yöntem ve modellerde geliştirmeler gerçekleştirilmektedir. Örneğin, otoregresif süreçlerde momentum sınırıyla eşik değer için özel dikkat geliştirilmiş, kritik

değerlerde güncellemeler yapılmış ve durağanlığın asimetric düzeltmeleri dikkate alan varyasyonları literatüre dahil edilmiştir(Enders ve Granger, 1998). ADF kullanımıyla karşılaşılmakta olan problem, optimal gecikme sayısını belirlemektir ve bunun tespiti için verinin frekansından faydalanılması veya bilgi kriterinden faydalanılması önerilmektedir (Brooks, 2008:363). Serideki durağanlık araştırması için en yaygın kullanılan bir diğer yöntem ise zaman serilerinde olma olasılığı yüksek olan yapısal kırılmayı ve trendi dikkate alan PP, testidir(Phillips ve Perron, 1988). Phillips ve Perron 1998 yılındaki çalışmalarında Dickey-Fuller prosedürünü genelleştirmişlerdir. Hata terimlerinin dağılımında oldukça hafif varsayımlarda bulunarak hata terimlerindeki heterojenliği hesaba katmak için Dickey - Fuller t istatistiklerini değiştirmişlerdir(Enders, 2014). KPSS testi gibi burada anılan yöntemlerden başka yöntemlerde bulunmakla beraber, analizler günümüzde çoğunlukla paket programlar kullanılarak yapıldığından kullanılmakta olan programa dahil edilen yöntemin incelenmesi faydalıdır.

Bu çalışmada ADF ve PP testleri incelenen serilerin birim kök taşıyıp taşımadıklarını tespit etmek amacıyla kullanılmıştır. Her iki yöntem de başvurulmuştur. Uygulanan test sonucunda belirlenen t istatistiğinin, kritik değerle karşılaştırılmasıyla sıfır hipotezinin kabul edilmesine veya reddedilmesine karar verilir (Enders, 1995, 2014). Örnek türü ve örnek boyutuna göre t istatistiğinin çeşitli seviyelerdeki değerlerinin farklılaştığı belirtilmelidir. Sabitli ama trendli olmayan kümülatif dağılım tablosunda kritik değerler incelendiğinde 100 örneklem ve 250 örneklem için sırasıyla %1 anlamlılık düzeyi için -3.50 ve -3.45 değerleri, %5 anlamlılık düzeyi için -2.90 ve -2.88 değerleri ve %10 anlamlılık düzeyi için -2.59 ve -2.58 değerleri tespit edilmektedir. Benzer durumlar yani kritik değer değişimleri hem sabitli hem de trendli olmayan durum için gözlenebildiği gibi sabitli ve trendli durum için de gözlenebilmektedir(Enders, 2014). Uygulanan yöntemin temel alındığı çalışmanın belirtilmesi önemlidir, örneğin MacKinnon, 1996 çalışmasında sunulan tek yönlü olasılık değerleri yani p-değerleri gibi. Paket programlar kullanılarak elde edilen sonuçlar sunulurken bir diğer dikkat edilmesi gereken nokta olarak belirtilmesi gereken bu konu, analiz sonuçlarının hangi ekonometrik ve istatistiksel çalışma ışığında sunulduğudur. Örneklem değişiminde karşılaşılan kritik düzey sunumu yıllar ilerleyip literatür geliştikçe farklılaşabilmektedir ve bu farklılıklar paket programların kullanılan sürümlerine yansıtılabilmektedir. Paket program kullanılmadığı ve kodlar yazılarak hesaplamaların yapıldığı durumlarda ise, yöntem ve/veya bulgular kısmında hangi sistemde değerlendirilmenin yapıldığı detaylarına yer verilmesi faydalı olacaktır.

Johansen Eş-Bütünleşme Testi

Johansen eş-bütünleşme testi en basit tanımıyla, Engle-Granger tarafından geliştirilmiş olan seriler arasındaki ilişkiyi araştırarak eş bütünleşme testinin, değiştirilmiş ve geliştirilmiş bir yorumudur.

Uluslararası literatürde "I ()" kısaltması ile ekonometrik ifadeler verildiğinde, I(0) serisi durağan bir seridir. I(1) serisi bir birim kök içerirken, I(2) serisi iki birim kök içermektedir (Brooks, 2014:360).

Değişkenlerin I(1) kalanların veya hata terimlerinin I(0) olduğu kavramında eş-bütünleşme kavramı incelendiğinde, I(1) değişkenlerin arasındaki ilişki uzun vadeli ve I(0) değişkenlerin arasındaki ilişki kısa vadeli ilişki olarak tanımlanmaktadır(Hill, E. Griffiths, ve Lim, 2018:584).

Çoğu durumda, I(1) olan iki değişken doğrusal olarak bağlıysa, birleşimleri de I(1) olacaktır. Daha genel olarak, farklı bütünleşme sıralarına sahip bir $X_{i,t}$ değişken seti birleştirilirse, birleşimin eş-bütünleşme sırası en büyüğüne eşit bir bütünleşme olacaktır. Değişken serilerinin hata terimleri, değişkenlerin doğrusal birleşimi olarak

değerlendirilebilir. Tipik olarak, $I(1)$ değişkenlerinin bu doğrusal kombinasyonunun kendisi $I(1)$ olacaktır, ancak açık bir şekilde $I(0)$ olan hata terimlerinin elde edilmesi istenilecektir. Eğer değişkenler $I(1)$ eş-bütünleşik ise değişkenlerinin doğrusal bir kombinasyonu $I(0)$ 'dır, diğer bir deyişle durağandır (Brooks, 2014:373).

Değişkenler $I(1)$ ise ve eş-bütünleşik değilse, sabit terim olsun veya olmasın, ilk farklarda bir ilişki tahmin etmemiz gerekir (Hill et al., 2018:587).

Değişkenler arasındaki eş-bütünleşme ilişkisinden kısa vadelerde sapmalar olsa bile, uzun vadede dengeye geldikleri ve birlikte hareket ettikleri gözlemlendiği için, eş-bütünleşme ilişkisi uzun vadeli veya denge fenomeni olarak görülebilir (Brooks, 2014:374).

Engle ve Granger, (1987) seriler arasında uzun dönemli ilişki olup olmadığını araştırmak amacıyla eş-bütünleşme yöntemini geliştirmiştir. Bu yöntemde, değişkenlere ait seriler aynı seviyede durağansa, uzun dönemli ilişkiyi test etmek amacıyla eş-bütünleşme yöntemine başvurulur. Tarihsel süreçte eş-bütünleşme kavramı ile ilgili olarak, geliştirilen yöntemlerin eksik yönlerini tamamlama amacı güden ve/veya çeşitli durumlara uyum sağlayabilmeyi amaçlayan birçok çalışma gerçekleştirilmiştir. Ekonomi modellerinde karşılaşılabilen uzun dönemli ilişkilerin testi ve tahmini problemlerine Søren Johansen ve Juselius, 1990 yazarları tarafından geliştirilen eş-bütünleşme yöntemi, incelenen değişkenlere ait serilerin aynı seviyede durağan olmadıkları halde bu serilerin durağan bir kombinasyonunun varlığından söz etmenin mümkün olduğunu ve eğer varsa bunun eş-bütünleşme analiziyle belirlenebileceğini ortaya koymaktadır.

Özetle, incelenen serilerde birden fazla eş-bütünleşme ilişkisi varsa, başkalarının olup olmadığı veya "en iyi" veya "en güçlü" eş-bütünleşme ilişkisinin bulunup bulunmadığı düşünülebilir. Riske karşı bağışıklanan, başka bir deyişle Hedge edilen portföyler düşünüldüğünde; En Küçük Kareler (EKK) regresyonunun, değişkenlerin minimum varyans durağan doğrusal kombinasyonunu bulduğu; ancak değişkenlerin sezgisel çekiciliği olan başka doğrusal kombinasyonları olabileceği düşüncesi doğrulanmaktadır. Böyle durumlarda kullanılması uygun olabilecek bir yaklaşım Johansen'in yöntemidir ve eş-bütünleşmeye yönelik tüm eş-bütünleşmenin belirlenmesine izin verecek bir sistem yaklaşımı olarak Johansen Eş-Bütünleşme yöntemi kullanılmaktadır (Brooks, 2014:379).

Ek olarak, Søren Johansen, (1988) çalışması hakkında "Johansen prosedürü, Dickey-Fuller testinin çok değişkenli bir genellemesinden başka bir şey değildir." eleştirel yorumu bulunmaktadır (Enders, 2014:374). Ancak katkısı ve olumlu yönü olarak Johansen çalışmalarından, "Johansen prosedürünün en ilginç yönlerinden biri, eş-bütünleşen vektörlerin kısıtlı formlarının test edilmesine izin vermesidir." şeklinde söz edilmektedir (Enders, 2014:380)

Tahmin yöntemlerinden hangisinin kullanılacağıyla ilgili seçim yapmak için çeşitli kriterler kullanılmaktadır. En sık kullanılan performans ölçüleri ortalamadan kareli sapmaların hatası ve ortalama mutlak hatadır. Her iki ölçü de ortalama tahmin hatasının boyutunu tahmin etmektedir. Bu ölçümleri örneklem dışı tahminler kullanarak hesaplamak çok bilgilendiricidir. Bir adım yerine daha uzun vadeli tahminler büyük tahmin hatası varyanslarına tabi olmakta ve yeni zorluklar doğurmaktadır. Bu zorlukları aşmak için, yaklaşık tahmin aralıkları kestirmede oto regresyonlar ve vektör oto regresyonlar gibi modeller kullanılarak hesaplamalar yapılabilmektedir. Trendli ve $I(1)$ serilerin tahmini özel dikkat gerektirmektedir. $I(1)$ sürecini tahmin etmede klasik yaklaşım, süreçteki farkı tahmin etmek ve tahmin edilen farka değişkenin düzeyini eklemektir. Alternatif olarak vektör otoregresyon modeli (VAR) üzerinden tespit gerçekleştirmek mümkündür. Değişkenler arasında uzun dönemli ilişkiye rastlandığı eş bütünleşik durumlarda hata düzeltme modelleri kullanılmalıdır (Wooldridge, 2018: 635-

636). Örneğin, Vektör hata düzeltme (Vector Error Correction, VEC) modeli kullanılmaktadır.

İkiden fazla I(1) değişkenin incelendiğini ve eş-bütünleşik olduğundan şüphelenildiği bir durumda, "k" kadar bir gecikme içeren bir VAR modeli, Johansen testinin kullanılması için VEC modeline çevrilmelidir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta Johansen testinin VEC modeline kullanılan gecikme uzunluğundan etkilenme ihtimalidir. Olumsuz etkilenmemek için optimal gecikme uzunluğunu seçmeye çalışmak faydalı olur (Brooks, 2014:386). Optimal gecikme uzunluğu belirleme çabası için Ng ve Perron, 2005 prosedürleri takip edilebilir.

Değişkenlerin durağan olmayıp eş bütünleşik olduğu durumda VAR modeline birinci farkların uygulanmaması gerekir. VEC modeli değişkenler eş-bütünleşik olduğunda VAR'dan daha üstün tahminler verdiği için böyle bir uygulama daha doğrudur. VAR modelinin hata düzeltme teriminin dışlanarak değişkenlerin farklarının yeniden düzenlenmesi, anlamlı uzun dönem ilişkilerinin dışlanmasına ve öngöründe zayıflamaya sebebiyet vermektedir (Tari, 2010:454).

1988 yılında Johansen'in prosedürü matriste gerçekleştirilen, sırasını ve eş bütünleşme vektörünü belirleme çabasıdır. Hata düzeltme yöntemiyle ise düzeltme katsayılarının hızı incelenmektedir. Analize tabi tutulan serilerde karşılaşılabilecek çeşitli özel durumlar Johansen tarafından ilerleyen yıllarda incelenmeye devam edilmiştir, örneğin Soren Johansen, 1991 çalışması veya Gaterek ve Johansen, 2014; Søren Johansen ve Nielsen, 2018 çalışmaları gibi. İlerleyen zamandaki gelişmeler takip eden paragrafta özetlenmiştir.

Analiz edilen seriler arasında deterministik terimlerde gözlenebilecek trendler için çeşitli alternatifler Johansen'in 1995'teki çalışmasında sunulmuştur. Bu alternatiflere göre düzeydeki veri, birinci alternatifte deterministik trende sahip olmayabilir ve eş-bütünleşen denklemler kesişmeyebilir, ikinci alternatifte deterministik trende sahip olmayabilir ve eş-bütünleşen denklemler kesişebilir, üçüncü alternatifte doğrusal trend olabilir ve eş-bütünleşen denklemler sadece kesişebilir. Dördüncü alternatifte düzeydeki veri ve eş-bütünleşen denklemler doğrusal trende sahip olabilir. Beşinci alternatifte düzeydeki veri kuadratik trende sahip olabilir ve eş-bütünleşen denklemler doğrusal trende sahip olabilir (Soren Johansen, 1995, pp. 80-84). Analiz öncesinde verinin hangi varsayım altında inceleneceği belirlenmelidir. Bunun dışında örnek verecek olursak, MacKinnon, Haug, ve Michelis, (1999) çalışmasından kritik değerler belirlenmiştir şeklinde, sunulan kritik değerlerin hangi çalışmadan esas alınarak belirlendiğinin açıklanması önemlidir.

Granger-Nedensellik Testi

Granger nedensellik testi değişkenlere ait seriler arasında ilişkinin varlığını ve varsa ilişkinin yönünü belirleme amacıyla kullanılmaktadır. Nedensellik ve Granger nedensellik birbirinden ayrı kavramlar olup yanlış aktarılmaması için takip eden kısımda açıklamalar sunulmaktadır.

VAR yaklaşımının modelleme ve tahmin için temel avantajlarından biri, sağ tarafta yalnızca gecikmeli değişkenler kullanıldığından, bağımlı değişkenlerin gelecek değerlerinin tahminlerinin yalnızca sistem içinden alınan bilgiler kullanılarak hesaplanabilmesidir (Brooks, 2014:334). Bir VAR modeli birçok değişken gecikmesi içerdiğinde, hangi değişken setlerinin her bir bağımlı değişken üzerinde önemli etkilerinin olduğunu ve hangilerinin olmadığını görmek muhtemelen zor olacaktır. Bu sorunu çözmek için, genellikle belirli bir değişkenin tüm gecikmelerini sıfırla sınırlayan testler yapılır (Brooks, 2014:333). Bu tarz testlerden biri Granger tarafından tanımlanmıştır. Granger nedensellik testi, değişkenlere ait seriler arasındaki ilişkinin

varlığını tespit etmek ve bir ilişki var ise bu ilişkinin yönünü belirlemek amacı ile geliştirilen bir yöntemdir (Granger, 1969). Denklemlerde sunulduğu şekliyle y_t ve x_t şeklinde iki bağımlı değişken tanımladığımızda, nedensellik testleri temel olarak, "y'teki değişiklikler x'te değişikliklere neden olur mu?" türündeki basit soruları yanıtlamaya çalışır.

'Granger nedensellik' ilişkisinin 'nedensellik' kelimesi ile ifade edilmesi yanlış bir ifade biçimidir, çünkü gerçek anlamıyla Granger için nedensellik, yalnızca bir değişkenin mevcut değeri ile diğerlerinin geçmiş değerleri arasında bir korelasyon anlamına gelir; bir değişkenin hareketlerinin diğerinin hareketlerine neden olduğu anlamına gelmez (Brooks, 2014:335).

Özetle bakıldığında X ve Y değişkenleri ilişkisine Granger nedensellik yöntemine göre bakıldığında; X'in geçmiş değerleri kullanılarak Y'nin öngörüsünü hakkında bilgi verilebiliyorsa, X değişkeni, Y değişkeninin Granger nedenidir. Aralarındaki ilişki $X \rightarrow Y$ şeklinde gösterilir. Granger nedenselliği değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koyarken iki değişkenden birinin önce diğerinin sonra olduğunu ifade etme açısından kullanılmaktadır. X ve Y değişkenleri çerçevesinde değerlendirdiğimizde ilişkisizlik haricinde üç alternatif durumdan söz edebiliriz. X değişkeni Y değişkeninin Granger nedeni olabilir, Y değişkeni X değişkeninin Granger nedeni olabilir, Çift yönlü yani X değişkeni Y değişkeninin ve Y değişkeni X değişkeninin Granger nedeni olabilir.

Granger nedenselliğinin tercih nedeni ve uygulamadaki kolaylığı, uzun dönemli zaman serilerine uygulanabilmesi ve aynı seviyeden durağan olma zorunluluğunu içermemesidir. Serilerin durağan olması yeterlidir. Granger testi konusunda dikkat edilmesi gereken noktalar, test sonuçlarının mevsimsellikten, örneklem büyüklüğünden ve verinin yıllık, çeyreklik veya aylık olma durumundan etkilenme durumlarıdır. Bunların yanı sıra araştırmada kullanılacak gecikmeli değişken sayısının da tespiti sonuçlar üzerinde etkili görülmektedir (Taru, 2010, pp. 436-437).

Eviews Granger nedensellik sınaması için bir gecikme uzunluğunun belirlenmesini istemektedir. Teori geçmiş gecikmelerin tamamını içerdiği ve yansıttığı varsayımını kabul ettiği için değişkenlerin birbirini tahmin için kullanılacak kadar uzun bir gecikme uzunluğu belirlenmesi iyi olacaktır.

Program gecikme uzunluğu "1" ye kadar, gruptaki tüm olası (x,y) seri çiftleri için regresyon denklemleri çalıştırmakta ve her bir denklem için betaların sıfıra eşitlendiği bileşik hipotez, Wald istatistiğini, F-istatistiği olarak raporlamaktadır. Çalışmada kullanılacak denklemler şöyledir:

$$y_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^l \alpha_i y_{t-i} + \sum_{i=1}^l \beta_i x_{t-i} + \varepsilon_t \quad (1)$$

$$x_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^l \alpha_i x_{t-i} + \sum_{i=1}^l \beta_i y_{t-i} + u_t \quad (2)$$

$$\forall i, \beta_i = 0 \quad (3)$$

Bulgular

Çalışmada Eviews 9 paket programından faydalanılmıştır. Veri düzenleme ve program çıktı tablolarının indirme bağlantısı istenildiği takdirde paylaşılacaktır. Günümüzde program kullanmaktan ziyade doğru veriyle, doğru yöntemle çalışarak, çıktıyı yorumlayabilmek anlam ifade etmektedir. Uygun olmayan veriye uygun olmayan yöntem uygulaması sonuçları da çarpıtacaktır. Paket program ADF testinde seriler için sıfır hipotezini kurarken serilerin birim köke sahip olduğunu ve birim kök içerdiğini belirtmektedir, Tablo 2'de sonuçlar raporlanmıştır.

Değişken	Geniştirilmiş Dickey Fuller (ADF)			Phillips Perron (PP)		
	Sabitli	Sabitli Trendli	Sabitsiz Trendsiz	Sabitli	Sabitli Trendli	Sabitsiz Trendsiz
KKO	-3.1473 **	-3.3039 *	-0.1366	-2.9489 **	-3.0941	-0.151
KRD	1.8646	-0.8036	5.0552	0.8643	-1.8683	2.8268
Δ (KKO)	-8.8479 ***	-8.8004 ***	-8.9279 ***	-8.4139 ***	-8.3641 ***	-8.4666 ***
Δ (KRD)	-4.7774 ***	-4.964 ***	-3.7595 ***	-4.8538 ***	-5.0483 ***	-3.8956 ***

Not: *, ** ve *** sırasıyla %10, %5 ve %1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir. Kullanılan olasılıklar MacKinnon 1996 tek taraflı p-değerleridir ve Gecikme uzunluğu SIC kriterinde belirlenmiştir.

Tablo 2. ADF ve PP birim kök testi sonuçları

H:0 hipotezi birim kök vardır demektir. Hesaplanan t-istatistikleri, 1996 MacKinnon tek taraflı olasılık dağılımı tablo değerinden düşüktür. Bulunan sonuç dağılımın dışında kalmaktadır. Birim kök vardır hipotezini reddetmek gerekir. Süreç için ekonometrik notasyon I(1) şeklindedir. ADF birim kök sınavında tercih edilebilecek en uzun gecikme uzunluğu 11 olarak tanımlanmış, program tarafından SIC kriterine göre otomatik seçilmiş ve 0 olarak belirlenmiştir. PP testinde Bartlett kernelinde, Newey-West Bandwith otomatik seçiminde yapılan sınamalar VAR model kurularak, Tablo 3'te listelenen en düşük değerli bilgi kriteri AIC olarak tespit edilmiştir ve tüm kriterler iki gecikme vermiştir. Bu VAR sonuçları Johansen testinde ve VEC modelde kullanılmak üzere belirlenmiştir.

Gecikme	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-1901.271	NA	3.13e+20	52.86863	52.93187	52.89381
1	-1683.003	418.3458	8.14e+17	46.91676	47.10648	46.99229
2	-1672.105	20.28245*	6.73e+17*	46.72515*	47.04135*	46.85103*

Not: * ilgili kritere göre seçilen gecikme uzunluğunu ifade etmektedir.

LR: sıralı değiştirilmiş LR test istatistiği (her test 5% düzeyinde)

FPE: Final(son) tahmin hatası

AIC: Akaike bilgi kriteri

SC: Schwarz bilgi kriteri

HQ: Hannan-Quinn bilgi kriteri

Tablo 3. Gecikme Uzunluğu Seçim Değerlendirmesi

Tablo 2'deki serilerin düzeyde durağan olmadığı ve birinci farkı alınca durağanlaştığı, başka bir ifadeyle durağanlık derecelerinin aynı olduğu belirlenmiştir. Ek bilgi olarak, burada sunulmamakla beraber düzeyde durağan olan serilerin KKO değişimi ve kredi değişimi olduğunu hatırlatmak faydalıdır. Değişkenler durağan olduğu için teori gereği, sahte bir regresyonla karşılaşma korkusu olmadan bu değişkenlerin seviyeleri arasındaki bir regresyon ilişkisini tahmin edebiliriz. Farklı bir ifade ile başka bir seri olarak aynı birinci seviye farkı alınmış serimiz gibi düzeyde durağan değişkenler,

logaritmik değişim işlemine tabi tutulmuş KKO ve kredi serileridir. Logaritmik değişim serileri düzeyde durağan olduğu için eş-bütünleşme bakılmaz. Hiçbir işlem yapılmadan veri kaynağından edinilen serilerin imalat sanayi KKO ve kredi serileri olduğu belirtilmelidir.

VAR modeli EKK yönteminde KKO ve Krediler için SIC kriterine göre 2 gecikme içerecek şekilde kurgulanarak LS 1 2 KKO KRD şeklinde sunulmuştur. VAR Modeli matematiksel ifadesi ve katsayılarla çıktıları şöyledir:

VAR Model matematiksel ifade:

$$\begin{aligned} KKO &= C(1,1) * KKO(-1) + C(1,2) * KKO(-2) + C(1,3) * KRD(-1) + C(1,4) \\ &\quad * KRD(-2) + C(1,5) \\ KRD &= C(2,1) * KKO(-1) + C(2,2) * KKO(-2) + C(2,3) * KRD(-1) + C(2,4) \\ &\quad * KRD(-2) + C(2,5) \end{aligned}$$

VAR Model katsayılarla çıktıları:

$$\begin{aligned} KKO &= 0.907923223372 * KKO(-1) - 0.192250389751 * KKO(-2) \\ &\quad - 5.74988048355e - 14 * KRD(-1) + 5.45690755431e - 14 \\ &\quad * KRD(-2) + 0.223904623348 \\ KRD &= - 112211876372 * KKO(-1) + 9307205811.9 * KKO(-2) \\ &\quad + 1.49668677358 * KRD(-1) - 0.491946293084 * KRD(-2) \\ &\quad + 84382407889.6 \end{aligned}$$

I(1) ve aynı seviyeden durağan serilerimiz için Tablo 3'te bilgi kriterlerine göre gecikme uzunluğu iki olarak belirlenmiştir. Johansen Eş-bütünleşme yapılmaya uygun bir durum varlığından söz edilir.

İz İstatistiği Test Çıktıları				
H0	H1	Özdeğer	İz İstatistiği	%5 Kritik Değer
r=0	r=1	0.172593	16.63766**	15.49471
r≤1	r=2	0.015818	1.291493	3.841466
Maksimum Öz Değer Test Çıktıları				
H0	H1	Özdeğer	İz İstatistiği	%5 Kritik Değer
r=0	r=1	0.172593**	15.34616	14.26460
r≤1	r=2	0.015818	1.291493	3.841466
İz İstatistiği %5 seviyesinde 1 eş bütünleşme sunmaktadır				
Maksimum Öz değer istatistiği %5 seviyesinde 1 eş bütünleşme sunmaktadır				

Tablo 4. Johansen Eş-Bütünleşme Model Sonuçları

KKO ile krediler arasında eş bütünleşme yoktur hipotezi reddedilmiş ve bir tane eş-bütünleşme denklemi belirlendiği hem maksimum öz değer hem de iz değer ölçütlerine göre belirlenmiştir. Uzun vadede, imalat sanayi KKO ile krediler arasında denge ilişkisi olduğu Johansen eş-bütünleşme testiyle doğrulanmıştır. %75 kapasite ortalaması ile çalışan bir ekonominin kredi politikasıyla ekonomiyi etkileme ve iyileştirme potansiyeli olduğu bilgisini sağlamaktadır. Sırada, belirlenmiş olan uzun vadeli ilişkilerden sapmaların nasıl düzeltilmişinin incelenmesi için hata düzeltme modelleri kullanılacaktır.

Tablo 5'te sonuçları sunulan VEC modeli KKO ve Krediler için eş bütünleşme vektör sayısı bir olarak belirlenerek kurgulanarak EC(C,1) 1 2 KKO KR D şeklinde sunulmuştur VEC Modeli matematiksel ifadesi ve katsayılarla çıktıları şöyledir:

VEC Model matematiksel ifade:

$$\begin{aligned}\Delta(KKO) &= A(1,1) * (B(1,1) * KKO(-1) + B(1,2) * KR D(-1) + B(1,3)) + C(1,1) \\ &\quad * \Delta(KKO(-1)) + C(1,2) * \Delta(KKO(-2)) + C(1,3) * \Delta(KR D(-1)) \\ &\quad + C(1,4) * \Delta(KR D(-2)) + C(1,5) \\ \Delta(KR D) &= A(2,1) * (B(1,1) * KKO(-1) + B(1,2) * KR D(-1) + B(1,3)) + C(2,1) \\ &\quad * \Delta(KKO(-1)) + C(2,2) * \Delta(KKO(-2)) + C(2,3) * \Delta(KR D(-1)) \\ &\quad + C(2,4) * \Delta(KR D(-2)) + C(2,5)\end{aligned}$$

VEC Model katsayılarla çıktıları:

$$\begin{aligned}\Delta(KKO) &= -0.274668300507 * (KKO(-1) + 4.48374579029e - 15 * KR D(-1) \\ &\quad - 0.769754484881) + 0.185096054645 * \Delta(KKO(-1)) \\ &\quad + 0.0231605659686 * \Delta(KKO(-2)) - 6.9795142799e - 14 \\ &\quad * \Delta(KR D(-1)) + 1.63566219455e - 14 * \Delta(KR D(-2)) \\ &\quad + 0.00161788612003 \\ \Delta(KR D) &= -284881297088 * (KKO(-1) + 4.48374579029e - 15 * KR D(-1) \\ &\quad - 0.769754484881) + 70154231544.5 * D(KKO(-1)) \\ &\quad + 335301316942 * \Delta(KKO(-2)) + 0.609520432755 \\ &\quad * \Delta(KR D(-1)) - 0.202580594298 * \Delta(KR D(-2)) \\ &\quad + 18401125272.3\end{aligned}$$

Uzun Dönem Eş-Bütünleşme Denklemi		
KKO(-1) = - 4.48374579029e-15*KRD(-1) + 0.769754484881		
Kısa Dönem Eş bütünleşme Denklem Sonuçları		
	Δ(KKO)	Δ(KRD)
Hata Düzeltme Terimi	-0.274668 (0.08243) [-3.33208]	-285000000000 (1.8E+11) [-1.57275]
Δ(KKO(-1))	0.185096 (0.11250) [1.64537]	7.02E+10 (2.5E+11) [0.28380]
Δ(KKO(-2))	0.023161 (0.11380) [0.20351]	3.35E+11 (2.5E+11) [1.34082]
Δ(KRD(-1))	-0.000000000000698 (5.2E-14) [-1.34678]	0.609520 (0.11388) [5.35240]
Δ(KRD(-2))	1.64E-14 (5.2E-14) [0.31320]	-0.202581 (0.11476) [-1.76527]
SABİT	0.001618 (0.00257) [0.63024]	1.84E+10 (5.6E+09) [3.26209]
Standart hata () ve t-istatistiği [] ile gösterilmiştir		
R ² değeri	0.156671	0.339809
F istatistiği	2.786655	7.720702

Tablo 5. VEC Model Sonuçları

KKO'nun bağımlı değişken olduğu normleştirilmiş eş-bütünleşen katsayıları veya bir başka şekilde ifade edecek olursak uzun vadede eş-bütünleşme ilişkisini incelediğimizde, kredilerdeki bir birimlik değişimin KKO üzerindeki etkisi belirlenir. Düzeltme katsayılarına bakıldığında KKO için $-0,274668$ ve KRD için $-2,85E+11$ değerleri gözlenecektir. Tablo 5 hem uzun dönemli eş bütünleşme denklemi, hem de kısa dönemli eş bütünleşme denklemiyle ilgili bilgiler sunmaktadır. Uzun vadeli eş-bütünleşme modeli incelendiğinde kredilerdeki %1 seviyesindeki değişimin KKO'yu $4.48E-15$ birim olarak etkilemekte olduğu belirlenmektedir. Bu seviyedeki bir ilişkinin ihmal edilebilecek düzeyde olduğu belirtilebilir. Çalışmanın proaktif bakış odağı olduğu ve yakın geçmiş ile ilgilendiği hatırlatılmalıdır. Sonuçlar kredilerle KKO arasındaki öncül ve artçıl ilişkisinin ana ilgi odağı ve değişkenlerin etkileşim içerisinde olma durumunun sorgulandığı çalışmada, uzun dönemde normale dönüş düzeltmelerin çok uzun sürede olacağını ifade etmektedir. Elde edilen bulgu Granger nedensellik ilişkisini daha da fazla dönemli gecikmeli değerlerin modele dahil edilmesiyle bulunabilme ihtimali olduğuna yönelik sinyaller göndermektedir. Kısa dönemli eş bütünleşme ilişkisi incelendiğinde, vektör hata düzeltme katsayısı -1 ile 0 arasında yer aldığı ve istatistiki olarak anlamlı bulunduğu takdirde sistemin dengeye dönüş hızını ifade edecektir. Vektör hata düzeltme katsayısı, sisteme verilen şokun neden olduğu bozulmanın sonrasında sistemin dengeye dönüş hızını ifade edecektir. Kurgulanan modelde çalıştırılmış olan gecikme değerleri sisteminin tamamının anlamlı sonuç vermediği ve katsayı değerlerinin -1 ile 0 aralığında yer almadığı belirlenmiştir.

Sınanan Bağımlı Değişken	Dışlanan	Ki-Kare	df	Olasılık değeri(p)	Sonuç
D(KKO)	D(KRD)	1.976582	2	0.3722	Bağımsız Değişken
D(KRD)	D(KKO)	1.839442	2	0.3986	Bağımsız Değişken

Tablo 6. VECM dayalı Granger testi

Tablo 6'da sunulan sonuçlar VEC model ile elde edilen Granger nedensellik modeli sonuçlarıdır. Başka bir ifade ile VAR modelinin gecikme yapısı üzerinden gerçekleştirilen Granger nedensellik testi olduğu belirtilmelidir. Buradaki VAR modelinin D(KKO) ve D(KRD) için daha önce sunulmuş olan denklemler olduğu belirtilmelidir. Denklemler dışlamalar gerçekleştirilerek bağımlı değişken olma durumunun sorgulandığı veya başka bir ifadeyle dışsallığın sorgulandığı Wald testleridir. Bağımsız değişkenler VEC sınırlamasıyla dışlanan değişken olmaktadır. Ki-kare test istatistikleri ve her iki sınanan bağımlı değişkenin olasılık değerlerinin %5'ten büyük olduğu belirlenmiştir. Değişkenler içsel değil bağımsız değişkendir. Model kurgulanırken içsel değişken olarak dahil edilmemelidir.

Sıfır Hipotezi	Gözlem Sayısı	F - İstatistiği	Olasılık Değeri
KRD değişimi KKO değişiminin Granger Nedeni değildir	81	0.01618	0.8991
KKO değişimi KRD değişiminin Granger Nedeni değildir		0.18965	0.6644

Tablo 7. Granger Nedensellik Sonuçları Hipotezler

Tablo 7'de sunulan Granger nedensellik sonuçları, durağanlığı belirlenmiş KKO değişimi ve kredi değişimleri üzerinden Tablo 3'te sunulan gecikme uzunluğuna uygun olarak belirlenmiş program çıktılarıdır. P değeri 0,05 ile yapılan kıyaslamalar, kredi değişiminin KKO değişimine öncülük etmediğini; ayrıca KKO değişiminin kredi değişimine öncülük etmediğini göstermektedir. Granger nedensellik ilişkisinin anlamlı bulunması için gecikmeli değerlerin dahil edilerek kurgulanacağı yeni bir modelin incelenmeye alınması olanaklı görülmektedir. Ancak burada araştırılan soru olan KKO ve Krediler arasındaki ilişkiye yönelik sonucu çarpıtma durumu ortaya çıkabileceği için yeni bir model kurgulanmasından çekinilmelidir. Sonuç olarak bakıldığında mevcut koşullar altındaki sınamanın çıktıları kredi değişimi ile KKO değişimi arasında öncül artçıl ilişkisi olmadığını göstermiştir.

Sonuç Tartışma ve Öneriler

Bu çalışmada Türkiye için düzeltilmiş imalat sanayi KKO ve banka kredileri verileri 2020 yılının Aralık ayı da dahil olmak üzere, 2014 yılının Nisan ayından itibaren ekonomik aktivite ile ilgili bilgi sunabilme durumları açısından incelenmiştir. Orijinal olarak hem üretim yönlü hem de tüketim yönlü veriler bir arada değerlendirmeye alınmıştır ve ekonomik aktivitenin öngörüsü ile ilgili bilgi açığa çıkarılmaya çalışılmıştır. Çalışmada banka kredilerinin ticari ve diğer kredilerden imalat sanayi KKO'ya doğru bir Granger nedensellik ilişkisi olmaması ancak İmalat Sanayi KKO artışından toplam banka kredilerinde artışa doğru Granger nedensellik ilişkisi olması yönünde kurgulanan öngörü doğrulanmamıştır. Hatta test sonuçları imalat sanayi KKO ile banka kredileri arasında herhangi bir Granger nedensellik ilişkisi olmadığını belirtmektedir. Bunun dışında imalat sanayi KKO ile krediler arasında uzun dönemli bir denge ilişkisi olduğu tespit edilmiştir.

Orijinal seri üzerinden gerçekleştirilen Johansen eş bütünleşme analizleri, eş bütünleşen vektörlerin varlığını ortaya koymaktadır. Hem Wald testi şeklinde gerçekleştirilen Granger nedensellik ilişkisi hem de çiftler için gerçekleştirilen Granger nedensellik ilişkisi aynı sonuca ulaşmıştır. Üretim ve tüketim yönlü verilere bütüncül bakış kapsamında sonuç olarak, ekonomik aktivite açısından imalat sanayi KKO ve kredilerin önemli olduğu ancak aralarında Granger nedensellik ilişkisinin tespit edilemediği belirtilmelidir.

Esnaf ve KOBİ çerçevesinde Türk ticari yaşamına bakıldığında, Türk toplumunun ticari yaşamda iş yapmak için, hem kısa vadeli finansmanda hem de uzun vadeli finansmanda, borç kaynakları, öz kaynaklara tercih ettiği bilgisinden hareketle öngörü oluşmuştur. Söz konusu işletmelerde, sahiplik ve yöneticilik kavramları arasındaki ayrımın kesin hatlarla çizilmesinin güç olması nedeniyle banka kredilerinin her zaman iş ile ilgili alanlara tam olarak aktarımının olmayabileceği düşünülmektedir. Teorik öğretilerde yer alan, talepteki değişimlere işletmelerin ilk tepkisinin KKO ile olması gerektiği bilgisi krediler için öncü haber olabilir öngörüsünü oluşturmaktadır ancak analiz sonuçları bu beklentiyi doğrulamamıştır. Farklı bir çalışma olarak analizlerin sadece ticari krediler kullanılarak gerçekleştirilmesi değerlendirilebilir.

Politika yapıcılara yapılan eylemlerin etkileri hakkında hızlı bilgi sağlaması açısından değerlendirilen imalat sanayi KKO ve krediler ilişkisi, ekonomik aktiviteyi ayrı ayrı proaktif olarak izlemede tek başlarına kullanılan veriler olmasına rağmen, bütüncül bir bakışla ve Granger nedensellik ilişkisi kapsamında 2014 Ocak ile 2020 Aralık döneminde bilgilendirici olarak kullanılamayacağı belirlenmiştir. Kurgulanan modelde ilişkili olması gerektiği düşünülen verilerin neden ilişkisiz çıktığının nedenlerini değerlendirmek ayrı bir çalışma olarak düşünülmelidir, çünkü modelin içerisinde dahil edilecek diğer değişkenler sonuçları değiştirebilecek ve ulaşılmak istenilen amacı

çarpıtılabilecektir. Çalışma kapsamında, ekonomik aktivite takibine ve politika yapımına faydalı olacağı öngörülerek kurgulanan beklentiler doğrulanamamıştır.

KAYNAKÇA

- ABDİOĞLU, Z. (2013). Türkiye İçin Enflasyonu Hızlandırmayan Kapasite Kullanımı Oranı Tahmini. *Journal of Yaşar University*, 8(31), 5296–5323. <https://doi.org/10.19168/jyu.34339>
- ADANUR AKLAN, N., & NARGELEÇEKENLER, M. (2008). Para Politikalarının Banka Kredi Kanalı Üzerindeki Etkileri. *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 39, 109–132.
- ARABACI, Ö., & BAŞTÜRK, M. F. (2013). Türkiye’de Banka Kredi Kanalı: 2001 - 2008 Dönemi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(3), 567–587. Retrieved From <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/223255>
- BDDK. (2020). Haftalık Bankacılık Sektörü Verileri. Retrieved January 24, 2021, From <https://www.bddk.org.tr/bultenhaftalik>
- BROOKS, C. (2008). *Introductory Econometrics For Finance (Second Edi)*. Cambridge University Press.
- BROOKS, C. (2014). *Introductory Econometrics For Finance*. (C. Brooks, Ed.) (3rd Ed.). Cambridge University Press, New York: Cambridge University Press. Retrieved From <https://www.cambridge.org/bs/academic/textbooks/introductory-econometrics>
- CENGİZ, V., & DUMAN, M. (2008). Türkiye’de Banka Kredi Kanalının Önemi Üzerine Etki Tepki Fonksiyonlarına Dayalı Bir Değerlendirme (1990-2006). *Hacettepe Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(2), 81–104. Retrieved From <https://app.trdizin.gov.tr/makale/t1rbme9uwti=/turkiye-de-banka-kredi-kanalinin-onemi-uzerine-etki-tepki-fonksiyonlarına-dayali-bir-degerlendirme-1990-2006->
- ÇETİNER, M., & SEVER, E. (2019). Finansal Göstergelerdeki Değişimin BIST100 Trendlerine Etkileri. *Mali Cozum Dergisi*, 29(154), 13–31. Retrieved From <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=obo&an=138406993&site=eds-live>
- CİCİOĞLU, Ş., & YILDIZ, A. (2018). Kriz Dönemlerinde Reel Ekonomik Göstergelerin Sinyal Yaklaşımı İle Değerlendirilmesi: 1999-2017 Türkiye Örneği. *Bilgi*, 20(1), 38–73. Retrieved From <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&an=130874650&site=eds-live>
- DICKEY, D. A., & FULLER, W. A. (1981). Likelihood Ratio Statistics For Autoregressive Time Series With A Unit Root. *Econometrica*, 49(4), 1057. <https://doi.org/10.2307/1912517>
- DORNBUSCH, R., & FISCHER, S. (1994). *Macroeconomics (6th Ed.)*. Mcgraw-Hill.
- ENDERS, W. (1995). *Applied Econometric Time Series (2nd Ed.)*. Wiley.
- ENDERS, W. (2010). *Applied Econometric Time Series (3rd Ed.)*. Wiley.
- ENDERS, W. (2014). *Applied Econometric Time Series (4th Ed.)*. Wiley. Retrieved From <https://www.wiley.com/en-us/applied-econometric+time+series%2c+4th+edition-p-9781118808566>
- ENDERS, W., & GRANGER, C. W. J. (1998). Unit-Root Tests And Asymmetric Adjustment With An Example Using The Term Structure Of Interest Rates. *Journal Of Business & Economic Statistics*, 16(3), 304–311. Retrieved From <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/07350015.1998.10524769>

- ENGLE, R. F., & GRANGER, C. W. J. (1987). Co-Integration And Error Correction: Representation, Estimation, and Testing. *Econometrica*, 55(2), 251. <https://doi.org/10.2307/1913236>
- GATAREK, L. T., & JOHANSEN, S. (2014). Optimal Hedging with the Cointegrated Vector Autoregressive Model. *SSRN Electronic Journal*, 2461(14). <https://doi.org/10.2139/ssrn.2509711>
- GRANGER, C. W. J. (1969). Investigating Causal Relations By Econometric Models And Cross-Spectral Methods. *Econometrica*, 37(3), 424. <https://doi.org/10.2307/1912791>
- GRANGER, C. W. J., & NEWBOLD, P. (1974). Spurious Regressions In *Econometrics Journal Of Econometrics*, 2(6), 111-120.
- GUVENOGLU, H., & SEREL, A. (2019). Banka Kredi Kanalının İşleyişi: Türkiye Uygulaması (2011-2018). *Business And Economics Research Journal*, 10(4), 867-883. <https://doi.org/10.20409/berj.2019.207>
- HILL, R. C., E. GRIFFITHS, W., & LIM, G. C. (2018). *Principles Of Econometrics* (5th Ed.). Wiley. Retrieved From <https://www.wiley.com/en-us/principles+of+econometrics%2c+5th+edition-p-9781119320944>
- JOHANSEN, Soren. (1991). Estimation And Hypothesis Testing Of Cointegration Vectors In Gaussian Vector Autoregressive Models. *Econometrica*, 59(6), 1580. <https://doi.org/10.2307/2938278>
- JOHANSEN, Soren. (1995). *Likelihood-Based Inference In Cointegrated Vector Autoregressive Models*. Oxford: Oxford University Press.
- JOHANSEN, Søren. (1988). Statistical Analysis Of Cointegration Vectors. *Journal Of Economic Dynamics And Control*, 12(2-3), 231-254. [https://doi.org/10.1016/0165-1889\(88\)90041-3](https://doi.org/10.1016/0165-1889(88)90041-3)
- JOHANSEN, Søren, & JUSELIUS, K. (1990). Maximum Likelihood Estimation And Inference On Cointegration - With Applications to the Demand For Money. *Oxford Bulletin Of Economics And Statistics*, 52(2), 169-210. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0084.1990.mp52002003.x>
- JOHANSEN, Søren, & NIELSEN, M. Ø. (2018). Testing The CVAR In The Fractional CVAR Model. *Journal Of Time Series Analysis*, 39(6), 836-849. <https://doi.org/10.1111/jtsa.12300>
- KILINÇ, N. Ş., & KILINÇ, E. C. (2020). Türkiye'de Banka Kredi Kanalının Etkinliği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 418-431. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.472857>
- KOÇ, E., ŞENEL, M. C., & KAYA, K. (2017). Türkiye'de Ekonomik Göstergeler-İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı. *Mühendis Ve Makina*, 58(689), 1-22. Retrieved From https://www.mmo.org.tr/sites/default/files/01_makale_imalat_sanayi.pdf
- LEVINE, R. (2005). Finance And Growth: Theory And Evidence. In P. Aghion & S. N. Durlauf (Eds.), *Handbook Of Economic Growth* (Pp. 865-934). Elsevier B.V. [https://doi.org/10.1016/s1574-0684\(05\)01012-9](https://doi.org/10.1016/s1574-0684(05)01012-9)
- MACKINNON, J. G. (1996). Numerical Distribution Functions For Unit Root And Cointegration Tests. *Journal Of Applied Econometrics*, 11(6), 601-618. [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1099-1255\(199611\)11:6<601::aid-jae417>3.0.co;2-t](https://doi.org/10.1002/(sici)1099-1255(199611)11:6<601::aid-jae417>3.0.co;2-t)
- MACKINNON, J. G., HAUG, A. A., & MICHELIS, L. (1999). Numerical Distribution Functions Of Likelihood Ratio Tests For Cointegration. *Journal Of Applied Econometrics*, 14(5), 563-577. [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1099-1255\(199909/10\)14:5<563::aid-jae530>3.0.co;2-r](https://doi.org/10.1002/(sici)1099-1255(199909/10)14:5<563::aid-jae530>3.0.co;2-r)
- MANKIWI, N. G. (1989). Real Business Cycles: A New Keynesian Perspective. *The Journal Of Economic Perspectives*, 3(3), 79-90. Retrieved From <https://www.jstor.org/stable/1942761>

- MANKIW, N. G. (2019). *Principles Of Economics* (9th Ed.). Cengage.
- MISHKIN, F. S., & EAKINS, S. G. (2012). *Financial Markets & Institutions* (7th Ed., Vol. 28). Prentice Hall.
- NG, S., & PERRON, P. (2005). A Note On The Selection Of Time Series Models. *Oxford Bulletin Of Economics and Statistics*, 67(1), 115–134. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0084.2005.00113.x>
- ÖGE GÜNEY, P., & TURGUT, K. (2020). Banka Kredi Hacmi İle İktisadi Büyüme Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği. *Kafkas Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(21), 353–386. <https://doi.org/10.36543/kauibfd.2020.017>
- PEKER, O., & CANBAZOĞLU, B. (2011). Türkiye’de Banka Kredi Kanalının İşleyişi: Ampirik Bir Analiz. *Yönetim Ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 127–143. Retrieved From <https://app.trdizin.gov.tr/makale/tvrjmu16a3lnzz09/turkiye-de-banka-kredi-kanalinin-isleyisi-ampirik-bir-analiz>
- PHILLIPS, P. C. B., & PERRON, P. (1988). Testing For A Unit Root In Time Series Regression. *Biometrika*, 75(2), 335–346. <https://doi.org/10.1093/biomet/75.2.335>
- ŞANLI, O., & PETEK, A. (2019). Türkiye’de Gayrisafi Yurtiçi Hasıla, Döviz Kurları Ve Sanayi Üretim Endeksinin Kapasite Kullanım Oranları Üzerine Etkileri: Zaman Serileri Analizi. *International Review Of Economics And Management*, 7(1), 49–73. Retrieved From <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iremjournal/issue/43337/435735>
- SINAN, O. B. (2020). Türkiye’de İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı İle Borsa İstanbul-100 Endeksi Arasındaki İlişki (2007.06- 2019.12). *Sakarya İktisat Dergisi*, 9(3), 174–190. Retrieved From <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=obo&an=146020717&site=eds-live>
- TARI, R. (2010). *Ekonometri* (6th Ed.). 2010: Umuttepe. Retrieved From <https://www.dr.com.tr/kitap/ekonometri/ders-sinav-kitaplari/universite-ders-kitaplari/iktisatekonomi/urunno=0000000332501>
- TAŞ, S., ÖRNEK, İ., & UTLU, S. (2012). Banka Kredi Kanalı Ve Türkiye Uygulaması. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(1), 53–74. Retrieved From https://app.trdizin.gov.tr/dokuman-goruntule?ext=pdf&path=crnwzgrsxtjrjljwxd978osual2jxtitzhvymcxnh5m50u2lh4sxnk_yeuft5ejz9ot5v5nj0sat8jqlogflelhmgbfahabugzfbde3kx-qeb2f0any11hry82gid5toqsymrwe3fb0la4jufy2pal83cbtlfibthq2ypw4gtydbbwi8-42ycsnbdxgddtv9ap4s
- TCMB. (2018). İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı’na İlişkin Uygulama Değişiklikleri.
- TCMB. (2019). İstatistik Adı İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı.
- ÜMİT, A. Ö. (2016). Türkiye’de Banka Kredi Kanalının İşleyişini 2001 Krizi Sonrasında Yeniden Değerlendirme: Ampirik Analiz. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1), 97–123. Retrieved From <https://app.trdizin.gov.tr/makale/twpbee5ustjozz09/turkiye-de-banka-kredi-kanalinin-isleyisini-2001-krizi-sonrasinda-yeniden-degerlendirme-ampirik-analiz>
- ÜNVER, M. (2015). Kapasite Kullanım Oranının Cari İşlemler Dengesine Etkisi: Panel Veri Analizi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 45.
- WOOLDRIDGE, J. M. (2018). *Introductory Econometrics: A Modern Approach* (7th Ed.). Cengage.
- YAMAÇLI, D. S. (2016). Türkiye De Tüketici Enflasyonunun İktisadi Belirleyicileri: ARDL Analizi. *Business And Economics Research Journal*, 7(3), 53–53. <https://doi.org/10.20409/berj.2016321808>

YAMAK, R., & ZENGİN, A. (2000). Türkiye’de Enflasyon ve Kapasite Kullanım Oranı İlişkisi. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 289–302. Retrieved From <https://dergipark.org.tr/tr/pub/yonveek/issue/13674/165458>

ZWEIG, S. (1995). *Kendi Hayatının Şiirini Yazanlar: Casanova, Stendhal, Tolstoy.* (A. Yörükhan, Ed.). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Summary

In this study, the interaction of preliminary data (manufacturing capacity utilization rate and bank credits), which were chosen according to the high representation ability of economic activity in Turkey were investigated. If it is possible to conclude that the manufacturing industry capacity utilization rate stimulates bank credits or vice versa, policy makers may come out with policies regarding to these variables.

This study was conducted to determine whether it is possible to monitor economic activity of Turkey in a proactive way with a holistic perspective. Capacity utilization rate of manufacturing industry in Turkey data is gathered from CBRT. Weekly bulletin credit data is gathered and transformed in to monthly series by averaging from BRSA. Series are from January 2014 to December 2020, monthly. Proposed hypotheses were tested using econometric time series analyses. The original level series and first order difference series were used for the purpose of research question.

Unit root tests, ADF and PP, were implied under the assumptions and combinations of constant and trend situations. Only constant, only trend which is represented as without constant and trend and as a last situation both of them presented with constant and trend are investigated. Also by minimizing Dickey Fuller t-test statistics, innovational outlier type breaks of the series were studied. By letting manufacturing industry capacity utilization rate and bank credits to have automatic selected lags according to information criterion of Schwarz, intercept only breaks were searched for the both of the series.

For further analyses Johansen cointegration test conditions were examined.

For the lag order selection in the VAR model, Hannan Quinn, Schwarz and Akaike information criterion along with sequential modified LR test statistics and final prediction error were used.

VAR model for manufacturing industry capacity utilization rate and bank credits by using LS method in the estimation process is investigated with the decisions given according to the information criterion lag lengths.

VEC model is used to control long term cointegration status of manufacturing industry capacity utilization rate and bank credits.

Granger causality tests are presented in two different ways. VAR Granger causality/Block exogeneity Wald tests are presented and then pairwise Granger causality tests were done to test for the proposed hypotheses.

The concept was finding an integration between bank credits and manufacturing sector capacity utilization rate which are preliminary data for the Turkish economy. For policy makers preliminary data would be insightful.

Manufacturing industry capacity utilization rate and bank credits were found to be non stationary at the level. Non stationary series manufacturing industry capacity utilization rate and bank credits are made stationary to compute informative regression equations avoid of spurious regression.

Data revealed different breakpoints for manufacturing industry capacity utilization rate and bank credits. April of 2020 was found to be break date of capacity utilization rate.

This is reasonable because of the outbreak of COVID-19 disease. When the credits are investigated, August of 2018 was found to be break point.

Analysis of VAR Lag order selection criteria by allowing for a year lag, represented by 12 months due to usage of monthly data at the level(or by using original series) gave the same results. All the information criterion gave same result where the Akaike is the lowest of all. Akaike information criterion, Schwarz information criterion and Hannan Quinn information criterion choose the lag length of two.

Johansen cointegration test were applied on the original series. The model that is not allowing for deterministic trend in the data and not having trend in the data but having an intercept is found to be applicable. Hypotheses for cointegrating equations resulted positive. There found to be cointegrating vectors between the investigated series.

There found to be a long term equilibrium relationship between the manufacturing industry capacity utilization rate and bank credits.

Granger causality tests were done. Both tests resulted in the same way. One series does not Granger cause other series or vice versa.

The data set is available as open source in order to ensure the reproducibility of the study and discussion on the subject.

Numerous tests were done to conclude for the proposed hypotheses mentioned in the text. This study gave information that in the 2014:04 – 2020:12 period, manufacturing industry capacity utilization rate and bank credits can not be used to say they can be used to predict economic activity together. Manufacturing industry capacity utilization rate and bank credits does not give information about each other. The reason of this conclusion should be another research for further studies.

Yükselen Piyasa Ekonomilerinde Teknolojik Gelişim ve İşsizlik İlişkisinin İncelenmesi: Dinamik Panel Veri Analizi*

Serkan MANGA**, Abdulkadir TUNA***

Öz

İktisat literatürü, teknolojik yeniliklerin ekonomik büyüme üzerinde katalizör etkisine sahip olduğu konusunda fikir birliği içerisindedir. Buna karşın, teknolojik yeniliklerin işsizlik üzerine etkileri konusunda tartışmalar devam etmektedir. Bu çalışmada; yükselen piyasa ekonomilerindeki teknolojik gelişimin, işsizlik üzerindeki etkisi incelenmiştir. Yükselen piyasa ekonomileri, gelişmekte olan ülkeler grubu içerisinde yer almasına karşın, bazı nitelikler nedeniyle gelişmiş ülkelere benzemektedirler. Yüksek ekonomik büyüme performansına sahip bu gruptaki ülkelerde, aynı zamanda yüksek işsizlik ile mücadele etmektedir. Çalışmanın bulgularına göre; yükselen piyasa ekonomilerinde teknolojik gelişim ile işsizlik arasında negatif ilişki tespit edilmiştir. İlişkinin negatif yönde olduğu fakat kuvvetinin zayıf olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik büyüme teorileri, işsizlik türleri, teknolojik işsizlik, yükselen piyasa ekonomileri, panel veri analizi geliştirilmiş momentler metodu

JEL Sınıflandırması: O11, O15, O33

The Relationship between Innovation and Unemployment in Emerging Market Economies: Dynamic Panel Data Analysis

Abstract

In economic literature, there is a consensus on technological innovations have catalytic impact on economic growth. On the other hand, the discussions about effects of innovations on unemployment still continue. In this study; the debate between innovations and unemployment is examined in emerging market economies. Emerging markets are economies which are classified in developing countries, also have some features of developed countries. While enjoying high economic growth rates, those economies also struggle with high unemployment rates. According to the findings of the



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 30.12.2021

Kabul/Accepted: 09.05.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.1051095>

* Bu makale, Serkan MANGA'nın Prof. Dr. Abdulkadir TUNA'nın danışmanlığında hazırlanmakta olan, makale başlığı ile aynı başlığa sahip doktora tezinden türetilmiştir.

** Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, SBE, İktisat Bölümü, İstanbul, Türkiye.

E-posta: serkanmanga@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5600-2732>

*** Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Teknoloji ve Sanayi İktisadi Ana Bilim Dalı,

İstanbul, Türkiye. E-posta: ktuna@istanbul.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0003-4536-357X>

study; there is a negative relationship between technological development and unemployment in emerging market economies. However, the strength of this negative relationship is weak.

Keywords: Economic growth theories, unemployment, technological unemployment, emerging market economies, panel data analysis, GMM

JEL Classification: O11, O15, O33

1. Giriş

Ekonomik büyüme, üretim faktörlerinde niceliksel artış veya niteliksel gelişim sağlanması suretiyle çıktı miktarının yükseltilmesi olarak tanımlanabilmektedir (Dornbusch, Fisher, & Startz, 2016).

İşsizlik, çalışma gücü ve isteğine sahip olmasına karşın cari ücret düzeyinden istihdam edilemeyen işgücü olarak tanımlanabilmektedir. Makro anlamda ekonomik kabiliyetin arzu edilen biçimde ortaya koyulmasına engel olan işsizlik, mikro anlamda ise işgücünün gelirden yoksun kalması suretiyle bir takım sosyal sorunları ortaya çıkarmaktadır (Zaim, 1997).

Ekonomik büyüme ve işsizlik arasındaki ilişki ilk defa, Arthur Okun tarafından hazırlanmış bir makale ile dünyaya duyurulmuştur. Arthur Okun, çıktı miktarının büyütülebilmesi için istihdam edilen emeğin de artırılması gerektiğini varsayarak, İkinci Dünya Savaşı sonrası Amerika Birleşik Devletleri'ne ait istatistiki veriler üzerinden reel büyüme oranı ve işsizlik oranı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Amprik çalışmanın sonuçları potansiyel çıktı miktarını aşan her %1'lik gerçekleşen çıktı miktarının, doğal işsizlik oranında %0,5 oranında gerileme yarattığını ortaya koymuştur (Okun, 1962)

Ekonomik büyümenin itici gücünün ne olduğu konusundaki düşünceler, modern ekonominin fikir babası olarak kabul gören Adam Smith'e kadar dayanmaktadır. Yaşadığı sanayi devrimi döneminin teknolojik yeniliği olarak makineleşmeyi kabul eden Adam Smith, makinelerin gücünden faydalanılması yoluyla sağlanan verimliliğin, üretim performansını gelişim için gerekli olduğunu savunmuştur (Smith, 2018). Modern ekonomik büyüme teorilerine önemli katkıları bulunan birçok iktisatçı, teknolojik yeniliklerin ekonomik büyümede itici güç olduğu konusunda Adam Smith ile aynı fikri paylaşmaktadır (Kuznets, 1973) (Solow, 1956).

Ekonomistler ekonomik büyümenin katalizörü olarak gördükleri inovasyon ile istihdam arasındaki ilişkinin varlığı ve yönü konusunda kesin bir sonuca varamamıştır. Antik çağlardan, günümüze kadar teknolojik gelişim sayesinde ortaya çıkan sanayi devrimleri ile insan gücü gerektiren rutin işlerde, önce hayvanlardan ve sonra makinelerden yararlanılmıştır. Kas gücü gerektiren işlerde makinelerden yoğun biçimde yararlanan insanoğlu, yakın geçmişteki dijital devrim ile sonrasında karmaşık karar verme süreçlerinde yapay zekaya dayalı makineleri kullanmaya başlamıştır. Gerek fiziki ve son zamanlarda zihinsel işlerde insan faktörünün azalmaya başlaması, teknolojik değişimin sonrasında bazı iş kolları yokolmuş ve yerine yenileri ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda modern iktisadi düşüncenin temelini atıldığı sanayi devrimine, dokuma tezgahlarının işlerini ellerinden aldığı savunarak bu makineleri yakan Ludistlerden, günümüzde robot teknolojisindeki ivme paralelinde insanların işsiz kaldığını savunan Yeni Dönem Ludistlere kadar teknolojik gelişime bağlı olarak iş gücünün endişeleri artmıştır. Özellikle yakın geçmişte küresel ekonomik büyümenin sağlanmasına karşın yalnızca gelişmekte olan ülkelerde değil gelişmiş ülkelerde de işsizlik sorununun halen gündemde kalması, birçok araştırmacıyı, teknolojik yenilikler sayesinde ekonomik

büyüme sağlamasına karşın istidam daralması noktasında teknolojik işsizlik ikilemini araştırmaya sevk etmiştir.

Bu çalışmanın hipotezi; sanayiye dayalı ekonomik modele geçmeye çalışan yükselen piyasa ekonomilerinde, teknolojik yeniliklerin işsizliği artırdığı biçimindedir. Hipotezin geçerliliğinin test edilmesi için uluslararası kurum ve borsalar tarafından yükselen piyasa ekonomisi olarak kabul edilen 18 adet ülkenin, Dünya Bankası veri tabanından elde edilen, 1995-2019 yıllarına ait yıllık frekanstaki verileri, dinamik panel veri yöntemiyle analiz edilmiştir.

2. Yükselen Piyasa Ekonomileri

Uzun yıllardır ülkeler, ekonomik performansları temelinde, gelişmiş ve az gelişmiş olarak sınıflandırılmıştır. Ancak ilerleyen yıllarda, az gelişmiş ülkeler olarak sınıflandırılan bazı ülkelerin, sahip olduğu birkaç niteliğin gelişmiş ülkelere ait özellikler taşıması nedeniyle yeni bir tanım ihtiyacı doğmuştur. İşte gelişmiş ve az gelişmiş ülkeler arasındaki bu ara formadaki ülkelere ilk defa 1981 yılında Dünya Bankası ekonomisti Antione Van Agtmael geliştirmekte olan ülkelere "yükselen piyasalar" adını vermiştir (The World Bank Group, 2021).

Yükselen piyasa ekonomileri, geliştirmekte olan ekonomiler içerisinde yer almasına karşın geleneksel ekonomik yapının endüstrileşmesi konusundaki ilerlemesi ve serbest piyasa koşullarının sağlanması açısından gerçekleştirilen yapısal reformlara bağlı olarak geliştirmekte olan ülkeler sınıfındaki diğer ülkelerden ayrılmıştır. Sergiledikleri yüksek büyüme oranlarına karşın bu ülke grubundaki işsizlik oranları da yüksek seviyelerde gerçekleşmiştir.

Yıllar içerisinde "yükselen piyasa ekonomileri" teriminin kullanımı yaygınlaşmıştır. Ancak bu başlık altında listelenen ülkeler değişiklik arz etmiştir. Çalışmada, kredi kuruluşu Uluslararası Para Fonu, kredi derecelendirme kuruluşu S&P, menkul kıymetler borsaları FTSE Russell, MSCI ve Dow&Jones tarafından, ortak biçimde yükselen piyasa ekonomisi olarak sınıflandırılan; Brezilya, Çin, Endonezya, Fas, Filipinler, Güney Afrika, Güney Kore, Hindistan, Kolombiya, Macaristan, Malezya, Meksika, Pakistan, Peru, Rusya, Şili, Tayland ve Türkiye, yükselen piyasa ekonomileri olarak ele alınmıştır.

Yükselen piyasa ekonomileri olarak ele alınan ülkelerin ekonomik büyüme ve işsizlik oranlarının 1995-2019 yılları arası seyri Tablo-1'de verilmiştir.

	1995		2000		2005		2010		2015		2019	
	GSYİH Büyüme Oranı (%)	İşsizlik Oranı (%)	GSYİH Büyüme Oranı (%)	İşsizlik Oranı (%)	GSYİH Büyüme Oranı (%)	İşsizlik Oranı (%)	GSYİH Büyüme Oranı (%)	İşsizlik Oranı (%)	GSYİH Büyüme Oranı (%)	İşsizlik Oranı (%)	GSYİH Büyüme Oranı (%)	İşsizlik Oranı (%)
Dünya	3.02	5.58	4.38	5.77	3.91	5.90	4.30	5.92	2.88	5.64	2.47	5.40
Brezilya	4.42	6.42	4.39	9.90	3.20	9.57	7.53	7.74	3.55	8.43	1.14	12.08
Çin	10.95	3.00	8.49	3.26	11.40	4.51	10.64	4.53	7.04	4.63	6.11	4.32
Endonezya	8.22	3.92	4.92	6.08	5.69	7.95	6.22	5.61	4.88	4.51	5.02	4.69
Fas	5.41	13.85	1.91	13.58	3.29	11.01	3.82	9.09	4.54	9.46	2.30	9.02
Filipinler	4.68	3.67	4.41	3.70	4.94	3.80	7.33	3.61	6.35	3.07	6.04	2.15
Güney Afrika	3.10	30.16	4.20	30.23	5.28	29.25	3.04	24.69	1.19	25.16	0.15	28.18
Güney Kore	9.61	2.06	9.06	4.40	4.31	3.70	6.80	3.70	2.81	3.60	2.03	4.15
Hindistan	7.57	5.64	3.84	5.66	7.92	5.60	8.50	5.64	8.00	5.57	5.02	5.36
Kolombiya	5.20	8.72	2.92	20.52	4.83	11.87	4.49	10.98	2.96	8.30	3.32	9.71
Macaristan	1.49	10.17	4.48	6.56	4.24	7.19	0.66	11.17	3.85	6.81	4.93	3.40
Malezya	9.83	3.15	8.86	3.00	5.33	3.53	7.42	3.25	5.09	3.10	4.33	3.32
Meksika	6.29	6.89	4.94	2.56	2.31	3.56	5.12	5.30	3.29	4.31	0.15	3.42
Pakistan	4.96	0.62	4.26	0.63	6.52	0.61	1.61	0.65	4.73	3.57	0.99	4.45
Peru	7.41	5.70	2.69	5.74	6.29	4.86	8.33	3.48	3.25	3.00	2.15	3.31
Rusya	4.14	9.45	10.00	10.58	6.40	7.12	4.50	7.37	1.97	5.57	1.34	4.59
Şili	8.93	4.70	5.33	10.49	5.74	9.34	5.84	8.42	2.30	6.51	1.05	7.09
Tayland	8.12	1.10	4.46	2.39	4.19	1.35	7.51	0.62	3.13	0.60	2.37	0.75
Türkiye	7.88	7.64	6.64	6.49	9.01	10.64	8.49	10.66	6.09	10.24	0.88	13.49

Kaynak: Dünya Bankası Veri Tabanı'ndan yararlanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 1. Seçilmiş Ülke Grubu Ekonomik Büyüme- İşsizlik Oranları

Tablo 1 incelendiğinde, yükselen piyasa ekonomilerinde işsizlik oranlarının, ekonomik büyüme oranlarına karşı sağır kaldığı görülmüştür. Daha açık bir ifade ile büyüme oranları yıllar itibariyle dalgalı seyir izlemesine karşın, işsizlik oranlarının benzer seviyelerde kaldığı görülmüştür.

3. Literatür Taraması

Bir dönüşüm süreci olarak üretim enerjiye ihtiyaç duymaktadır. İlk çağlarda insan ve hayvan kas güçlerinin etkinliğindeki üretim süreci, birinci sanayi devrimi ile buhar enerjisinin mekanik enerjiye dönüştürülmesi suretiyle büyük bir dönüşüm yaşamıştır. Alternatif enerji kaynakları ve bu kaynakları daha etkin kullanabilecek makinelerin keşfedilmesine üzerine çalışmaların sonucunda kömür, fosil yakıt ve elektrik enerjisinin keşfedilmesi, üretim büyüklüğü ve sürekliliğine katkı sağlamıştır. Birinci ve ikinci sanayi devrimlerine bağlı olarak üretimde fiziksel güce olan ihtiyacın gerilmesi, beyaz yakalı işgücünde iş kaybına neden olmuştur (Börteçin, 2014).

Üçüncü sanayi devrimi ya da diğer adıyla "dijital devrim" ise insan zihin gücünün kapasitesinin aşılmasına yönelik olarak bilginin dijitalleşmesine yönelik icatların sonucunda ortaya çıkmıştır. Dijital depolamadan yardım alarak insan zihin kapasitesinin sınırlarının aşılması, yüksek kapasitedeki depolardan istenen bilginin hızlı biçimde çekilerek, işlenebilmesi karar verme mekanizmalarında istihdam edilen işgücünün azalmasına anlamına gelmiştir (Erkan, Atik, Taban, & Özsoy, 2013).

90'lı yıllarda, bilişim ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, internet ağı üzerinden birbirleri ile iletişim kurabilen yapay zekaya sahip bilgisayarların çağını ortaya çıkarmıştır. Dördüncü sanayi devrimi siparişten stoka, stoktan üretime ve üretimden satışa biçimindeki endüstriyel iş çevrimindeki insan hatalarının sınırlandırılmasından, elektronik ticarete müşteri bilgilerinin saklanmasıyla daha verimli pazarlama çalışmasının yapılmasına kadar birçok alanda yapay zeka kullanımı içeren, birbiri ile ilişkili işler yürüten yapay zekaya sahip robot operatörlerin, iletişim kurmasına ve böylece kaynakların etkin imkan tanımıştır. Birinci ve ikinci sanayi devrimleri ile beyaz yakalı işgücü kaybı endişesi yaşarken, üçüncü ve dördüncü sanayi devrimleri sonucunda mavi yakalılar da iş kaybı korkusunu paylaşmaya başlamıştır (Taylor, 1940).

Birinci sanayi devrimi döneminde ortaya çıkan Klasik İktisadi Düşüncenin savunucularından David Ricardo, teknolojik işsizlik konusunu ilk defa dile getiren olmuştur. David Ricardo, başlangıçta makineleşmenin işsizlik yaratmayacağını, aksine üretimdeki genişlemeye bağlı olarak işgücünün reel gelirinin artacağını savunurken, Avrupa'da işsizliğin hızla yükselmesi sonucunda ortaya çıkan işçi hareketlerinden etkilenerek makinelerin, emek ile rekabet halinde olduğunu, makineleşmeye bağlı olarak işsizliğin ortaya çıktığını ifade etmeye başlamıştır (Ricardo, 1821).

David Ricardo'ya benzer biçimde Karl Marks da, makineleşmenin işsizlik ortaya çıkardığını savunmuştur. Hatta Karl Marks, aşırı kar amacıyla çalışan girişimci, elde ettiği kar ile makineleştiğini, üretime daha fazla makinenin katılması ile üretimin organik bileşimi olarak tanımladığı sermaye-emek kompozisyonu içerisindeki emeğin payını azaldığını savunmuştur. İstihdam edilen personel için ise bu durum ücretlerin asgari geçim düzeyinin altına inmesi olduğunu ve ücreti uygun bulmayan bir kısım işgücünün de çalışmaktan vazgeçtiğini belirtmiştir (Marx, 1887).

Büyük Buhran'ın yarattığı yüksek işsizlik sorununa Klasik İktisadi Düşüncenin cevap verememesi, önermelerinin sorgulanmasına neden olmuştur. Dönemin sorunlarına çözüm arayan iktisatçılardan J. Maynard Keynes, teknolojik gelişim nedeniyle ortaya çıkan işsizliği "teknolojik işsizlik" olarak tanımlayan ilk kişi olmuştur. Keynes'e göre(1936), teknolojik gelişim nedeniyle bir kısım insan işsiz kalacaktır ve ancak uzun vadede, işsiz kalan işgücüne yeni iş bulunmuş olacaktır. Hatta Keynes'in tahminine göre

teknoloji nedeniyle işsiz kalan işgücünün tamamını 2030 yılları gibi istihdam edilmiş olacaktır (Keynes, 1936).

Teknolojik işsizlik konusunu inceleyen diğer isim ise "yaratıcı yıkım" analizini savunan Joseph Alois Schumpeter olmuştur. Schumpeter, rekabet kabiliyetini güçlendirerek tekeli elde etmeyi amaçlayan girişimcinin, yaratıcı fikirler peşinde koşmak zorunda olduğunu belirtmiştir. Her yaratıcı fikrin, kendisinden öncekini rafa kaldırdığını ifade eden Schumpeter, dönüşüm sürecine adapte olamayan bir kısım işgücünün işsiz kalacağını savunmuştur (Schumpeter, 1942).

Paolo Pini, ABD, Japonya, Kanada, Almanya, Belçika, Fransa, İtalya, Hollanda ve İngiltere'nin 1960-1990 yılları arasını içeren veri setini içeren çalışmasında, bulgular üretim süreçlerinin verimli hale getirilmesi konusunda yapılan teknolojik yeniliklerin işsizlik oranını artırdığını göstermiştir (Pini, 1995).

Mario Cardullo ve Hacer Ansal, teknolojik gelişim ile üretimde verimlilik artışı arasında doğrudan ilişki olduğu yönündeki varsayımdan yola çıkarak geliştirdikleri model üzerinden Türkiye'deki mühendislik şirketlerinde bilgisayar destekli CNC veya CAD/CAM olarak adlandırılan tezgahların/3D yazıcıların kullanılmaya başlanması sonucunda emek talebinde daralma olduğunu gözlemlemiştir (Ansal & Cardullo, 1997).

Jae-Hee Chang, Gary Rynhart and Phu Huynh (2016), gelişmekte olan ülkeler açısından teknolojik gelişim ve işsizlik ilişkisini inceledikleri çalışmada Filipinler, Malezya, Tayland, Endonezya ve Singapur yer aldığı Güneydoğu Asya Uluslar Birliği ülkelerindeki her beş meslekten üçünün teknolojik gelişim nedeniyle tehlike altında olduğunu tespit etmiştir (Chang, Rynhart, & Huynh, 2016)

Teknolojik değişimi; dönemin sosyal ve siyasal ihtiyaçlarının karşılanması açısından piyasa güçlerinin harekete geçmesi suretiyle başlayan, farklı fazlardan geçerek dalgalar halinde yayılan, bu bağlamda doğrusal nitelik taşımayan, karmaşık bir süreç olarak ele aldığımızda, sürecin genele yayılması zaman almaktadır (Nübler, 2016).

Horst Feldmann, teknolojik gelişimin toplum tarafından sindirilmesi için gerekli olan zamanın kısalmasına bağlı olarak işgücünün de yeni dengeye uyum sağlamakta zorlandığını ve bu nedenle işsizliğin ortaya çıktığını savunmuştur. Araştırmacı, hipotezini test etmek üzere sanayileşmiş 21 ülkenin 1985-2009 yılları arasındaki verilerinden yararlanarak gerçekleştirdiği çalışmasında teknolojik gelişim göstergesi olarak patent sayısının popülasyona oranını almıştır. Bulgular hızlı teknolojik gelişimin işsizliği 3 yıl ve daha uzun süreyle artırdığını, ancak uzun vadede teknolojik gelişim ile işsizlik arasında bir bağlantı bulunmadığı tespit edilememiştir (Feldmann, 2013).

Organizasyonel değişimin, teknolojik gelişim ile istihdam piyasası arasındaki aktarım mekanizması olduğunu savunan Rinaldo Evangelista ve Antinio Vezzani, üretim sürecini iyileştirmeye yönelik teknolojik yeniliklerin organizasyonel değişim ile birleşince iş gücü talebi üzerinde etkisi bulunduğunu savını test etmek için seçilmiş AB üyesi ülkelere ait veriler üzerinden gerçekleştirdikleri ampirik çalışmada, sadece imalat sanayinde, süreç yeniliklerinin organizasyonel değişim ile birleşince istihdam daraltıcı etkisi bulunduğunu, hizmet sektöründe ise böyle bir etkinin bulunmadığı sonucuna varmıştır (Evangelista & Vezzani, 2012).

Mikro anlamda bakıldığında, şirketlerin değişime hazır olmalarının da istihdam talepleri ile ilgisi bulunmaktadır. İçsel dinamikleri bakımından yeniliğe açık şirketler, üretim süreçlerindeki yenilenmeye işçilerin daha hızlı adapte olmalarını pekala sağlayabilmektedir. Bu bakımdan süreç yeniliklerinin istihdam daraltıcı etkisi düşük veya hiç yok olarak ortaya çıkabilmektedir.

İspanya'da yerleşik üretim işletmelerinde, beyaz yakalı işçi istihdamı ile arge yatırımları ve teknoloji ithalatı arasındaki ilişkiyi inceleyen Cesar A. Borrego ve Dolores Collado'nun çalışmaları, süreç yeniliği konusunda yatırımlar gerçekleştiren şirketlerde, istihdam yaratma eğiliminin, istihdam tasarruf etme eğiliminden daha yüksek olduğu

göstermiştir. Yenilikçi şirketlerde istihdamdan tasarruf etme tercihi, teknolojik yenilikten çok şirketin içsel dinamiklerine bağlı olduğu görüşüne yer verilmiştir (Borrego & Collado, 2002).

Teknolojik yeniliklere açık organizasyonlarda innovasyonun istihdam yarattığı konusunda görüşü destekler nitelikte bir çalışma da M. Piva, E. Santarelli ve M. Vivarelli tarafından ortaya koyulmuştur. Buna göre teknolojik yenilikler, buna hazırlıklı organizasyonlarca ortaya koyulursa şirketlerin istihdam taleplerinde birde değişiklik ortaya çıkmamaktadır (Piva, Santarelli, & Vivarelli, 2005).

Konunun bir boyutu da, teknolojik değişimin orta-yüksek teknoloji kullanan şirketler ile düşük teknoloji kullanan şirketlerin, innovasyonun türü ve etkisinin ne olduğu biçimindedir. Alberto Costantiello ve Angelo Leongrande'ye göre, orta ve yüksek teknoloji kullanan şirketler monopol ya da oligopol gücüne sahip olmaları nedeniyle karlılıklarını artırmak için daha çok yeni ürün geliştirmeye odaklanmıştır. Bu bağlamda innovasyon bu şirketlerin karlılıkları üzerinden istihdam taleplerini olumlu yönde etkilemektedir. Düşük teknoloji kullanan şirketler ise genellikle rekabetin yüksek olduğu sahalarda faaliyet göstermektedir. Bu bakımdan maliyetleri düşürecek yeniliklere odaklanmışlardır. Ancak süreç iyileştirme düşük teknoloji kullanılan sektörün istihdamını ilk etapta daralmaktadır. Daha sonra ise düşen maliyet üzerinden karlılıkları gelişim, istihdamı yeniden artırabilmektedir (Costantiello & Leongrande, 2020).

Francesco Bogliacino, Mariacristina Piva ve Marco Vivarelli, Avrupa Birliği ülkelerinde yerleşik imalat ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren 701 adet şirket içerisinde, seçilmiş 674 adet şirketin araştırma ve geliştirme harcamaları ile işsizlik arasındaki ilişkiyi 1990-2008 yılları arasındaki 5.222 gözlem düzeyindeki panel veri setini genelleştirilmiş momentler metodu ile incelemiştir. Orta ve yüksek teknoloji kullanan sektörlerde faaliyet gösteren şirketlerin gerçekleştirdiği araştırma ve geliştirme yatırımı harcamaları ile istihdam arasında pozitif ilişki gözlemlenmiş, düşük teknoloji kullanan şirketlerde ise ar-ge harcamaları ile istihdam arasında ilişkinin bulunmadığı tespit edilmiştir (Bogliacino, Piva, & Vivarelli, 2012).

Günümüzde innovasyon denildiğinde ilk akla gelen şey Dördüncü Sanayi devriminin temelini oluşturan "yapay zeka"dır. Britannica Ansiklopedisine göre yapay zekâ; bilgisayar ya da bilgisayar kontrolündeki robotların, çeşitli faaliyetleri zeki canlılar gibi yerine getirebilmesi, olarak tanımlamaktadır (Britannica İnternet Ansiklopedisi Web Sitesi, 2022).

Yapay zekâ devrimini yaşadığımız günümüzde, gündelik işleri yürütme amacıyla ya yeni bir icat ortaya çıkmakta ya da eski eşyaların yapay zekaya sahip halleri piyasaya sürülmektedir. Bu durum iş hayatı içinde geçerlidir. İletişim teknolojisindeki gelişmelerin etkisiyle dünyanın bir noktasında ortaya çıkan ve benimsenen bir yenilik, hızlı biçimde dünyanın etrafını dolaşmaktadır. Dördüncü sanayi devriminin iş hayatını siparişten, teslim katar değiştirmesi, yapay zekaya sahip robotların, istihdam üzerindeki etkilerinin sorgulandığı çalışmaların sayısı her geçen gün artmaktadır.

Erik Brynjolfsson ve Andrew McAfee (2014), yapay zeka teknolojisindeki ilerlemelere bağlı olarak iş süreçlerinin birçok noktasında insan emeği yerine yazılım destekli robotların ikame edildiğini savunmaktadır. Araştırmacılara göre 2008 yılında ortaya çıkan küresel finansal kriz sonrasında ekonomik büyümenin toplanmasına karşın işsizlik sorununun gecikmeli olarak azalmasını, insan gücü yerine yapay zekaya sahip robotların ikamesine bağlamıştır (Brynjolfsson & McAfee, 2014).

Daron Acemoğlu ve Pascual Restrepo, yapay zeka sayesinde çeşitli işleri tamamlayabilecek kapasiteye ulaşan, robot operatör destekli makineler ya da diğer bir ifade ile endüstriyel robotlar ile insanlar arasındaki rekabetin sonuçlarını inceledikleri çalışmalarında üretime sahasında yer bulan her bir robotun 6 işçiyi saf dışı bıraktığını göstermiştir (Acemoğlu & Restrepo, 2017).

Carl B. Frey ve Michael A. Osborne, iş hayatında yapay zeka kullanımının artması ile ABD'deki hangi iş kollarının risk altında olduğunu ve bu durumun gelir eşitsizliği yaratıp yaratmadığını araştırdıkları çalışmada, ABD İş Gücü Bürosu tarafından ve iş tanımı sınıflandırmasını içeren Standart Meslek Listesi'nin 2010 yılı versiyonundaki 903 adet meslek içerisinde bir Gauss süreç sınıflandırıcı ile seçilmiş 702 iş tanımının, % 47'lik kısmının bilgisayar teknolojisi gelişimleri sonucunda yerini otonom makinelere, robotlara, devredebileceği sonucuna varmıştır (Frey & Osborne, 2017)

Dünya Bankası, 2016 yılında yayınladığı raporunda, yapay zekaya sahip makinelerin artması sonucu yok olacak meslekler konusundaki ulaştığı sonuç, Carl B. Frey ve Michael A. Osborne varmış olduğu sonuçtan daha yüksektir. Benzer metodoloji kullanarak tahmin yürüten Dünya Bankası, OECD ülkelerindeki mesleklerin %57'lik kısmının yerini robotlara bırakabileceğini ifade etmiştir (The World Bank, 2016).

Bazı ekonomistlere göre pazar şansı yeni ürünlerin benimsenmesi ile talep miktarı artacağından, işsizlik azalmakta, buna karşın üretim sürecinde verimlilik arayışına yönelik yeniliklerin sonucunda ise işsizlik artmaktadır.

Rupert Harrison ve arkadaşları, Avrupa'nın gelişmiş ekonomilerinden olan Almanya, Fransa, İngiltere ve İspanya'da, faaliyet gösteren şirketlerin, 1998- 2000 yıllarına ait verileri üzerinden süreç geliştirme ve ürün konusundaki yenilikler ile işgücü piyasası arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. İş süreci geliştirmeye yönelik teknolojik yeniliklerin, iş tanımlarını değiştirmesine bağlı olarak bazı grupların işsiz kaldığı ortaya koyulmuştur. Yaygın düşüncenin aksine ürün geliştirmenin karlılık üzerindeki etkisinin süreç yeniliğinin maliyete etkisinden yüksek olduğu tespit edilmiş olup ürün yeniliğinin de istihdama pozitif katkısı olduğu görülmüştür (Harrison, Jaumandreu, Mairesse, & Peters, 2008).

Bir başka sanayileşmiş Avrupa ülkesi olarak İtalya'ya ait veriler üzerinden süreç iyileştirme ile ürün yeniliklerini şirketlerin karlılıkları üzerinden istihdam taleplerine etkisini inceleyen Bronwyn Hall ve arkadaşları, süreç yeniliğinin istihdam talebi üzerindeki etkisinin bulunmadığını, işgücü talebindeki artışın yarısının yeni ürünlerin satışına bağlı olduğu sonucuna varmıştır (Hall, Lotti, & Mairesse, 2006).

Horst Rottmann ve Stefan Lachenmaier, Almanya'da imalat sanayisinde faaliyet gösteren şirketlerin 1982-2003 yılları arasındaki verilerini, kullanarak düzenledikleri ampirik çalışmada bulgular, ürün yeniliğinin iş yaratma gücünün süreç yeniliğinin iş yoketme gücünden yüksek olduğunu göstermiştir (Rottmann & Lachenmaier, 2011).

Ürün yeniliğinin istihdam yaratma etkisini sanayi ve hizmet sektörleri açısından inceleyen Martin Falk ve Eva Hangsten, Avrupa'nın 9 ülkesindeki (Avusturya, Danimarka, Finlandiya, Fransa, İtalya, Hollanda, Norveç ve İngiltere), 25 adet piyasanın, 2002-2010 yılları arası şirket düzeyindeki verileri incelemiştir. Zaman içerisinde mevcut ürünlere, yeni ürünlerin eklenmesi sonucu satışlardaki değişim (yeni ürünün cirodaki oranı) ile bilgi-iletişim teknolojileri değişkeni olarak modele dahil edilen geniş bant internete bağlı personel sayısı arasındaki bağın araştırıldığı çalışmada, bulgular ürün yeniliğindeki bir puanlık artışın, imalat sanayinde istihdamı 1,6 puan yükselttiğini, buna karşın hizmet sektöründeki istihdamın ürün yeniliğine duyarsız olduğu sonucuna göstermiştir (Falks & Hagsten, 2017).

İnternet teknolojisindeki gelişmelerin hayatımızı kökünden değiştirdiği tartışmasıdır. Raul L. Katz ve arkadaşları, geniş bant internete alanına yapılacak yatırımlar ile istihdam arasındaki ilişkiyi Almanya ekonomisi üzerinden inceledikleri ampirik çalışmada, genişbant internet teknolojisine yapılan yatırımların artması ile GSYİH'nın büyüyeceğini ve buradan hareketle istihdamın artacağı sonucuna varmıştır (Katz, Suter, & Zenhäusern, 2010).

Xavier Cirera ve Leonard Sabetti, gelişmekte olan ülkelerde faaliyet gösteren 15.000 şirketin 2013-2015 yıllarına ait verilerini kullanarak gerçekleştirdikleri ampirik

çalışmada, yeni ürün ortaya çıkaran teknolojik yeniliklerin şirketlerin karlılığını artırmak suretiyle istihdam yarattığını ortaya koymuştur (Cirera & Sabetti, 2016).

Mehmet Uğur (2020), teknolojik gelişim ve işsizlik arasındaki ilişkiyi farklı ülke ekonomileri ve dönemlere ait veriler üzerinden inceleyen 35 adet ampirik çalışmanın sonuçların üzerine hazırladığı meta-regresyon analizinde, hem süreç yeniliği hem de ürün yeniliğinin istihdam üzerinde pozitif etkisi bulunduğu, ancak etkinin oldukça zayıf olduğu gözlemlenmiştir. Yeniliklerin patent gibi fikri haklar ile korunuyor olmasının da, istihdam üzerindeki zayıf olumlu etkiyi güçlendirmedğini ortaya koymuştur. Ülke ekonomilerinin gelişmişlik düzeyi bakımından konu incelendiğinde, özellikle ABD olmak üzere gelişmiş ülke ekonomilerinde teknolojik yeniliğin iş gücü piyasasına etkisinin, gelişmekte olan ülkelere daha fazla olduğu görülmüştür. Sektörel anlamda bakıldığında ise inovasyonun istihdam üzerindeki etkisi en çok imalat sektöründe görülmüştür (Uğur, 2019).

4. Çalışmanın Modeli

Çalışmanın dinamik modeli, Denklem 1’de verilmiştir.

$$UN_{i,t} = \alpha UN_{i,t-1} + \beta_1 RD_{i,t} + \beta_2 PT_{i,t} + \beta_3 MHTI_{i,t} + \beta_4 COM_{i,t} + \beta_5 FDI_IN_{i,t} + \beta_6 FDI_OUT_{i,t} + \beta_7 NI_{i,t} + \beta_8 GDP_{i,t} + \beta_9 CPI_{i,t} + \alpha_i + \gamma_t + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

Denklem 1’de, bağımlı değişkenin (UN), gecikmeli değerine ($UN_{i,t-1}$), yer verilerek model dinamik hale getirilmiştir. Denklem 1’de verilen bağımlı ve bağımsız değişkenlerin kısaltmaları ile açıklamaları Tablo 2’de yer almaktadır. Tablo 2’deki “Beklenen Etki” sütünü aynı zamanda, çalışmanın hipotezlerini temsil etmektedir.

Değişken	Kısaltma	Açıklama	Beklenen Etki
Bağımlı	UN	İşsizlik Oranı (%)	
	RD	AR-GE Harcamalarının GSYİH İçindeki Payı (%)	Negatif
Bağımsız	PT	Patent Başvurusu Sayısı (Adet)	Negatif
	MHTI	Sanayide Orta ve İleri Teknoloji Kullanımının Toplam Sanayi Üretimindeki Payı (%)	Negatif
	COM	Çalışanlara Yapılan Bütün Ödemelerin Toplam Harcamalar İçerisindeki Payı (%)	Negatif
Kontrol	FDI_IN	Yurtdışından Ülkeye Direkt Yatırımlarının GSYİH İçerisindeki (%)	Pozitif
	FDI_OUT	Ülkeden Yurtdışına Direkt Yatırımların GSYİH İçerisindeki Payı (%)	Negatif
	NI	Yurt İçi Sabit Varlık Yatırımlarının GSYİH İçindeki Payı (%)	Pozitif
	GDP	GSYİH Büyüme Oranı (%)	Pozitif
	CPI	Tüketici Fiyat Endeksi (2010=100)	Pozitif

Tablo 2. Modelde Yer Alan Değişkenlerin Açıklamaları

Literatürde, teknolojik yeniliğin ölçümünde gayrsafi mili hasıla içerisindeki araştırma geliştirme giderlerinin payı veya patent sayısı değişken olarak atanmıştır. Bu çalışmada da teknolojik yeniliğin göstergesi olarak ar-ge harcamalarının gayrisafi milli hasıladaki payına ve kişi başına düşen patent sayısına yer verilmesinin yanı sıra sanayide

orta ve ileri teknoloji kullanımının toplam sanayi üretimindeki payı da bağımsız değişken olarak yer almıştır.

5. Modelin Bulguları

Yükselen piyasa ekonomilerine ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 3'de verilmiştir.

	Ortalama	Medyan	Maksimum	Minimum	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık	Jarque-Bera	Olasılık	Gözlem Sayısı
UN	7,50	5,72	32,46	0,49	6,27	2,22	7,85	390	-	217
RD	0,88	0,76	4,29	0,06	0,83	2,23	8,55	458	-	217
PT	14.319	927	167.275	29	35.007	3,05	11,43	979	-	217
MHTI	37,07	36,89	69,01	11,22	13,56	0,28	2,47	5	0,07	217
COM	19,06	16,54	48,21	7,07	9,10	1,13	3,58	49	-	217
FDI_IN	3,53	2,39	54,65	- 15,84	6,42	5,71	43,24	15.819	-	217
FDI_OUT	2,07	0,97	52,31	- 18,84	6,22	6,06	47,85	19.520	-	217
NI	1,80	1,59	9,02	- 2,11	1,54	1,63	6,98	239	-	217
GDP	3,95	4,19	11,47	- 7,80	3,09	- 0,94	5,11	72	-	217
CPI	89,83	92,62	162,20	2,35	27,22	- 0,36	3,51	7	0,03	217

Tablo 3. Tanımlayıcı İstatistikler

Denklem-1'de verilen çalışmanın modelinin analizinde, dinamik panel veri analiz yöntemlerinden birisi olan ve Ariellano-Bond tarafından geliştirilen Genelleştirilmiş Momentler Metodu (GMM) kullanılmıştır. GMM yöntemi ile kurulan bir modelde, **(a)** bağımsız değişkenlerin anlamlılığı Wald Testi ile sorgulanmakta, **(b)** Areallano-Bond Otokorelasyon testi ile hata teriminde birinci AR(1) ve ikinci mertebeden AR(2) otokorelasyon olup olmadığı test edilmekte ve son olarak **(c)** Sargan Testi ile değişkenlerin dışsallığı kontrol edilmektedir (Arellano & Bond, 1991).

GMM'nin temel varsayımlarından birisi bağımsız değişkenler arasında korelasyonun bulunmamasıdır. Çalışma modelindeki bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon ilişkisi Tablo 4'de gösterilmiştir.

	UN	RD	PT	NI	MHTI	GDP	FDI_OUT	FDI_IN	CPI	COM
UN	1,0									
RD	-0,07	1,0								
PT	-0,20	0,9	1,0							
NI	-0,26	-0,1	-0,1	1,0						
MHTI	-0,38	0,6	0,6	0,1	1,0					
GDP	-0,14	-0,0	0,0	-0,0	0,0	1,0				
FDIOUT	-0,06	0,3	-0,0	0,1	0,1	-0,1	1,0			
FDIIN	-0,04	-0,1	-0,1	0,1	0,0	-0,1	1,0	1,0		
CPI	-0,01	0,1	0,0	0,1	- 0,1	-0,3	0,1	0,0	1,0	
COM	-0,22	-0,4	-0,3	0,5	- 0,1	0,1	- 0,0	- 0,0	-0,0	1,0

Tablo 4. Korelasyon Matrisi

Tablo 4'te verilen korelasyon matrisi incelenerek, çalışma modelindeki bağımsız değişkenlerin birbirileri ile ilişkilerinin yönünü, gücü hakkında fikir sahibi olunabilmektedir. Korelasyon matrisindeki katsayıların pozitif olması, bağımsız değişkenlerin aynı yönde hareket ettiğini göstermekte olup katsayıların negatif olması ise tersi yönde ilişki içerisinde olduklarını ifade etmektedir. Bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin gücünü ise katsayı değerlerine bakılarak yorumlanabilmektedir. Eğer değer 1'e yakın ise ilişkinin güçlü olduğu, eğer değer -1'e yakın ise ilişkinin zayıf olduğu sonucuna varılmaktadır.

Çalışma modelinin korelasyon matrisine göre bağımsız değişkenler arasındaki ilişki incelendiğinde; patent başvurusu sayısı (*PT*) ile araştırma-geliştirme harcamalarının GSYİH'daki payı (*RD*) arasındaki korelasyonun 0,9 ile aynı yönde, yüksek bir korelasyon gösterdiği, sanayi üretiminde orta ve yüksek teknoloji kullanımının toplam üretimdeki payı ile (*MHTI*) ile patent başvurusu sayısı (*PT*) ve araştırma-geliştirme harcamalarının GSYİH'daki (*RD*) arasındaki korelasyonun 0,6 ile orta seviyede olduğu görülmüştür. Yine çalışanlara yapılan tüm ödemelerin toplam harcamalardaki payı (*COM*) ile yurtiçi net sabit varlık yatırım harcamalarının GSYİH'daki payı (*NI*) arasındaki korelasyonun 0,6 ile orta seviyede olduğu görülmüştür.

Bu bağımsız değişkenler dışındaki bağımsız değişkenler arasındaki korelasyonun ağırlıklı olarak zayıf-çok zayıf aralığında olması, çalışmanın modeli üzerinden yapılan analizlerin daha doğru ve tarafsız bir şekilde yorumlanabilmesini mümkün kılmıştır.

Çalışmanın dinamik panel veri analizinin geçerliliği ve güvenilirliği için yapılması gereken birtakım testler bulunmaktadır. Bu testlerden ilki bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişkenleri açıklayabilme kabiliyetini ölçmeye yarayan "*Wald Testi*"dir (Roodman, 2006).

Wald Testi'nin hipotezleri,

H_0 : "Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklamaya gücü yoktur"

H_1 : "Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklamaya gücü vardır"

şeklinde. Wald Test İstatistiğinin % 5 ten küçük olması, $p < 0,05$, H_0 hipotezinin reddedilmesi ve H_1 hipotezinin kabul edilmesi anlamına gelmektedir.

Çalışmanın dinamik panel veri analizinin test edilmesi gereken diğer bir test ise değişkenler arasında otokorelasyonun var olup olmadığını sorgulayan Arellano-Bond (1991) Otokorelasyon Testi'dir.

Bu testte birinci mertebeden otokorelasyon AR (1) ve ikinci mertebeden otokorelasyon AR (2) olmak üzere iki adet istatistik bulunmaktadır. Burada birinci mertebeden negatif otokorelasyon olması beklenirken ikinci mertebeden otokorelasyonun AR (2) olmaması beklenmektedir. Arellano-Bond Testinin hipotezleri;

H_0 : "Modelde otokorelasyon yoktur"

H_1 : " Modelde otokorelasyon vardır"

Şeklinde. Burada H_0 hipotezinin kabul edilmesi modelin otokorelasyonsuz olduğu anlamına gelmektedir.

Dinamik panel veri analizinde kullanılan son test ise modeldeki araç değişkenlerin dışsal olup olmadığını, yani modelde içselliği sorgulayan Sargan Testi'dir (Sargan, 1958). Bu testin hipotezleri;

H_0 : "Araç değişkenler dışsaldır."

H_1 : "Araç değişkenler dışsal değildir"

Şeklinde.

Çalışmanın modelinin, Arellano-Bond Genelleştirilmiş Momentler Tahmincisi ile yapılan analizlerin sonuçları Tablo-4'de görülmektedir.

Değişken	Katsayı	Standart Hata	z	P≥ z
UN (-1)	.7279212	.0450108	16.17	0.000***
RD	.1911517	.0652189	34001	0.003***
PT	.1230272	.065785	31778	0.061*
MHTI	-.1810315	.0868418	-2.08	0.037**
COM	.141722	.0846508	24473	0.094*
FDI_IN	-.0240038	.0145281	-1.65	0.098*
FDI_OUT	.0101397	.009754	43922	0.299
NI	-.0126433	.0139991	-0.90	0.366
GDP	-.0033697	.0123567	-0.27	0.785
CPI	1787368	.4001405	17258	0.000***
Sabit	.8683811	.2501842	17227	0.001***
Modelin Varsayımları				
Wald	370.96 (0.000)***			
AR(1)	-1.716 (0.086)			
AR(2)	-.45068 (0.6522)			
Sargan	10.000			

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1, Parantez içindeki değerleri ifade etmektedir.

Tablo 5. Arellano-Bond GMM Tahmincisi Sonuçları

Model sonuçlarına göre; işsizlik oranı (UN) ile AR-GE harcamalarının GSYİH içindeki payı (RD), patent başvurusu sayısı (PT), çalışanlara yapılan bütün ödemelerin toplam harcamalar içerisindeki payı (COM) ve tüketici fiyat endeksi (CPI) arasında anlamlı ve pozitif ilişkiler tespit edilmiştir.

Buna karşın işsizlik oranı (UN) ile sanayide orta ve ileri teknoloji kullanımının toplam sanayi üretimindeki payı (MHTI) ve yurtdışından ülkeye direkt yatırımlarının GSYİH içerisindeki payı (FDI_IN) arasında anlamlı ve negatif ilişkiler bulunmuştur.

İşsizlik oranı (UN) ile ülkeden yurtdışına direkt yatırımların GSYİH içerisindeki payı (FDI_OUT), gayrisafi yurt içi hasıla (GDP) ve yurt içi sabit varlık yatırımlarının GSYİH içindeki payı (NI) arasında istatistiki olarak anlamlı sonuçlar bulunamamıştır.

Çalışmanın modelinde yer alan değişkenlerin eş-anlı olarak anlamlılıklarını kontrol eden Wald Testi sonucuna bakıldığında, test sonucu Wald = 0,000<0,05 olması nedeniyle istatistiki olarak % 1 anlamlılık düzeyinde H_0 : "Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklamaya gücü yoktur" hipotezi reddedilmiş, alternatif hipotez olan H_1 : "Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklamaya gücü vardır" kabul edilmiştir. Alternatif hipotez, H_1 kabul edilmesi, modeldeki değişkenlerin anlamlı bir bütün oluşturduğu, modelden elde edilen katsayıların geçerliliğini göstermiştir.

Modelin araç değişkeni olan $(UN_{i,t-1})$, model için gerekliliğini sorgulayan Sargan Testi sonucu incelenmiş ve ortaya çıkan değer olan 0,086 > 0,05 olması nedeniyle H_0 : "Araç değişkenler dışsaldır" hipotezi kabul reddedilmiştir. Bunun yerine testin alternatif hipotezi olan H_1 : "Araç değişkenler dışsal değildir" hipotezi kabul edilerek, işsizliğin

gecikmeli verisi olan araç değişken ($UN_{i,t-1}$)'in model içerisinde doğrulandığı ve bağımsız değişkenlerle hata teriminin korelasyonlu olmadığı anlaşılmıştır.

Çalışma modelinde otokorelasyonun bulunup bulunmadığını kontrol eden Arellano-Bond Testi'nin, AR(1) test sonucu $AR(1)=0,08<0,10$ olması nedeniyle modelde birinci mertebeden otokorelasyon olduğu anlaşılmaktadır. Ancak modelin, dinamik bir model olması nedeniyle birinci mertebeden otokorelasyon içermediği doğal kabul edilmiştir. Modelde ikinci mertebeden otokorelasyon bulunup bulunmadığını kontrol eden AR(2) testinin, $AR(2)= 0,65>0,05$ olması nedeniyle H_0 : " Modelde otokorelasyon yoktur" hipotezi kabul edilmiştir. Bu bağlamda model ikinci mertebeden otokorelasyon taşımamakta olup tahmincilerin tutarlı olduğu görülmüştür.

6. Sonuç

Ekonomi literatürü, innovasyonun ekonomi büyümenin itici gücü olduğu konusunda fikir birliği içerisinde olmasına karşın teknolojik yeniliklerin istihdam üzerindeki etkisi konusunda tartışmalıdır.

Bu çalışmada gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomiler arasında bir ara form özelliği taşıyan yükselen piyasa ekonomilerinde, teknolojik yeniliklerin işsizlik üzerindeki etkileri, 1995-2019 yıllarına ait yıllık frekanstaki veriler kullanılarak, dinamik panel veri yöntemiyle analiz edilmiştir. Bulgular, diğer değişkenlerin sabit kalması kaydıyla yükselen piyasa ekonomilerinde ar-ge faaliyetleri için yapılan harcamaların, GSYİH'dan aldığı payın bir puan yükselmesinin, işsizlik oranını 0,19 puan arttırdığını göstermiştir.

Yapılan her araştırma ve geliştirme faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan yenilik piyasada kabul görmemektedir. Piyasa şansı bulanlar ise patent ve lisanslar yoluyla tescillenmektedir. Bu açıdan bakıldığında, üretilen patent ve lisanslarındaki artış oranı ile işsizlik oranı arasındaki ilişki daha net cevap verebilmektedir. Yükselen piyasa ekonomilerinde üretilen patent ve lisansların yıllık gelişimindeki bir puanlık artışın, işsizlik oranını 0,12 puan yükselttiği görülmüştür.

Çalışma modelinde teknolojik yenilik göstergesi olarak ele alınan ar-ge faaliyetleri için yapılan harcamaların, GSYİH'dan aldığı payı ve patent ve lisans satılarındaki yıllık gelişim, işsizlik oranını olumsuz etkilemiş olsa da etkinin gücünün oldukça zayıf olduğu görülmüştür. Bu bakımdan, toplam işsizlik oranının, teknolojik yeniliklerin etkilerini yakalamak için oldukça geniş bir parametre olabileceği ölçüm sınırlamaları ile açıklanabilir. Diğer bir açıklama, ülkeye siyasal, sosyal ve makroekonomik koşulların, şirketlerin teknolojik yeniliklere yönelik yatırım kararlarını etkileyen faktörler olmasıdır. İşgücü arzı tarafında, boş zaman tercihleri, çalışma süresi ve hanehalkı kompozisyonu da dahil olmak üzere kurumsal kısıtlamaların farklılıklar arz edebileceğidir.

Teknolojik yenilikler ve işsizlik ikilemini konu edinen 35 adet ampirik araştırmaya ait sonuçların meta-regresyon analizini içeren Mehmet Uğur çalışmasında, teknolojik yeniliklerin istihdamı desteklediği sonucuna ulaşılmasına karşın teknolojik yeniliklerin işgücü piyasası üzerindeki etkisinin oldukça düşük seviyede olduğu sonucuna varılmıştır. Mehmet Uğur'un çalışması ile tespit edilen ilişkinin yönü bakımından, bu çalışmada elde edilen sonuçlar uyumsuz olsa da etkinin gücü bakımından sonuçlar paralellik arz etmektedir.

Çalışmanın önemli bulgularından birisi üretimde, orta ve yüksek teknolojinin kullanımındaki bir puanlık yükselişin istihdamda 0,18 puan artış yaratmasıdır. Patent ve lisanslar yerel teknoloji üretimini ifade etmektedir. Ancak bir ekonomi yurt dışından da teknoloji satın alabilir. Üretimde orta ve yüksek teknoloji kullanımı hem yurt içinde hem de yurt dışında üretilen teknolojiyi içermektedir.

Teknolojik gelişimi yurt içinden değerlendiren ar-ge harcamalarının GSYİH'daki payı ile patent ve lisansların değişim oranı ile işsizlik oranı arasında negatif yönde

etkileşim tespit edilmişken, araştırmaya yurtdışından ithal edilen teknolojinin de varlığı dahil edildiğinde etkileşim yönü pozitif dönmüş, yani toplam teknolojik gelişim sonucunda işsizlik oranı azalmıştır. Doğrudan sermaye yatırımlarının istihdam üzerindeki etkisi ile birlikte bakıldığında, bir puanlık yükselişin istihdamı 0,24 puan artırdığı görülmüştür. Bu noktada, analize doğrudan sermaye yatırımları açısından bakıldığında, yurtiçine orta ve ileri seviyede teknoloji transfer eden uluslararası sermayenin, yerel ekonomik ihtiyaçlar yerine kendi ihtiyaçlarına yönelik teknolojik yenilikler sunduğu biçimindeki basit analize karşın bu konunun derinlemesine incelemeye değer olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- (2022). Britannica İnternet Ansiklopedisi Web Sitesi:
<https://www.britannica.com/technology/artificial-intelligence> adresinden alındı
- ACEMOĞLU, D., & RESTREPO, P. (2017). *Pascual Restrepo, "Robots And Jobs: Evidence From Us Labor Markets*. National Bureau of Economic Research.
- ANSAL, H., & CARDULLO, M. (1997). Impact Of Technology On Employment. *Technology and Innovation Management: The Key to Global Leadership* (s. 45-48). Portland: Portland International Conference on Management of Management and Technology.
- ARELLANO, M., & BOND, S. (1991). Some Tests Of Specification For Panel Data: Monte Carlo Evidence nd an application to employment equations. *Review of Economic Studies*, 58(2), 277-297.
- BOGLIACINO, F., PIVA, M., & VIVARELLI, M. (2012). R&D And Employment: An Application Of The LSDVC Estimator Using European Microdata. *Economics Letter*, 116(1), 56-59.
- BORREGO, C. A., & COLLADO, D. (2002). Innovation and Job Creation and Destruction. *Recherches économiques de Louvain*, 68(1), 148-168.
- BÖRTEÇİN, E. (2014). 4. Endüstri Devrimi Kapıda mı? *Bilim ve Teknik*, 28.
- BRYNJOLFSSON, E., & MCAFEE, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. New York: Norton&Company.
- CHANG, J.-H., RYNHART, G., & HUYNH, P. (2016). *The future of jobs at risk of automation*. International Labour Organisation, Bureau for Employers' Activities. https://www.ilo.org/actemp/publications/WCMS_579554/lang--en/index.htm adresinden alındı
- CIRERA, X., & SABETTI, L. (2016). *The Effects Of Innovation On Employment In Developing Countries: Evidence From Enterprise Surveys*. Industrial And Corporate Change. The World Bank Group, Trade and Competitiveness Global Practice Group.
- COSTANTIELLO, A., & LEONGRANDE, A. (2020). The Innovation-Employment Nexus Europe. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(11), 166-187.
- DORNBUSCH, R., FISHER, S., & STARTZ, R. (2016). *Makro İktisat* (12 b.). (D. Ak, Çev.) İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- ERKAN, H., ATİK, H., TABAN, S., & ÖZSOY, C. (2013). *Bilgi Ekonomisinin Tanımı Ve Özellikleri*. (E. Kutlu, & B. T. Tosunoğlu, Dü) Eskişehir: Açıköğretim Yayınları.
- EVANGELISTA, R., & VEZZANI, A. (2012). The Impact Of Technological And Organizational Innovations On Employment In European Firms. *Industrial and Corporate Change*, 21(4), 817-899.
- FALKS, M., & HAGSTEN, E. (2017). *Employment Impacts of Market Novelty Sales: Evidence for Nine European Countries*. The Ratio Institute. Kasım 12, 2021 tarihinde

- http://ratio.se/app/uploads/2017/11/employment-mf_eh_impacts_of_market_novelty_sales_293.pdf adresinden alındı
- FELDMANN, H. (2013). Technological Unemployment In Industrial Countries. *Journal of Evolutionary Economics*, 23(5), 1099-1126.
- FREY, C. B., & OSBORNE, M. B. (2017). The Future Of Employment: How Susceptible Are Jobs To Computerisation? *Technological Forecasting and Social Change*, 114, 254-280.
- HALL, B. H., LOTTI, F., & MAIRESSE, J. (2006). *Employment, Innovation And Productivity: Evidence From Italian Microdata*. Maastricht Economic and Social Research Institute on Innovation and Technology. Aralık 25, 2021 tarihinde <https://www.merit.unu.edu/publications/wppdf/2006/wp2006-043.pdf> adresinden alındı
- HARRISON, R., JAUMANDREU, J., MAIRESSE, J., & PETERS, B. (2008). *Does Innovation Stimulate Employment? A Firm-level Analysis Using Comparable Micro-data From Four European Countries*. National Bureau of Economic Research. Aralık 25, 2021 tarihinde <https://discovery.ucl.ac.uk/id/eprint/18867/1/18867.pdf> adresinden alındı
- KATZ, R. L., SUTER, S., & ZENHÄUSERN, P. (2010). The Impact of Broadband on Jobs and the German Economy. *Intereconomics*, 45(1), 26-34.
- KEYNES, J. M. (1936). *The General Theory Of Employment, Interest And Money*. Londra: Macmillan.
- KUZNETS, S. (1973). Modern Economic Growth: Findings and Reflections. *The American Economic Review*, 63(3), 247-258.
- MARX, K. (1887). *Capital*. Moskova: Progress Publishers.
- NÜBLER, I. (2016). *New Technologies: A Jobless Future Or Golden Age Of Job Creation*. ILO Reseach Department.
- OKUN, A. M. (1962). Its Measurement And Significance. (89-140).
- PINI, P. (1995). Economic Growth, Technological Change And Employment: Empirical Evidence For A Cumulative Growth Model With External Causation For Nine OECD Countries: 1960-1990. *Structural Change And Economic Dynamics*, 6(2), 185-213.
- PIVA, M., SANTARELLI, E., & VIVARELLI, M. (2005). The Skill Bias Effect Of Technological And Organisational Change: Evidence And Policy Implications. *Research Policy*, 34(2), 141-157.
- RICARDO, D. (1821). *On The Principles Of Political Economy And Taxation:3rd Edition*. Ontario: Kitchener.
- ROODMAN, D. (2006). *How to Do xtabond2: An Introduction to Difference and System*. Center For Global Development.
- ROTTMANN, H., & LACHENMAIER, S. (2011). Effects of Innovation on Employment: A Dynamic Panel Analysis. *International Journal of Industrial Organization*, 29(2), 210-200.
- SARGAN, J. D. (1958). The Estimation of Economic Relationships using Instrumental Variables. *Econometrica*, 26(3), 393-415.
- SCHUMPETER, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism And Democracy:3rd Edition*. New York: Harper Colins.
- SMITH, A. (2018). *Ulusların Zenginliği*. (A. Yunus, & M. Bakırcı, Çev.) İstanbul: Yeni Alan Yayıncılık.
- SOLOW, R. M. (1956). A Contribution To The Theory Of Economic Growth". *Quarterly Journal of Economics*, 70(1), 65-94.
- TAYLOR, G. W. (1940). Round Table On Collective Bargaining And Job Security. *American Economic Review*, 30, 223-229.
- The World Bank. (2016). *Digital Dividend*. Aralık 19, 2021 tarihinde <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016> adresinden alındı

The World Bank Group. (2021). *Establishing 'Emerging Markets*. Kasım 17, 2021 tarihinde International Finance Corporation: https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/corp_ext_content/ifc_external_corporate_site/about+ifc_new/ifc+history/establishing-emerging-markets adresinden alındı
UĞUR, M. (2019). Innovation, Technology Adoption And Employment: Evidence Synthesis. K. F. Zimmermann içinde, *Handbook of Labor, Human Resources and Population Economics* (s. 1-23). Springer.
ZAIM, S. (1997). *Çalışma Ekonomisi* (10 b.). İstanbul: Filiz Kitapevi.

Summary

Dilemma between technological innovation and unemployment has been argued from antiquity to modern times. In modern economics literature, there is a consensus over that productivity is core drive of economic growth. Therefore, entrepreneurs invest on research and development activities. Introduction of new machines and tools excites some part while making others concerned about job loss. Due to necessity of technological advancement on the one hand and fear of losing job on the other hand, some even called this phenomenon "creative destruction".

There are also some economists who advocate that innovation has no effect on employment market. According to this point of view, innovations destroy some professions, but they also lead to the emergence of new professions. Workforce adapting to new professions will be able to be employed in a short time.

There are some who is optimistic about effects of innovation on employment. At this point of view, innovation of new products contribute employment, by need of production.

In this paper, we investigated the relationship between innovation and unemployment in emerging markets. They differ from low-income countries due to their rapid industrializations, higher economic growth rate and integration of global market. However, their economies are also unstable, owing to their vulnerability to global changes. So they also differ from developed countries.

The hypothesis of this work is; by the aid of technological advancement in production, emerging market economies enjoy high economic growth; however, due to this innovation, unemployment rate is also high.

In order to test the validity of this hypothesis, the data of 18 countries, Brazil, China, Chile, Colombia, Hungary, India, Indonesia, Malaysia, Mexico, Morocco, Pakistan, Peru, Philippines, Russia, South Africa, South Korea, Thailand and Turkey, which are commonly accepted as emerging markets by IMF, S&P, FTSE Russell, MSCI and Dow&Jones, for years between 1995 and 2019 were analyzed with dynamic panel data model.

Lagged value of depended variable, unemployment rate (UN), added as a independed variable in the model. Share of research and development spending in GDP (RD), patent per capita (PT) and share of middle and higher technology usage in industrial production (MHTI), were selected as indicators of innovation.

The findings shows that one point increase in R&D, increases UN rate by 0, 19 points, provided that other variables constant. Not all pioneering ideas accepted as innovation. Those who find a chance in the market registered through patents and licenses. From this point of view, the relationship between the rate of increase in PT and UN can give clearer answer. It has been observed that one point increase in PT, also increases UN by 0, 12 points.

The indicator of patent per capita shows production of technological advancement domestically. However an economy can also import innovation. The indicator share of middle and higher technology usage in industrial production (MHTI) includes both domestic

and abroad innovations. One of the interesting findings of the study is that a one-point increase in MHTI, increases employment.

To sum up, there is a negative relationship between innovation and unemployment in emerging market economies. However, this effect is weak.

Entropi-TOPSIS Yöntemi ile İllerin Yatırım Ortamının Değerlendirilmesi

Zeynep KARACA*

Öz

Son yıllarda, politika yapıcılar ve çok uluslu kuruluşlar, ekonomik büyüme için gelişmekte olan ülkelerde sağlam bir yatırım ortamının önemine giderek daha fazla odaklanmaktadır. Bu çalışmada da teşvik, inovasyon ve eğitim kriterleri kullanılarak 81 il yatırım ortamı açısından değerlendirilmiştir. Yapılan bu incelemenin yatırımcılara tercih konusunda fikir vereceği düşünülmektedir. Değerlendirme yapılırken çoklu kriterlerin ağırlıklandırılmasında Entropi yöntemi; alternatiflerin sıralanmasında TOPSIS yöntemi tercih edilmiştir. Değerlendirme sonucunda en uygun yatırım ortamına sahip ilin İstanbul olduğu, sıralamada en altta yer alan ilin ise Ağrı olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Yatırım ortamı, çok kriterli karar verme, entropi, TOPSIS teknoloji, eğitim

Evaluation of the Investment Environment of the Provinces with the Entropi-TOPSIS Method

Abstract

In recent years, policy makers and multinational organizations have increasingly focused on the importance of a sound investment climate in developing countries for economic growth. In this study, 81 provinces were evaluated in terms of investment environment by using incentive, innovation and education criteria. It is thought that this review will give investors an idea about their preference. Entropy method in weighting multiple criteria while evaluating; TOPSIS method was preferred in ordering the alternatives. As a result of the evaluation, it has been seen that the province with the most suitable investment environment is Istanbul, and the province at the bottom in the ranking is Agri.

Keywords: Investment climate, multi-criteria decision making, entropy, TOPSIS technology, education

JEL Code: C44, O30, R58



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 01.02.2022

Kabul/Accepted: 19.04.2023

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbdt.1066479>

* Doç. Dr., Erzurum Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Erzurum, Türkiye. E-posta: zeynep.karaca@erzurum.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8046-7222>

1. Giriş

Son yıllarda, politika yapımcılar ve çok uluslu kuruluşlar, ekonomik büyüme için gelişmekte olan ülkelerde sağlam bir yatırım ortamının önemine giderek daha fazla odaklanmaktadır. Aslında üretken bir yatırım ortamı geniş anlamda, büyüme ve kalkınmanın sağlanmasına yardımcı olmak için yönetim ve kurumların girişimciliği ve iyi işleyen piyasaları desteklediği bir ortam olarak düşünülebilir (Hallward-Driemeier vd., 2006: 630). Yatırım ortamı, yerli ve yabancı yatırımcıların belirli bir bölgedeki yatırım faaliyetlerini birlikte güvence altına alan ve etkileyen bir dizi siyasi, ekonomik, yasal, coğrafi ve sosyo-kültürel koşullar olarak kabul edilir. Ülkede ortaya çıkan ekonomik, sosyal ve politik durum, yatırılan fonların hacmini etkiler (Irtyshcheva vd., 2020: 774).

İyi bir yatırım ortamının tanımlanması zordur ve birçok boyutu vardır. Bunlar, kurumların kalitesini, hükümet politikalarını ve yasal ve düzenleyici çerçeveyi içerir. Sağlam bir yatırım ortamı aynı zamanda siyasi ve ekonomik istikrar, piyasa katılımcıları arasında eşit bir oyun alanı ve evrensel olarak uygulanan ancak aşırı derecede bozucu olmayan bir vergi sistemi gerektirir. Kamu ve özel ajanların dürüstlüğüne ve suç ve yolsuzluğun olmamasına bağlıdır. Etkili altyapı ve iyi işleyen bir finans sektörü diğer önemli hususlardır (Fankhauser ve Lavric, 2003: 425). Cooksey ve Kelsall (2011)'e göre yatırım ortamı, işletmelerin karşı karşıya olduğu öngörülemezliği, yatırımcıların şimdi alınan yatırım kararlarından gelecekte kâr elde etme yetenekleri konusunda karşı karşıya kaldıkları belirsizlik derecesini azaltmaya yardımcı olmak için tasarlanmış politikalar olarak tanımlanabilir. Yatırımcıları rahatsız eden öngörülemezlik türleri arasında; vergi oranlarındaki büyük ve keyfi dalgalanmalar, sözleşmeleri ve borç yükümlülüklerini yerine getirememeye ve fiyatlandırma kararlarında aşırı ve keyfi siyasi müdahale biçimleri sayılabilir (Cooksey ve Kelsall, 2011: 9). Bu nedenle uygun yatırım ortamı genellikle firmaların üretken bir şekilde yatırım yapmaları, istihdam yaratmaları ve genişlemeleri için fırsatlar ve teşvikler anlamına gelir. Yatırım ortamının, tümü istihdam artışını teşvik etme ve yoksulluğu azaltma potansiyeline sahip çıktı, istihdam ve kurumsal üretkenliği iyileştirmek için önemli olduğu kabul edilmektedir. Kırsal alanlardaki mikro girişimciler, geliri artırmak için gereken işleri yaratır. Mal ve hizmet sağlarlar ve genellikle kamu yatırımlarını finanse etmek için gereken vergileri öderler, ancak katkılarının boyutu büyük ölçüde özel işletmelerin faaliyet gösterebileceği ortama bağlıdır (Kinda ve Loening, 2010: 174). Uygun ortamın sağlanmasının ardından ortaya çıkan yatırım girişleri bir ülkenin/bölgenin ekonomik performansını iyileştirmek için ihtiyaç duyduğu ek kaynakları temsil eder. Yatırımlar sermaye stokunu artırarak çıktıyı ve verimliliği artırır (Sekkat ve Veganzones-Varoudakis, 2007: 607). İyileştirilmiş bir yatırım ortamı büyümeyi ve yoksulluğu azaltmayı teşvik eder (Smith ve Hallward-Driemeier, 2005: 41). Durgunluktan çıkma fırsatı, yapısal yeniden düzenleme, ulusal ekonominin rekabet gücünün iyileştirilmesi ve daha fazla sosyo-ekonomik dinamik uygun yatırım ortamının oluşturulmasına bağlıdır (Irtyshcheva vd., 2020: 773).

Yatırımcılar yatırım yapacakları yerleri, vergilere, teşviklere, yatırım yerlerine, lojistik ve personel maliyetlerine, nitelikli işgücünün varlığına, ulaşım, iletişim, enerji maliyetleri ve altyapı koşullarına kadar çok farklı alanlarda karşılaştırmaktadırlar. Yatırım kararı verilecek yer bu faktörlerin hepsinde iyi olmayabileceğinden yatırımcıların nihai kararını belirleyen şey tüm faktörlerin bileşimidir (Çiftçi, 2015: 175). Yeterli altyapının olması genellikle özel yatırımın tamamlayıcısı olarak kabul edilmektedir. Ekonomik, politik ve kurumsal çerçevenin kalitesi yatırımların çekiciliği için bir diğer önemli faktördür (Sekkat ve Veganzones-Varoudakis, 2007: 608).

Uygun yatırım ortamının oluşturulması, ana oluşum faktörlerinin sistemleştirilmesini ve işleyiş mekanizmalarının analiz edilmesini gerektirir. Uygun

yatırım ortamının oluşturulmasının yanında yatırımcıların yatırım yapacakları yerlerin tespit edilmesi de önemli olduğundan çalışmada ülke, firma, bölge, eyalet bazında yapılan çalışmalardan farklı olarak il bazında yatırım ortamı incelenmiştir. Ayrıca yatırımcılar için çekici faktörler olan illerin eğitim, inovasyon performanslarının araştırmaya dâhil edilmesinin literatüre katkı sağlayacağı beklenmektedir.

Bu çalışmada Türkiye’de 81 ilin yatırım ortamının analiz edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaca ulaşmak için teşvikler, inovasyon ve eğitim kriterleri kullanılarak yatırım ortamı değerlendirilecek ve bu kriterlere göre yatırım için en uygun iller tespit edilecektir. Çalışmanın birinci bölümünde literatür özetine yer verilecektir. İkinci bölümde çalışmada kullanılan yöntem tanıtılacak olup son bölümde de sonuç ve önerilere değinilecektir.

2. Literatür

Literatürde yatırım ortamını araştıran çalışmalar incelendiğinde ülke ve bölge/il, firma bazında ayrı ayrı çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Bu kısımda önce ülke bazında daha sonra bölge/il, firma bazında yatırım ortamını araştıran çalışmalara yer verilecektir.

Adams (2010), 1985-2003 yılları arasında 75 gelişmekte olan ülkeyi inceleyerek fikri mülkiyet hakları korumasının yatırım üzerindeki etkisini araştırmıştır. Buna göre fikri mülkiyet haklarının güçlendirilmesinin gelişmekte olan ülkelerin yatırım çekme potansiyelini üst düzeye çıkarmak için ihtiyaç duyulan faktörlerden biri olduğu tespit edilmiştir. Nnadozie ve Njuguna (2011), Afrika’da doğrudan yabancı yatırım ile yatırım ortamı arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Afrika’da büyüme ve istihdam için yatırımların önemli olduğu ve yatırım ortamını iyileştirmek için düzenleyici bürokratik reformlara girilmesi gerektiği anlaşılmıştır. Gürsoy (2012), Gürcistan’a yatırım girişlerini araştırdığı çalışmasında yatırımcılar için en ciddi sorunun siyasi istikrarsızlık olduğunu belirtmiştir. Ohotina ve Lavrinenko (2013), eğitim düzeyi ile yatırım ortamı arasındaki ilişkiyi araştırmak için Doğu Avrupa ülkelerini kapsayan bir araştırma yapmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre lisans, yüksek lisans ve doktora mezunları yatırım ortamını olumlu etkilemektedir. Bayraktar (2013), 2004-2013 yıllarına ait Dünya Bankası “doing business” verilerini kullanarak yatırım ortamını incelemiştir. Buna göre gelişmekte olan ülkelerin “doing business” göstergelerindeki iyileşme bu ülkelere daha fazla yatırım akışına yol açacaktır. Ershova (2017), Rusya’daki Japon yatırımcıların durumunu incelemek için Rusya’da iş yapan Japon yatırımcılara anket uygulamıştır. Anket sonuçlarına göre Rusya; değişen piyasa koşullarına zamanında ve hızlı adapte olmalıdır, teknoloji olanaklarını kullanmalıdır, işgücü yönetimini geliştirmelidir ve iş kültürleri arasındaki farkı dikkate almalıdır. Pal vd. (2022), bir ülkenin yatırım çekme yeteneğinin yaygın ölçüsü olan Küresel Rekabet Edebilirlik Endeksi ile kişi başına gayrisafi yurtiçi hâsıla arasındaki nedensel bağlantıyı tahmin etmek için 106 ülkeye ait 2011-2016 verilerini kullanmıştır. İki değişken arasında pozitif ilişki olduğuna dair kanıtlar bulunmuştur.

Dollar vd. (2002) tarafından Hindistan’da 1000’den fazla firmaya anket yapılarak yatırım ortamının temel yönlerinin firma verimliliği üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Girişimcilerin nispeten zayıf yatırım ortamına sahip olduğunu düşündüğü eyaletlerde işçi başına katma değer yüzde 44 daha düşük olduğu bulunmuştur. Toplam faktör verimliliğinin de düşük bu eyaletlerde internet ve altyapısında zayıf olduğu görülmüştür. Aterido vd. (2007), 107 ülkedeki 70.000 işletmeye ilişkin firma düzeyindeki verilerle yatırım ortamının firmaların büyüklükleri arasında nasıl değişiklik gösterdiğini araştırmışlardır. Buna göre mikro ve küçük firmalar resmi finansmana daha az erişime sahiptir büyük firmalara göre daha fazla rüşvet öder ve altyapı hizmetlerinde daha büyük kesintilerle karşı karşıya kalırlar. Diğer yandan yolsuzluk ve altyapıya zayıf erişim orta ölçekli ve büyük firmaların büyümesini etkileyerek istihdam artışını azaltmaktadır.

Iarossi (2009), Hindistan'daki 16 eyaletin zayıf iş ortamını araştırdığı çalışmasında güç, ulaşım, yolsuzluk, vergi düzenlemeleri, hırsızlık faktörlerinin yatırım ortamını zayıflatmış olduğunu belirtmiştir. Fakat altyapının yetersiz olmasının yatırımı kısıtlayan en önemli faktör olduğu sonucuna varmıştır. Çakın ve Özdemir (2015), istatistiki bölge birimleri sıralaması (İBBS) Düzey 1'de yer alan 12 adet bölgenin inovasyon performansını değerlendirmişlerdir. TOPSIS yöntemi ile yapılan sıralamaya göre en yüksek inovasyon performansına sahip bölge İstanbul bölgesidir. Bu bölgeyi Doğu Marmara ve Ege Bölgesi takip etmektedir. Igwe vd. (2018), Nijerya'daki KOBİ'lerin yatırımı, üretkenliğini ve büyümesini etkileyen faktörleri incelemişlerdir. Bu faktörler şunlardır; işgücünün eğitimi, altyapıya erişim, finansmana erişim ve firmaların büyüklüğüdür. Yolsuzluk işletme sahipleri için yatırımı en fazla engelleyen faktördür. Yalçınkaya vd. (2018), ulaşım, altyapı ve teşvik kriterlerini kullanarak Türkiye'de 204 Organize Sanayi Bölgesini yatırım ortamı açısından değerlendirmişlerdir. TOPSIS sıralamasına göre Samsun Merkez Organize Sanayi Bölgesi birinci sıradadır.

Yukarıdaki literatür özetinden görüleceği gibi yatırım ortamının değerlendirilmesi ülke, firma, bölge, eyalet bazında yapılmıştır. Bu çalışmada yatırım ortamı değerlendirilmesi il düzeyinde yapılacak olup yatırım teşviği, eğitim ve inovasyon kriterleri kullanılacaktır.

3. Yöntem

Çalışmada 81 ilin yatırım ortamı, yatırımcılara karar vermelerinde yardımcı olmak amacıyla değerlendirilmiştir. Çalışmada yatırım ortamının belirleyicileri olarak teşvik, inovasyon ve eğitim kriterleri kullanılmıştır ve bu kriterlere göre en uygun yatırım ortamına sahip olan alternatifler belirlenmiştir. Değerlendirme yapılırken çoklu kriterlerin ağırlıklandırılmasında Entropi yöntemi; alternatiflerin sıralanmasında TOPSIS yöntemi tercih edilmiştir. Çok kriterli karar verme yöntemleri, karar vericiye yardımcı bulunarak karmaşık karar verme problemlerinde alternatiflerin sıralanmasına yardımcı olmaktadır. Bu yöntemlerin kullanılmasındaki amaç alternatifin çok olduğu durumlarda kolay ve hızlı karar verilmesini sağlamaktır (Akçakanat vd., 2017: 286).

Ohotina ve Lavrinenko (2015)'ye göre uygun yatırım ortamının oluşması için gerekli faktörlerden biri nitelikli işgücüdür. Hızla değişen modern teknolojik dünyada yatırım ortamı büyük ölçüde işgücü kaynaklarının kalitesine, insan sermayesine yapılan yatırımlara bağlıdır. Son yıllarda bilgi ve eğitim faktörleri yatırım ortamının temel bileşeni haline gelmiştir. Bu faktörler hem işletmelerin hem de bölgenin/ülkenin potansiyelini oluşturur. Gelişmiş insan sermayesi, başarılı iş geliştirme için bir ön koşuldur. İşletmelerin yaratıcı ve güvenilir insanlara ihtiyacı vardır (Ohotina ve Lavrinenko, 2015: 3873-3874). Ayrıca Yuldashevna (2021)'e göre teknolojik gelişimin temeli eğitimidir ve bir ekonominin teknolojik altyapısı ne kadar güçlü olursa yatırım ortamı için o kadar uygun hale gelmektedir. Yatırım teşviklerinin yanında eğitim ve inovasyon kriterleride yukarıda belirtilen önemlerinden dolayı araştırmaya dahil edilmiştir.

3.1. Entropi Yöntemi

Entropinin çıkışı Rudolph tarafından 1865'te termonimaniğin alanında geliştirilmiş ve sonradan 1948'de Claude E. Shannon bilgi entropisi kavramını geliştirmiştir (Zhang vd., 2011: 445). Kriterlerin önem düzeylerinin ortaya çıkarılmasında kullanılan Entropi yöntemi, karar probleminin hiyerarşik bir yapı oluşturmadan verileri dikkate alarak çok kriterli karar verme (ÇKKV) problemlerinde kriter ağırlıklarının hesaplandığı objektif bir değerlendirme yöntemidir (Karaatlı, 2016: 66).

Yöntemin adımları aşağıdaki gibidir (Karami ve Johansson, 2014:523-524):

Adım 1: Ölçü birimlerinden oluşan farklılıkları elimine etmek için normalizasyon işlemi yapılarak normalize edilmiş karar matrisi elde edilir. Eşitlik 1'deki P_{ij} hesaplanır.

$$P_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sum_{i=1}^m a_{ij}} \quad (1)$$

Adım 2: Kriterlere ilişkin Entropi değerleri hesaplanır.

$$E_j = \left(\frac{-1}{\ln(m)} \right) \sum_{i=1}^m [P_{ij} \ln P_{ij}] \quad (2)$$

Adım 3: Çeşitliliğin derecesini temsilen d_j değeri hesaplanır.

$$d_j = 1 - E_j \quad (3)$$

Adım 4: Son adımda j kriterinin önem derecesi olarak w_j ağırlıkları hesaplanır.

$$w_j = \frac{d_j}{\sum_{i=1}^m d_j} \quad (4)$$

Burada;

a_{ij} j . indeks için i . alternatifi değerini,

P_{ij} i . alternatif için j . indeksin değerini göstermektedir.

Bu adımlar sonucunda en fazla Entropi ağırlığına sahip kriterin karar verme açısından daha önemli olduğu sonucuna varılır.

3.2. TOPSIS Yöntemi

TOPSIS yöntemi ÇKKV problemlerinin çözümünde kullanılmaktadır. TOPSIS yöntemi pozitif ideal çözüm ve negatif ideal çözümü belirleyerek alternatifleri ideal çözüme göreceli yakınlık temeline göre sıralamaktadır. Fayda kriterini maksimize maliyet kriterini minimize eden çözüm pozitif ideal çözümdür; fayda kriterini minimize maliyet kriterini maksimize eden çözüm negatif ideal çözümdür. Pozitif ideal çözüme en yakın ve negatif ideal çözüme en uzak seçenek en uygun seçenektir (Wu vd., 2008: 256).

TOPSIS yönteminin adımları aşağıdaki gibidir (Wu vd., 2008: 259).

Adım 1: Değerlendirmeye esas kriterler belirlenip ağırlık katsayıları hesaplanarak karar matrisi oluşturulur.

$$D = \begin{matrix} A_1 \\ A_2 \\ \vdots \\ A_i \\ \vdots \\ A_m \end{matrix} \begin{bmatrix} X_{11} & X_{12} & \dots & \dots & X_{1j} & X_{1n} \\ X_{21} & X_{22} & \dots & \dots & X_{2j} & X_{2n} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \dots & \vdots & \vdots \\ X_{i1} & X_{i2} & \vdots & \vdots & X_{ij} & X_{in} \\ \vdots & \vdots & \dots & \vdots & \vdots & \vdots \\ X_{m1} & X_{m2} & \dots & \dots & X_{mj} & X_{mn} \end{bmatrix} \quad (5)$$

Burada;

A_i : Olası alternatifler

X_j : Alternatiflere ait 1'den n'e kadar olan kriterler

X_{ij} : Her alternatifi performans derecesidir.

Adım 2: Karşılaştırılabilir ölçek elde edilmesi için her kritere ait değerler o kriterlerin kareleri toplamının kareköküne bölünerek normalleştirilir ve normalleştirilmiş karar matrisi elde edilir.

$$r_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{j=1}^n x_{ij}^2}} \quad (6)$$

Adım 3: İkinci adımda elde edilen normalleştirilmiş karar matrisi hesaplanan ağırlıklarla çarpılır.

$$V = \begin{bmatrix} V_{11} & V_{12} & \dots & V_{1j} \dots & \dots & V_{1n} \dots \\ \vdots & \vdots & & \vdots & & \vdots \\ V_{i1} & V_{i2} & \dots & V_{ij} \dots & \dots & V_{in} \dots \\ \vdots & \vdots & & \vdots & & \vdots \\ V_{m1} & V_{m2} & \dots & V_{mj} \dots & \dots & V_{mn} \dots \end{bmatrix}$$
$$= \begin{bmatrix} W_1 r_{11} & W_2 r_{12} & \dots & W_j r_{1j} \dots & \dots & W_n r_{1n} \dots \\ \vdots & \vdots & & \vdots & & \vdots \\ W_1 r_{i1} & W_2 r_{i2} & \dots & W_j r_{ij} \dots & \dots & W_n r_{in} \dots \\ \vdots & \vdots & & \vdots & & \vdots \\ W_1 r_{m1} & W_2 r_{m2} & \dots & W_j r_{mj} \dots & \dots & W_n r_{mn} \dots \end{bmatrix} \quad (7)$$

Adım 4: Pozitif ve negatif ideal çözümler belirlenir.

Adım 5: Pozitif ve negatif ideal çözümler için Euclidean uzaklıkları hesaplanır.

$$S^*_i = \sqrt{\sum_{j=1}^n (V_{ij} - V_j^*)^2} \quad (8)$$

$$S^-_i = \sqrt{\sum_{j=1}^n (V_{ij} - V_j^-)^2} \quad (9)$$

Adım 6: İdeal çözüme göre nispi yakınlık hesaplanır.

$$C^*_i = \frac{S^-_i}{S^*_i + S^-_i} \quad (10)$$

Adım 7: Altıncı adımda hesaplanan yakınlık değerleri büyükten küçüğe doğru sıralanır.

3.3. Uygulama

Çalışmada teşvik, inovasyon ve eğitim olmak üzere üç ana kriter ve bu kriterlerin altında toplamda 7 alt kriter kullanılmıştır. Teşvik ve inovasyon kriterlerine ait veriler Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı internet sitesinden; eğitim kriterine ait veriler Türkiye İstatistik Kurumu ve Yükseköğretim Kurulu internet sitelerinden temin edilmiştir. İllerin yatırım ortamını değerlendirmek için kullanılan kriterler, birimleri ve kaynakları Tablo 1'de verilmiştir.

Ana Değerlendirme Kriteri	Alt Değerlendirme Kriteri	Birim	Kaynak
TEŞVİK	İllere Verilen Yatırım Teşvik Belgesi Sayısı	Adet	Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
	Teşvikli Yatırım Tutarı	Türk Lirası	Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
	Teşvikli İstihdam	Adet	Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
İNOVASYON	Teknoloji Geliştirme Bölgesi Sayısı	Adet	Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
	Ar-Ge Merkezi Sayısı	Adet	Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
EĞİTİM	Üniversite Sayısı (Devlet)	Adet	Yükseköğretim Kurulu
	İlde Üniversiteyi Bitirenlerin 15 ve daha yukarı yaştaki nüfusa oranı	%	Türkiye İstatistik Kurumu

Tablo 1. İllerin Yatırım Ortamını Değerlendirmek İçin Kullanılan Kriterler

Tablo 1’de gösterilen kriterler için Entropi yöntemiyle hesaplanan ağırlıklar Tablo 2’de verilmiştir.

Kriter	Ağırlık	Kriter	Ağırlık
İllere Verilen Yatırım Teşvik Belgesi Sayısı	0.104573	Ar-Ge Merkezi Sayısı	0.262113
Teşvikli Yatırım Tutarı	0.27324965	Üniversite Sayısı	0.046464044
Teşvikli İstihdam	0.167832	İlde Üniversiteyi Bitirenlerin 15 ve daha yukarı yaştaki nüfusa oranı	0.00205485
Teknoloji Geliştirme Bölgesi Sayısı	0.143714		

Tablo 2. Yatırım Ortamını Değerlendirmek İçin Kullanılan Kriterlerin Entropi Yöntemiyle Hesaplanan Ağırlıkları

Tablo 2’ye göre Türkiye genelinde en önemli kriterler sırasıyla teşvikli yatırım, Ar-Ge merkezi, teşvikli istihdam, teknoloji geliştirme bölgesi, yatırım teşvik belgesi, ildeki devlet üniversitesi sayısı ve ilde üniversiteyi bitirenlerin oranıdır. İller için yatırım ortamı değerlendirilmesi yapılırken bu kriterler açısından daha iyi durumda olan iller daha iyi bir konumda yer alıp yatırımcılar tarafından daha fazla tercih edilecektir.

Entropi yöntemiyle ağırlıklandırılmış kriterlere göre TOPSIS yöntemi ile yapılan illerin yatırım ortamı değerlendirilmesi sonuçları Tablo 3’te gösterilmiştir.

Alternatifler	TOPSIS Sonucu	TOPSIS Sıralaması	Alternatifler	TOPSIS Sonucu	TOPSIS Sıralaması
Adana	0.037215916	33	Çankırı	0.00157145	75
Antalya	0.091914747	15	Eskişehir	0.046387298	29
Burdur	0.036796	34	Karaman	0.003132541	72
Hatay	0.033387531	38	Kayseri	0.444290284	2
Isparta	0.031141172	42	Kırıkkale	0.030536845	49
Mersin	0.075894168	20	Kırşehir	0.241638743	6
Osmaniye	0.030610465	47	Konya	0.080344552	18
Kahramanmaraş	0.051519813	27	Nevşehir	0.013503656	58
Ağrı	6.80513E-07	81	Niğde	0.03074568	46
Ardahan	0.007056216	69	Sivas	0.032471101	39

Bitlis	0.008017349	62	Yozgat	0.030603792	48
Bingöl	0.035071687	36	Amasya	0.015781972	55
Elazığ	0.090049482	16	Artvin	0.007611675	65
Erzincan	0.003142042	71	Bartın	0.007632593	64
Erzurum	0.031072241	43	Bayburt	0.023525753	53
Hakkâri	0.000159999	79	Bolu	0.030961779	44
İğdır	0.013371639	59	Çorum	0.030745711	45
Kars	0.000115095	80	Düzce	0.069437853	22
Malatya	0.040746282	31	Giresun	0.007246748	67
Muş	0.026395939	52	Gümüşhane	0.000265655	77
Tunceli	0.000438669	76	Karabük	0.001602701	74
Van	0.031322118	41	Kastamonu	0.0071276	68
Afyonkarahisar	0.028255726	51	Ordu	0.014036343	57
Aydın	0.017104484	54	Rize	0.010379966	60
Denizli	0.039224705	32	Samsun	0.035513543	35
İzmir	0.292988229	4	Sinop	0.000171319	78
Kütahya	0.053929076	26	Tokat	0.030536436	50
Manisa	0.330879241	3	Trabzon	0.034226532	37
Muğla	0.047160173	28	Zonguldak	0.003130136	73
Uşak	0.006246411	70	Balıkesir	0.042450873	30
Adıyaman	0.061992125	23	Bilecik	0.114532682	12
Batman	0.06009023	24	Bursa	0.217333851	8
Diyarbakır	0.115322366	11	Edirne	0.078871503	19
Gaziantep	0.14596784	9	Çanakkale	0.031940509	40
Kilis	0.007265156	66	İstanbul	0.67268746	1
Siirt	0.071670715	21	Kırklareli	0.007804831	63
Şanlıurfa	0.114336274	13	Kocaeli	0.22347023	7
Şırnak	0.008527183	61	Sakarya	0.059460417	25
Mardin	0.116998106	10	Tekirdağ	0.092087625	14
Aksaray	0.014331297	56	Yalova	0.085038356	17
Ankara	0.287867839	5			

Tablo 3. TOPSIS Yöntemine Göre İllerin Yatırım Ortamı Açısından Sıralaması

TOPSIS yöntemine göre teşvik, inovasyon ve eğitim kriterlerine göre illerin yatırım ortamını değerlendirmek için yapılan sıralamada İstanbul birinci; Kayseri ikinci; Manisa üçüncü; İzmir dördüncü ve Ankara beşinci sırada yer almaktadır. Ağrı seçilen kriterlere göre uygun yatırım ortamı açısından son sırada yer almaktadır.

4. Sonuç

Yatırım ortamı, işletmelerin karşı karşıya olduğu öngörülemezliği, yatırımcıların şimdi alınan yatırım kararlarından gelecekte kâr elde etme yetenekleri konusunda karşı karşıya kaldıkları belirsizlik derecesini azaltmaya yardımcı olmak için tasarlanmış politikalar olarak tanımlanabilir. Yatırımcılar, yatırım ortamı ölçütlerini değerlendirerek yatırım yapacakları ile/bölgeye karar vermektedirler. Yatırımcıların yatırım yaparken tercih ettikleri ortamlar istikrarlı politikaların olduğu, nitelikli insan gücünün olduğu, finansal sistemin gelişmiş olduğu, altyapının güçlü olduğu ve piyasa ortamının rekabete uygun olduğu ortamlardır.

Bu çalışmada Türkiye’de 81 ilin yatırım ortamı değerlendirilmiştir. İllere ait veriler tüm verilere ulaşılabilen 2020 yılına aittir.

TOPSIS yöntemine göre yapılan sıralamada İstanbul birinci; Kayseri ikinci; Manisa üçüncü; İzmir dördüncü ve Ankara beşinci sırada yer almaktadır. Bu iller yatırım ortamı

açısından diğer illere göre daha iyi durumdadır. Sıralamanın bu şekilde olmasının sebebi; Entropi yöntemine göre yapılan kriterlerin ağırlıklandırılmasında sıralamanın teşvikli yatırım, Ar-Ge merkezi, teşvikli istihdam, teknoloji geliştirme bölgesi, yatırım teşvik belgesi, ildeki devlet üniversitesi sayısı ve ilde üniversiteyi bitirenlerin oranı şeklinde olmasıdır. Türkiye’de teşvikli yatırım, teşvikli istihdam, Ar-Ge merkezi sayısı açısından ilk sırada yer alan il 2020 yılı için İstanbul’dur. Ağrı ili yatırım ortamı açısından 81 il arasında son sırada yer almaktadır.

Çalışmada kullanılan veriler ışığında şu tespitlerle yapılabilir. Entropi yöntemine göre yapılan ağırlıklandırmada görüldüğü gibi en fazla ağırlık teşvikli yatırıma aittir onu Ar-Ge merkezi sayısı ve istihdam izlemektedir. Üniversite sayısı ve mezun oranı ise son sıralarda yer almaktadır. En fazla Ar-Ge merkezine sahip olan il İstanbul’dur. 2020 yılı içinde 29 ile hiç Ar-Ge merkezi kurulmamıştır. Bu açıdan illeri yatırım açısından cazip hale getirmek için daha fazla yatırımın desteklenmesi ve Ar-Ge merkezi gibi inovasyon odaklı merkezlerin kurulmasının teşvik edilmesinin yatırım ortamını iyileştireceği düşünülmektedir. Ar-Ge merkezi kurulması için bu merkezlerde en az 15 tam zamanlı personel istihdam etme şartı olduğundan, bu merkezlerin kurulmasının teşvik edilmesiyle hem istihdam artmış hem de ilin/bölgenin proje üretme, yenilik yapma kapasitesinin artması sağlanmış olacaktır.

Çalışmanın katkısı il düzeyinde uygun yatırım ortamının seçilmesinin yanında bu seçim yapılırken hangi kriterlerin daha ağırlıklı olduğunun tespit edilmesidir. Araştırma, başka kriterler ve başka çoklu karar verme yöntemleri seçilerek tekrarlanıp hem farklı kriterlerin ağırlıkları hem de farklı yöntemlerin karşılaştırılmasının yapılması sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- ADAMS, Samuel. 2010. "Intellectual Property Rights, Investment Climate and FDI in Developing Countries", *International Business Research*, 3(3), 201-209.
- AKÇAKANAT, Özen, EREN, Hande, AKSOY, Esra, ÖMÜRBEK, Vesile. 2017. "Bankacılık Sektöründe Entropi ve Waspas Yöntemleri İle Performans Değerlendirmesi", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 285-300.
- ATERIDO, Reyes, HALLWARD-DRIEMEIER, Mary, PAGES, Carmen. 2007. *Investment Climate and Employment Growth: The Impact of Access to Finance, Corruption and Regulations Across Firms*, IZA DP No: 3138.
- BAYRAKTAR, Nihal. 2013. "Foreign Direct Investment and Investment Climate", *Procedia Economics and Finance*, 5, 83-92.
- COOKSEY, Brian, KELSALL, Tim. 2011. *The Political Economy of the Investment Climate in Tanzania*, Research Report, <http://bestdialogue2.antenna.nl/bitstream/handle/20.500.12018/7346/The%20Political%20Economy%20of%20the%20Investment%20Climate%20in%20Tanzania.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, Erişim: 31.12.2021.
- ÇAKIN, Enver, ÖZDEMİR, Aslı. 2015. "Bölgesel Gelişmişlikte Ar-Ge ve İnovasyonun Rolü: Dematel Tabanlı Analitik Ağ Süreci (DANP) ve TOPSIS Yöntemleri İle Bölgelerarası Bir Analiz", *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30(1), 115-144.
- ÇİFTÇİ, Hakkı. 2015. "Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırım İkliminin Oluşturulmasını Belirleyen Faktörler", *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 19(2), 173-192.

DOLLAR, David, IAROSSO, Giuseppe, MENGISTAE, Taye. 2002. Investment Climate and Economic Performance: Some Firm Level Evidence from India, Working Paper No.143.

ERSHOVA, Nina. 2017. "Investment Climate in Russia and Challenges for Foreign Business: The Case of Japanese Companies", *Journal of Eurasian Studies*, 8, 151-160.

FANKHAUSER, Samuel, LAVRIC, Lucia. 2003. "The Investment Climate for Climate Investment: Joint Implementation in Transition Countries", *Climate Policy*, 3(4), 417-434.

GÜRSOY, Faruk. 2012. "Changing of the Investment Climate of Georgia After the War", *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 62, 1303-1307.

HALLWARD-DRIEMEIER, Mary, WALLSTEN, Scott, XU, Lixin Colin. 2006. "Ownership, Investment Climate and Firm Performance", *Economics of Transition*, 14(4), 629-647.

IAROSSO, Giuseppe. 2009. The Investment Climate in 16 Indian States. Policy Research Working Paper, 4817.

IGWE, Paul Agu, AMAUGO, Amarachi Ngozi, OGUNDANA, Oyedele M., EGERE, Odafe Martin, ANIGBO, Juliana Amarachi. 2018. "Factors Affecting the Investment Climate, SMEs Productivity and Entrepreneurship in Nigeria", *European Journal of Sustainable Development*, 7(1), 182-200.

IRTYSHCHEVA, Inna, KRAMARENKO, Iryna, SHULTS, Svitlana, BOIKO, Yevheniia, BLISHCHUK, Kateryna, HRYSHYNA, Nataliya, POPADYNETS, Nazariy, DUBYNSKA, Iryna, ISHCHEHENKO, Olena, KRAPYVINA, Daria. 2020. "Building Favorable Investment Climate for Economic Development", *Accounting*, 6, 773-780.

KARAATLI, Meltem. 2016. "Entropi-Gri İlişkisel Analiz Yöntemleri İle Bütünleşik Bir Yaklaşım: Turizm Sektöründe Uygulama", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1), 63-77.

KARAMI, Amin, JOHANSSON, Ronnie (2014). "Utilization of Multi Attribute Decision Making Techniques to Integrate Automatic and Manual Ranking of Options", *Journal of Information Science and Engineering*, 30, 519-534.

KINDA, Tidiane, LOENING, Josef L. 2010. "Small Enterprise Growth and the Rural Investment Climate: Evidence from Tanzania", *African Development Review*, 22(1), 173-207.

NNADOZIE, Emmanuel, NJUGUNA, Angelica E. 2011. "Investment Climate and Foreign Direct Investment in Africa", 6. African Economic Conference, Ethiopia.

OHOTINA, Alina, LAVRINENKO, Olga. 2013. "Influence of the Higher Education on the Investment Climate", *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 106, 1470-1475.

OHOTINA, Alina, LAVRINENKO, Olga. 2015. "Education of Employees and Investment Climate of the Region: The View of the Heads of Enterprises", *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 174, 3873-3877.

PAL, Debdatta, MITRA, Subrata K., CHATTERJEE, Somdeep. 2022. "Does "Investment Climate" Affect GDP? Panel Data Evidence Using Reduced-Form and Stochastic Frontier Analysis", *Journal of Business Research*, 138, 301-310.

SEKKAT, Khalid, VEGANZONES-VAROUKAKIS, Marie-Ange. 2007. "Openness, Investment Climate, and FDI in Developing Countries", *Review of Development Economics*, 11(4), 607-620.

SMITH, Warrick, HALLWARD-DRIEMEIER, Mary. 2005. "Understanding the Investment Climate", *Finance&Development*, 42(1), 1-58.

WU, Cheng-Ru, LIN, Chin-Tsai, TSAI, Pei-Hsuan. 2008. "Financial Service of Wealth Management Banking: Balanced Scorecard Approach", *Journal of Social Sciences*, 4(4), 255-263.

YALÇINKAYA, Yalçın, DULUPÇU, Murat Ali, BAYKUL, Ayşegül. 2018. "TOPSIS Yöntemi İle Organize Sanayi Bölgelerinin Yatırım Ortamının Değerlendirilmesi: İBBS Düzey 3 Üzerine Bir Uygulama", *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 90-107.

YULDASHEVNA, Abdullaeva Barchinoy. 2021. "The Digital Economy As A Key Factor in the Formation of a Favourable Investment Climate", *ResearchJet Journal of Analysis and Inventions*, 2(12), 1-6.

ZHANG, H., GU, C., GU, L., ZHANG, Y. 2011. "The Evaluation of Tourism Destination Competitiveness by TOPSIS & Information Entropy A Case in the Yangtze River Delta of China", *Tourism Management*, 32, 443-451.

İnternet Kaynakları

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, www.sanayi.gov.tr
Türkiye İstatistik Kurumu, www.tuik.gov.tr
Yükseköğretim Kurulu, www.yok.gov.tr

Özet

Çalışmanın Amacı: Bu çalışmanın amacı 81 ilin yatırım ortamını TOPSIS yöntemi ile değerlendirmektir. Araştırma Soruları: Yatırım ortamı nedir?, Yatırım ortamı ulusal ve uluslararası literatürde nasıl ele alınmıştır?

Yöntem: Çalışmada illerin yatırım ortamı değerlendirilirken çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan TOPSIS yöntemi tercih edilmiştir. Öncesinde Entropi yöntemi ile seçilen kriterlerin ağırlıkları belirlenmiş sonrada belirlenen ağırlıklar kullanılarak alternatifler sıralanmıştır. Çalışmada yatırım ortamının belirleyicileri olarak teşvik, inovasyon ve eğitim kriterleri kullanılmıştır. Veriler Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Yükseköğretim Kurulu ve Türkiye İstatistik Kurumu'ndan temin edilmiştir.

Sonuç ve Değerlendirme: Yatırım ortamını iyileştirmek için aranan en önemli ön koşullar; istikrarlı bir siyasi yapı, uygun ve sık değişmeyen yatırım ile ilgili mevzuat ve yatırım güvencesidir. Risklerin ve belirsizliklerin azalması ile piyasalardaki rekabetin artması yeni yatırımlar çekilebilecektir. Piyasaya yeni firmaların girmesiyle rekabet artacak, etkinlik ve yenilik gelişecektir. Yeni yatırım olanakları, verimliliğin artması, yeni personel istihdam edilmesi, mal ve hizmet üretiminin sağlanması ve elde edilen gelirden vergi ödenmesi açısından önemlidir. Yatırım ortamında yaşanan rekabet verimliliği artırmakta bu da yenilikleri teşvik etmektedir. Yatırımlar ve verimlilikteki artış büyümeyi pozitif etkilemektedir. Ekonomide yeni iş imkânlarının yaratılması yoksulların ve kadınların sosyal refahlarının yükseltilmesine de katkı sağlamaktadır.

Değerlendirme sonucunda en uygun yatırım ortamına sahip ilin İstanbul olduğu, sıralamada en alta yer alan ilin ise Ağrı olduğu görülmüştür. Uygun yatırım ortamının oluşturulması o ilde yaşayan herkesin refah düzeyini artıracığından yatırım ortamı sıralamasında altta yer alan illerin yatırım ortamının iyileştirilmesinin ülke kalkınmasına da katkı sağlayacağı söylenebilir.

Otomotiv Sektöründe Dupont Yöntemiyle Finansal Performans Değerlendirmesi: BIST Örneği*

Yasemin COŞKUN ERDOĞAN**

Öz

Bu çalışmanın amacı, COVID-19 salgını nedeniyle yaşanan pandemi döneminin, Borsa İstanbul'da işlem gören otomotiv sanayi şirketlerinin finansal performanslarına etkisini, Dupont Kontrol Sistemi ile belirlemektir. Bu amaçla, öncelikle Metal Eşya Makine Elektrikli Cihazlar ve Ulaşım Araçları endeksine dahil otomotiv sektörü işletmesinden 17 tanesine ait 2016-2021 yılları arası finansal tablolarda yer alan veriler kullanılarak Dupont Kontrol şemaları oluşturulmuştur. Pandemi dönemi öncesi ve sonrasında, Dupont analizini oluşturan oranlar ve hesap kalemleri arasındaki ilişkinin değişip değişmediğini belirlemek amacıyla bağımsız örneklem t testi, değişkenlerin dönemlere göre ilişkisinin tespit edilmesi amacı ile de regresyon analizi uygulanmıştır. Sonuçta pandemi sürecinde özsermaye karlılığı oranına etki eden değişkenlerin farklılaşmadığı ama bu faktörlerin etki düzeylerinin değiştiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Finansal performans, rasyo analizi, dupont analizi, bağımsız örneklem t testi, regresyon analizi

Financial Performance Evaluation with Dupont Method in Automotive Industry: Istanbul Stock Exchange Sample

Abstract

The aim of this study is to determine the effect of the pandemic period due to the COVID-19 epidemic on the financial performance of automotive industry companies traded in Istanbul Stock Exchange applying the Dupont Control System. For this purpose, Dupont Control charts were formed, utilizing the data in the financial statements of 17 of the automotive sector enterprises included in the Metal Goods Machinery Electrical Equipment and Transportation Vehicles index between the years 2016-2021. Before and after the pandemic period, independent sample t-test was performed to determine whether the relationship between the ratios and account items forming the Dupont analysis changed, and regression analysis was applied to determine the relationship of the variables according to the periods. As a result, It was observed the variables affecting



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 20.05.2022

Kabul/Accepted: 13.03.2023

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.1119060>

* Bu makale, 12-13 Mayıs 2022 tarihlerinde İstanbul Gelişim Üniversitesi, Gelişim-UWE 6. Uluslararası Ekonomi ve Finans Konferansı, Hibrit Konferans'ta "Finansal Performans Değerlendirmesi Üzerine Bir Uygulama: BIST'te İşlem Gören Otomotiv Şirketlerinde Dupont Analizi" başlığıyla sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

** Dr. Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sultanhisar Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Aydın, Türkiye. E-posta: vascoskunk@hotmail.com

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-5724-8395>

the return on equity ratio did not differ during the pandemic process, but the effect levels of these factors changed.

Keywords: Financial performance, ratio analysis, dupont analysis, independent sample t-test, regression analysis

1. Giriş

İşletmelerin en genel amacı varlığını sürdürebilmektir. Bu amaca ek olarak şirketler özel amaçlarını da ekleyerek yaşamlarını sürdürme faaliyetlerine devam etmektedirler. Bir şirketin varlığını ne kadar iyi sürdürdüğünü, getirisini ve likiditesini, faaliyetlerini, kaldırıcını ve karlılığını ölçen oranlar bulunmaktadır. Şirketlerin küreselleşen dünyada rekabet edebilmesi, varlıklarını sürdürebilmesi, likiditelerini yönetebilmesi, faaliyetlerini gerçekleştirebilme kapasitesine, kaldırıcı yüküne ve karlılıklarına bağlıdır. Şirketlerin halihazırdaki bu durumlarının analizi ise Oran analizi ile yapılmaktadır. Oranlar, finansal raporlardan (bilanço ve gelir tablosu) yararlanılarak hesaplanmaktadır. DuPont Analizi ise, birden fazla oranın kullanıldığı birleşik oranlar analizidir.

DuPont Analizi, bilanço ve gelir tablosu kalemleri kullanılarak hesaplanan oranların birbirleriyle ilişkilerini gösteren analiz yöntemidir. Bu yöntemle, bir şirketin öz sermaye karlılığı oranı birden fazla oranın hesaplanması ile gerçekleştirilmektedir.

Türkiye'de Otomotiv sektörünün iki önemli özelliği bulunmaktadır. Bunlardan birisi bu sektörün ithalata en çok bağımlı sektörlerden birisi olması; diğeri ise son dönemlerde ekonominin lokomotif sektörü olmasıdır. Bu sebeple çalışmada, COVID-19 pandemi sürecinin Borsa İstanbul'da yer alan Otomotiv sektörü şirketleri üzerindeki etkisini araştırmak amaçlanmıştır. COVID-19 pandemi sürecinin sektör özsermaye karlılığı, aktif karlılığı, net kar marjı ve aktif devir hızı oranları birleşik oranlar yöntemi ile analiz edilmiş ve özsermaye karlılığı, aktif karlılığı, net kar marjı ve aktif devir hızı oranları yorumlanmıştır. Bu yorum Türkiye borsasındaki otomotiv şirketlerinin finansal performansının ne olduğuna dair önemli bulgular sağlayacaktır. Bu çalışmada Kamuyu Aydınlatma Platformu'ndaki (www.kap.gov.tr) BIST Şirketleri ve Sektörleri kısmında yer alan Metal Eşya Makine Elektrikli Cihazlar ve Ulaşım Araçları Sektörü'nde yer alan 35 şirket arasından Otomotiv Sektörüne dahil olan ve 2016 yılından bu yana Borsa İstanbul'da işlem gören 17 şirketin tamamı seçilmiştir. Söz konusu 17 şirkete ait 2016-2021 yılları arasındaki finansal raporlar (Bilanço ve Gelir Tablosu) Kamuyu Aydınlatma Platformu'ndan toplanarak excel'e aktarılmış ve Dupont analizi yapılmıştır. Türkiye'deki Otomotiv Sektörünün finansal değerlendirmesini içeren birçok çalışma olmasına rağmen 2016-2021 yılları arasındaki COVID-19 pandemi süreci öncesi ve pandemi sonrası sektörü inceleyen çalışmanın olmaması çalışmayı özgün kılmaktadır.

Çalışmada DuPont Analizi hakkında bilgiler verilerek nasıl uygulandığı anlatılmıştır. Daha sonra ise söz konusu 17 şirket için 6 yıllık verilerinden yararlanılarak hesaplanan DuPont analizi yöntemi adım adım aktarılmıştır. Son olarak Otomotiv Sektörü'nde işlem gören 17 şirketin finansal performanslarını değerlendirme amacıyla özsermaye karlılığı, aktif karlılığı, aktiflerin özsermayeye oranı, aktif devir hızı, net kar marjı oranları arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla regresyon analizi yapılmış ve ilişkili olan oranlar ve hesap kalemleri tespit edilerek yorumlanmıştır.

2. Literatür Taraması

Türkiye’de DuPont Analizi yönteminin finans literatüründe sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Dupont analizi neredeyse tüm sektörlerin uyguladığı bir finansal analiz ağıdır. Bu nedenle, çalışmanın literatür taraması olan bu bölümünde DuPont Analizini kullanan tüm sektörlerle ait çalışmalar ve otomotiv sektöründe dupont analizini kullanan çalışmalar olmak üzere iki kısımda incelenmektedir:

DuPont Analizini Kullanan Çalışmalar;

Iqbal, Mulani ve Kabiraj 2013 yılındaki çalışmalarında; 2007-2012 yılları arasında Karachi borsasındaki 21 çimento şirketinin kaldıraç ve firma büyüklüğünün karlılık üzerine etkisini incelemişlerdir. Kaldıraç oranı için Borç/Öz sermaye formülünü, firma büyüklüğü için toplam satışların logaritmasını, karlılık oranı için ise, aktif karlılık oranını(ROA) ve özsermaye karlılığı oranını(ROE) kullanırken; sermayenin karlılığı içinse, devamlı sermaye getirisi(ROCE) oranlarını kullanmışlardır. Çalışmanın sonucunda kaldıraç ile karlılık(ROA ve ROE) arasında güçlü bir negatif ilişki olduğu, firma büyüklüğü ile karlılık(ROA, ROE, ROCE) arasında ise direkt pozitif bir ilişki olduğu sonucunu elde etmişlerdir.

Doğan ve Topal 2016’daki çalışmasında Borsa İstanbul’daki imalat sanayi şirketlerinin karlılıklarını oluşturan finansal unsurları tespit etmek amacıyla 2005-2012 zaman periyodu için 136 şirketin verilerinden yararlanarak panel veri analizi kullanmıştır. Çalışma sonucunda varlık karlılığı ve öz sermaye karlılığı ile toplam varlıklar arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiş; ancak kaldıraç oranı arasında ise negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Cari oran ve firma yaşı ile karlılık arasında anlamlı sonuçlar saptanmamıştır.

Caba 2017 yılındaki bir çalışmasında finansal kaldıraç ve firma büyüklüğünün performans üzerinde etkili olup olmadığını araştırmak amacıyla Borsa İstanbul Sınai Endeksi’ndeki 136 firma ile çoklu regresyon analizi yapmıştır ve bu değişkenlerin performans üzerindeki etkisi test edilmiştir. Çalışmanın sonucunda, finansal kaldıraç ve firma büyüklüğünün firmaların finansal performansları üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Aslan 2018 yılındaki çalışmasında turizm işletmelerinde kâr marjının belirleyicilerinin araştırılmasını amaçlamıştır. NACE (Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması) 2/1 sektöründe faaliyet gösteren konaklama ve yiyecek/içecek işletmeleri bu çalışmanın örneklemini oluşturmuş ve ilgili örnekleme, 21 farklı ülkeden toplam 334 turizm işletmesine ait cari oran, finansal kaldıraç oranı, toplam aktif büyüklüğü ve çalışan sayısı verilerinden yararlanılmıştır. Çalışmada en geniş veri seti olarak 2007 ile 2016 yılları arasındaki veriler kullanılmıştır. Panel sabit ve panel rastsal etkiler modellerinin uygulandığı bu çalışmadan elde edilen sonuçlara göre; cari oranın ve aktif büyüklüğünün örnekleme yer alan işletmeler için kâr marjını pozitif, finansal kaldıraç oranının ve çalışan sayılarının ise kâr marjını negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Karadeniz ve diğ. 2019 yılındaki çalışmalarında Avrupa kıtasındaki sermaye piyasalarında işlem gören otel işletmelerinde kârlılığın DuPont finansal analiz tekniğiyle incelenmesini amaç edinerek, ayrıca DuPont analiz tekniğinde kullanılan değişkenler açısından otel işletmelerinin aktif ve özkaynak karlılıklarını etkileyen değişkenleri belirlemeye çalışmışlardır. Bu amaçlarla DuPont tekniğinde ele alınan oranlardan hareketle Avrupa kıtasında payları borsada işlem gören 76 otel işletmesinin 2007-2016 dönemi aktif ve özkaynak kârlılıkları panel veri yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre Avrupa’da halka açık otel işletmelerinin aktif kârlılıkları üzerinde net kâr marjının etkisi pozitif ve anlamlı iken, aktif devir hızının anlamlı bir etkisinin olmadığı saptanmıştır. Öt e yandan Avrupa’da halka açık otel işletmelerinde

öz kaynak kârlılığında net kâr marjının etkisi pozitif yönde anlamlı olup, öz kaynak çarpanının etkisi anlamlı ve negatiftir. Aktif kârlılığında olduğu gibi öz kaynak kârlılığında da aktif devir hızının kârlılık üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı belirlenmiştir. Çalışmanın sonucunda ayrıca Avrupa'da halka açık otel işletmelerinin incelenen dönemde gider ve maliyetlerini karşılayacak düzeyde bir gelir ve kâr elde edemediği belirlenmiştir.

Büyükarıkan ve Eryılmaz 2020 yılındaki çalışmasında Borsa İstanbul'da işlem gören tarım işletmelerinin yatırımlarındaki kârlılık düzeyleri, DuPont finansal performans modeli ile belirlenmiştir. Araştırmada kullanılan veriler tarım sektöründe faaliyet gösteren 4 tarım işletmesinin 2012 ve 2013 mali dönemlerindeki finansal tablolarından elde edilmiştir. Ayrıca, aktif sermaye ile DuPont bileşenleri arasındaki istatistikî ilişkinin belirlenmesi için regresyon analizi ve ANOVA testi uygulanmış, söz konusu bileşenlerin arasındaki ilişkinin çözümlenmesinde ise korelasyon analizi yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda Tarım sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin; net kâr marjının düşük oluşunun yatırım kârlılığı yüzdesini de olumsuz etkilediği tespit edilmiştir. Bunun sebebinin; satış kârlılığının düşük, maliyetlerin ise yüksek olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir sonucuna ulaşılmıştır.

Açıkgöz ve Kılıç 2021 yılındaki çalışmalarında, Türkiye'deki teknoloji sektörü işletmelerinin finansal performans ve piyasa değerini belirlemek amacıyla DuPont Analizi ve Çoklu Doğrusal Regresyon modelini kullanarak; Karlılık, Varlık Verimliliği ve Kaldıraç rasyolarından hangilerinin teknoloji sektörü işletmelerinin performansı üzerinde ne derece etkisinin olduğunu incelemişlerdir. Çalışmanın sonucunda, varlık verimliliği ve öz sermaye çarpanının teknoloji firmaları için piyasa değeri üzerinde olumlu etkisinin olduğunu, ancak bu değişkenlerin açıklama gücünün çok düşük olduğunu ($R^2 = 0,075$) tespit etmişler ve ayrıca karlılığın teknoloji firmalarının piyasa değerlemesini açıklamadığını ortaya koymuşlardır.

Arslan ve Bora'nın 2021 yılındaki çalışmalarında, Türk Bankacılık Sektöründeki mevduat bankaları sermaye sahipliğine göre sınıflandırılmış ve 2015-2019 yılları arası performansları DuPont Analizi ile karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda Kamu sermayeli mevduat bankalarının 2015-2018 zaman aralığında sektör ortalamasının üzerinde öz kaynak karlılığı elde ettikleri tespit edilmiş ancak 2019 yılındaki öz kaynak karlılığı sektör ortalamasının altında kalmıştır. Özel sermayeli mevduat bankalarının öz kaynak karlılık oranı ise ağırlıklı olarak sektör ortalamasının altında kalmıştır. Yabancı sermayeli mevduat bankaları ise özellikle 2018 ve 2019 yılları için sektör ortalamasının üstünde bir öz kaynak karlılık oranına sahip oldukları saptanmıştır.

Demirhan ve Sakin 2021 yılındaki çalışmasında COVID-19 pandemisinin borsaya kayıtlı firmaların karlılık oranları üzerindeki etkilerini analiz etmeyi amaçlayarak DuPont Analizini, Öz Sermaye Getirisini (ROE) Toplam Varlık Devir Hızı (TAT), Net Kar Marjı (NPM) ve Öz Sermaye Çarpanı (EM) ile ilişkilendirerek dinamik panel veri kullanmıştır. Borsa İstanbul'da işlem gören verileri toplanabilen toplam 153 firma 2017 yılının 3. çeyreği ile 2021 yılının 2. çeyreği arasında tamamen örnekleme dahil edilmiştir. Tüm firmalar örnekleminde test edilen modellerin bulgularına göre kukla değişken COVID' i temsil etmiş ve ROE' yi olumlu etkilemiş, ancak ROA ve NPM üzerinde olumsuz etkilerini tespit etmişler ancak NPM üzerindeki olumsuz etkinin ise daha yüksek olduğunu ortaya koymuşlardır. Örnekte modellerin bulguları, COVID değişkeninin ROE ve ROA üzerinde olumsuz etkileri olduğunu, ancak şaşırtıcı bir şekilde olumlu olduğunu göstermektedir. İmalat dışı firmalar örneğinde farklı olarak, analiz sonuçları COVID' nin NPM ve ROA üzerindeki olumsuz etkisini ortaya koyarken, ROE üzerinde olumlu etkisinin olduğunu ortaya koymuşlardır.

Otomotiv Sektöründe dupont analizini kullanan çalışmalar aşağıdaki gibidir:

Herciu ve Ogreaan 2017 yılındaki çalışmalarında bilançonun yapısını analiz ederek şirket karlılığını artırmak için bazı optimal seviyeleri belirlemeyi amaç edinmişlerdir. DuPont analizinde yer alan aktif karlılığı ve özsermaye karlılığı oranlarını şirketin karlılığını ölçmek için kullanmışlar, borç-özsermaye oranını da sermaye yapısının bir ölçüsü (yansıması) olarak kullanmışlardır. Veri seti olarak Fortune Global 500'de yer alan kârlı finansal olmayan şirketleri seçmişlerdir. Kar ve bilanço yapısı arasındaki ilişkinin önemini belirlemek için şirketleri (sanayi veya borç-özsermaye oranına dayalı olarak) gruplandırmışlardır. Çalışmanın sonucunda şirket karlılığının optimal bir yükümlülük yapısı kullanılarak artırılabilceğine ulaşmışlardır.

Bhagyalakshmi ve Saraswathi(2019), çalışmalarında Otomobil şirketlerindeki performans değerlendirmesini DuPont analizini kullanarak gerçekleştirmeyi amaç edinmişlerdir. Çalışmayı NSE' de işlem gören 10 Otomobil şirketi üzerinde 2013-2017 periyodu arasında gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada ROE, ROA, ROCE oranlarını hesaplamak suretiyle, yukarıdaki değişkenler arasında ilişkinin var olup olmadığını bilmek üzere Korelasyon ve regresyon analizi yapmışlardır. Çalışmanın sonucunda EM dışındaki tüm değişkenler arasında pozitif bir ilişkinin olduğunu ortaya koymuşlardır ve özkaynak kârlılığı ve aktif kârlılığı açısından finansal performansı üzerinde anlamlı farklılık vardır sonucuna ulaşmışlardır.

Kalıpçı Çağırın ve Kayasandık'ın 2018 yılındaki çalışmasında, Borsa İstanbul Kurumsal Yönetim Endeksi'ne(XKURY) ait işletmeler tespit edilerek; söz konusu işletmelere verilen kurumsal yönetim derecelendirme notları ile kârlılıkları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanan kurumsal yönetim notu hesaplanmış ve endekste yer alan 5 işletmenin (VESTL, TOASO, TTRAK, HURGZ, TUPRS) 2007-2017 yılları arasındaki aktif getirisi, özsermaye getirisi, satışların getirisi ve devamlı sermayenin getirisi(ROA, ROE, ROS, ROCE) oranlarının kurumsal yönetim notlarına etkisi EViews ve Stata yazılımları kullanılarak panel veri analizi ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmada sonuç olarak özkaynak kârlılığının kurumsal yönetim derecelendirme notu üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi olduğu, devamlı sermaye getirisi oranının ise kurumsal yönetim notu üzerinde negatif ve anlamlı etkisi olduğu saptanmıştır.

Literatür taramasında yer alan çalışmalar arasında daha önce BIST Otomotiv sektöründe bu konunun çalışılmamış olması bu çalışmayı özgün kılmaktadır.

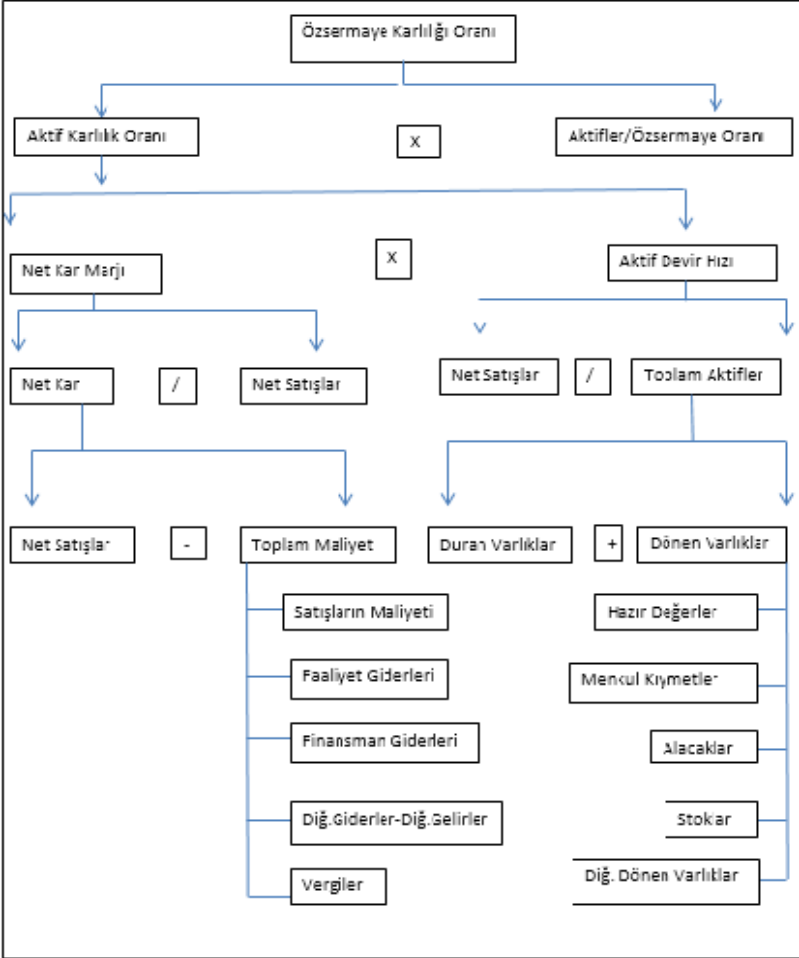
3. DuPont Analizinde Kullanılan Finansal Oranlar

Dupont analizi işletmenin özsermaye karlılığı, aktif karlılık oranı ile aktiflerin özsermayeye oranının çarpılmasıyla hesaplanmaktadır. Bu sebeple dupont analizini işletmede kullanılan diğer oranların da kullanılmasıyla oluşturulduğundan finansal analiz ağı olarak da tanımlamak yanlış olmayacaktır.

Dupont analizi diğer finansal analizlerde olduğu gibi işletmelerin özsermaye karlılığı oranını değerlendirmeye olanak sağlamaktadır(Fridson ve Alvarez, 2002). İşletmelerin performanslarını bir çok yönden analiz etme imkânı sağlayan finansal analiz ağı, 1919 yılında ilk kez Du-Pont tarafından kullanılmaya başlanmış ve daha sonra, "Du-Pont Analiz Yöntemi" olarak kabul gören finansal analiz ağı, işletmelerin kârlılık (verimlilik) yapısını, varlıklarının yönetimini ve finansal kaldıracını birlikte analiz ederek "Özsermaye kârlılık Oranını" belirlemeye yöneliktir(Erol, 1999: 162). Dupont Analizi, işletmenin performansına ve durumuna katkıda bulunan anahtar faktörleri araştırıp bulmaya yarayan sistematik bir çerçeveden oluşmaktadır. Bu çerçeve, bir işletmenin kârlılığı ve yatırım stratejisi arasındaki ilişkiyi ya da herhangi birisindeki zayıflığı vurgulamaktadır (McMenamin, 2002).Dupont analizinde değerlendirilmesi gerekli olan oranlar vardır. Bu oranlar aktif karlılık oranı, aktiflerin özsermayeye oranı(özsermaye

çarpanı), net kar marjı ve aktif devir hızıdır. Bu çalışmada net kar marjının hesaplanmasını sağlayan bilanço kalemleri de değişken olarak kullanılmıştır.

Du-Pont Analizini oluşturan oranlar Şekil 1'de görülmektedir(Brigham, 1999: 283):



Şekil 1. Dupont Finansal Analiz Ağı

3.1. Özsermaye Karlılığı Oranı (ROE)

DuPont Analizinde Özsermaye Karlılığı oranı aşağıdaki şekilde formüle edilir (Aydın ve diğ, 2015):

$$\begin{aligned} & \text{Özsermaye Karlılığı Oranı} \\ & = \text{Net Kar Marjı} \times \text{Aktif Devir Hızı} \times \text{Özsermaye Çarpanı} \\ \text{Özsermaye Karlılığı Oranı} & = \frac{\text{Net Kar}}{\text{Net Satışlar}} \times \frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Toplam Aktifler}} \times \frac{\text{Toplam Aktifler}}{\text{Özsermaye}} \\ \text{Özsermaye Karlılığı Oranı} & = \frac{\text{Net Kar}}{\text{Özsermaye}} \end{aligned}$$

3.2. Aktif (Varlık) Karlılık Oranı (ROA)

Bir şirketin toplam aktiflerinin ne kadar verimli kullanılıp kullanılmadığını belirleyen finansal orandır. Şu şekilde formüle edilir (Gitman ve Zutter, 2015):

$$\begin{aligned} & \text{Aktif Karlılık Oranı} = \text{Net Kar Marjı} \times \text{Aktif Devir Hızı} \\ \text{Aktif Karlılık Oranı} & = \frac{\text{Net Kar}}{\text{Net Satışlar}} \times \frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Toplam Aktifler}} = \frac{\text{Net Kar}}{\text{Toplam Aktifler}} \end{aligned}$$

3.3. Aktiflerin Özsermayeye Oranı (Özsermaye Çarpanı)(EM)

Özsermayenin aktifler içerisindeki oranını veren özsermaye çarpanı ise "toplam aktifler/toplam özsermaye" şeklinde gösterilir. Bu oran yabancı kaynak ve öz kaynak dağılımının yanı sıra risk durumunu göstermektedir. Özsermaye çarpanı yüksek ise yüksek kaldıraç, düşük ise düşük kaldıraç kullanımı anlamına gelmektedir (Songur, vd, 2016).

$$\text{Aktiflerin Özsermayeye Oranı} = \frac{\text{Toplam Aktifler}}{\text{Özsermaye}}$$

3.4. Net Kar Marjı(NPM)

Bir şirketin tüm harcamaları ve vergileri düşüldükten sonra birim satışlardan elde ettiği net kâr oranını belirler. Bir şirketin net kâr marjı oranının yüksek olması arzu edilir. Bir şirketin net kar marjı oranı ne kadar yüksekse o kadar karlı bir işletmedir diye yorumlanmaktadır. Şu formülle hesaplanır (Aydın ve diğ., 2015):

$$\text{Net Kar Marjı} = \frac{\text{Net Kar}}{\text{Net Satışlar}}$$

3.5. Aktif Devir Hızı (TAT)

İşletmelerin sahip olduğu tüm varlıkların verimliliğinin ölçülmesinde kullanılan bir orandır. Aktif (varlık) devir hızı oranı şu formülle hesaplanabilir (Akdoğan ve Tenker, 2005: 633):

$$\text{Aktif Devir Hızı} = \frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Toplam Aktifler}}$$

4. Çalışmanın Amacı

Çalışmanın amacı, BIST’da İşlem Gören Otomotiv Sektörü şirketlerinin finansal performanslarının 2016-2021 dönemleri arasında objektif bir şekilde değerlendirmesini yapmaktır. Bu çalışmada;

1. Otomotiv Sektörü şirketlerinin 2016-2021 dönemleri arasında Du Pont Analizi ile finansal performanslarını incelemek,

2. Du Pont Analizindeki ROA ve ROE Oranları ile Otomotiv Sektörü şirketlerinin karlılıklarını incelemek,

3. COVID-19 ile tanışmadığımız dönemlerde(2016-2018 ve 2019 yılları) pandemi öncesi ve COVID-19 döneminde(2020 yılı) ve sonrasında(2021 yılı) BIST’da işlem gören otomotiv sektörü şirketlerinin pandemiden etkilenme seviyelerini incelemektir.

4.1. Araştırma Hipotezi

H₀₁:BIST Otomotiv Sektörü Şirketlerinin finansal performanslarında COVID-19 döneminde önemli bir farklılık yoktur.

5. Araştırma Metodolojisi

Çalışmada incelenen bilanço kalemlerinin normallik testleri Kolmogrov-simironov testi ile yapılmış olup boyut ve değişkenlerin tümünün normal dağılıma uygun olmadığı görülmesine rağmen, eğiklik, çarpıklık, sapan değerlerin olmaması, doğrusallık varsayımının bulunması nedeni ile dağılımın normal dağılıma yaklaştığı görülmüştür(p>0,05). Ayrıca incelenen veri sayısının n=102 olması sonucunda normal dağılım testlerinin kullanılmasının uygun olacağı düşünülmüştür. Bu bağlamda pandemi öncesi ve sonrasındaki farklılığın incelenmesinde bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Değişkenlerin dönemlere göre ilişkisinin tespit edilmesi amacı ile regresyon analizi uygulanmıştır. Regresyon analizinde R², Durbin Watson testi, Model ve katsayı anlamlılıklarına bakılmıştır. Çalışmada 0,05’den küçük p değerleri istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmiştir. Analizler SPSS 25.0 paket programı ile yapılmıştır.

Bu çalışmada BIST Otomotiv Sektöründe yer alan 35 şirketten 2016-2021 dönemlerine ait finansal raporları(bilanço ve gelir tablosu) olan 17 şirketin tamamı seçilmiştir. Söz konusu şirketlere ait olan 2016-2021 yılları arasındaki 6 yıllık veriler, Kamuyu Aydınlatma Platformundan alınarak Excelde DuPont Analizi için gerekli oran hesaplamaları yapılmıştır. Çalışmada kullanılan işletmelerin Borsa İstanbul’daki kodları ve işletme isimleri Tablo 1’de gösterilmiştir.

Çalışmada Kullanılan Otomotiv Sektörü İşletmeleri Kodları ve İsimleri		
1	ULUSE	Ulusoy Elektrik İmalat Taahhüt ve Ticaret A.Ş.
2	TTRAK	Türk Traktör ve Ziraat Makineleri A.Ş.
3	TOASO	Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.
4	TMSN	Tümosan Motor ve Traktör Sanayi A.Ş.
5	SLVR	Silverline Endüstri ve Ticaret A.Ş.
6	PRKAB	Türk Prysmian Kablo ve Sistemleri A.Ş.
7	KLMSN	Klimasan Klima Sanayi ve Ticaret A.Ş.
8	KATMR	Katmerciler Araç Üstü Ekipman Sanayi ve Ticaret A.Ş.
9	KARSN	Karsan Otomotiv Sanayii ve Ticaret A.Ş.
10	JANTS	Jantsa Jant Sanayi ve Ticaret A.Ş.
11	FROTO	Ford Otomotiv Sanayi A.Ş.
12	FMIZP	Federal-Mogul İzmit Piston ve Pim Üretim Tesisleri A.Ş.
13	EMKEL	Emek Elektrik Endüstrisi A.Ş.
14	DİTAŞ	Ditaş Doğan Yedek Parça İmalat ve Teknik A.Ş.
15	BFREN	Bosch Fren Sistemleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.
16	ASUZU	Anadolu Isuzu Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş.
17	EGEEN	Ege Endüstri ve Ticaret A.Ş.

Tablo 1. Çalışmada Kullanılan Otomotiv Sektörü İşletmeleri

Çalışmada Dupont analizi en baştaki oran olan özsermaye karlılığı oranının hesaplanması ile gerçekleştirilmiştir. Daha sonra özsermaye karlılığı oranını oluşturan aktif karlılık oranı ve aktiflerin özsermayeye oranı hesaplaması ile devam edilmiştir. Daha sonra aktif karlılık oranını oluşturan net kar marjı oranı ile aktif devir hızı oranları hesaplanmıştır. En son aşama olarak da net kar marjı oranını oluşturan net satışlar ve toplam maliyet kalemleri analiz edilerek gerçekleştirilmiştir.

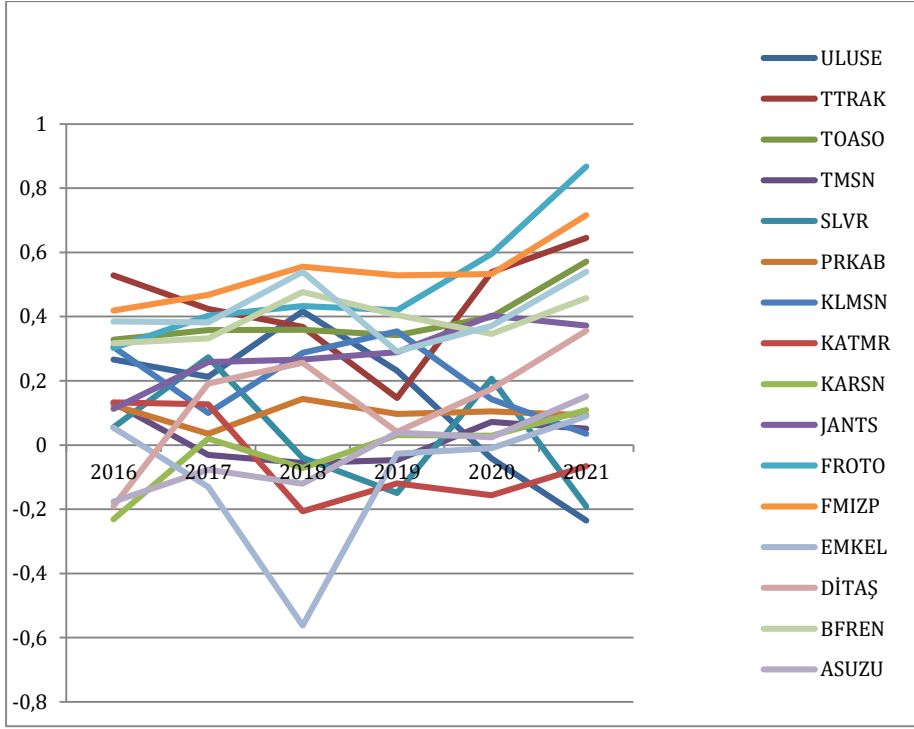
6. Bulgular

Çalışmada öncelikle Dupont Analizinde hesaplanan özsermaye karlılığı oranının hesaplanması gerçekleştirilmiştir. Yapılan analize göre 17 şirketin 2016-2021 yılları arasındaki özsermaye karlılık oranları aşağıdaki gibidir:

BIST Otomotiv Sektörü İşletmelerinin 2016-2021 Yılları Arasındaki Özsermaye Karlılık Oranları						
Şirketler	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ULUSE	0,266009762	0,212826002	0,416549074	0,2315822	-0,04214613	-0,234959375
TTRAK	0,528385476	0,423290108	0,36834211	0,146454682	0,538760148	0,644656939
TOASO	0,32806224	0,358025329	0,358937882	0,342242428	0,399267244	0,571320323
TMSN	0,132092925	-0,030896826	-0,05559141	-0,046966587	0,071472901	0,050368669
SLVR	0,054521775	0,272937356	-0,04021181	-0,149134754	0,206874605	-0,191353979
PRKAB	0,123392571	0,034651069	0,143138784	0,097130219	0,105109764	0,093005501
KLMSN	0,304620824	0,100144247	0,287647314	0,354184908	0,142172228	0,035385374
KATMR	0,133030025	0,127117154	-0,20625845	-0,120015641	-0,15609648	-0,065469543
KARSN	-0,231599691	0,019455715	-0,07139881	0,030599779	0,02845505	0,108943317
JANTS	0,112453891	0,257797912	0,266587389	0,289107559	0,402515072	0,372027449
FROTO	0,301966692	0,403149308	0,432338215	0,420046556	0,59553824	0,867219002
FMIZP	0,41884943	0,467670104	0,555561678	0,528833864	0,532858672	0,715622866
EMKEL	0,053692305	-0,130160861	-0,56260092	-0,027238775	-0,00979998	0,089354407
DİTAŞ	-0,190122238	0,191162747	0,255867852	0,041069803	0,174956354	0,356213242
BFREN	0,317192643	0,332204166	0,476393327	0,404844414	0,345888631	0,458142908
ASUZU	-0,176544388	-0,077036077	-0,12049338	0,038624857	0,023730158	0,15185748
EGEEN	0,384454016	0,381911273	0,539437336	0,291619835	0,371226975	0,539635321
ORT	0,168262251	0,196720513	0,179073305	0,168999138	0,21945785	0,268351171

Tablo 2. BIST Otomotiv Sektörü İşletmelerinin 2016-2021 Yılları Arasındaki Özsermaye Karlılık Oranları

BIST Otomotiv Sektörü işletmelerinin özsermaye karlılık oranı ortalamalarına baktığımızda 2016 ve 2019 yıllarının ortalamasının en düşük ortalamaya sahip olduğunu görmekte iken, 2020 ile 2021 yılları ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu sebeple, BIST otomotiv işletmelerinin 2016-2021 yılları arasındaki zaman diliminde özsermaye karlılık oranlarının grafiği Şekil 1'de görüldüğü gibidir:



Şekil 2. BIST Otomotiv Sektörü İşletmelerinin Özsermaye Karlılık Oranları

Şekil 2'de de görüldüğü BIST Otomotiv sektörü işletmelerinin 2017 ve 2018 yıllarında sıkışıklık yaşadığı gayet açık şekilde görülmektedir. Bu sıkışıklığın sebebinin araştırılması amacıyla özsermaye karlılık oranının hesaplanmasında kullanılan aktif karlılık oranının incelenmesi gerçekleştirilmiştir.

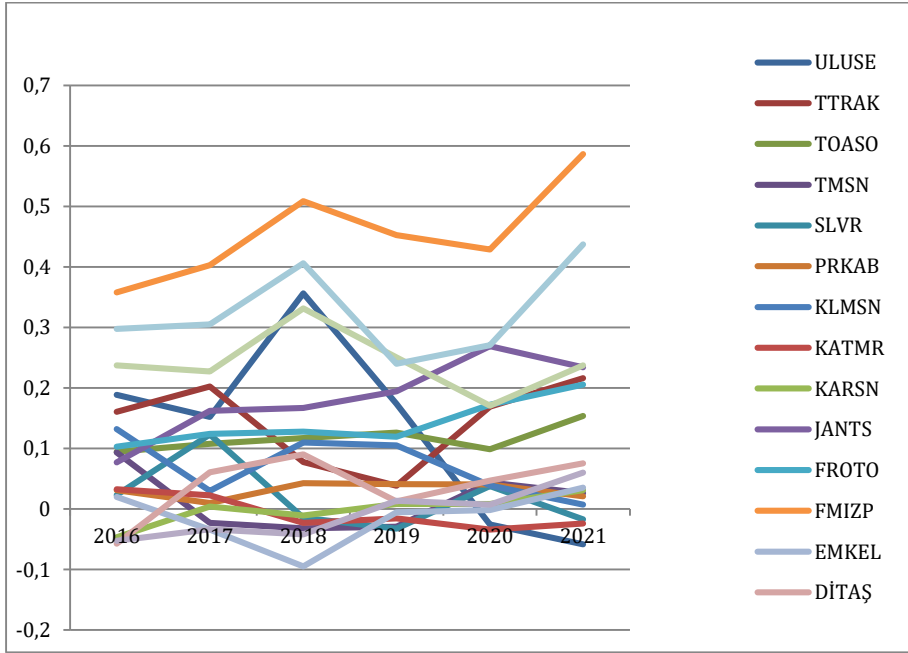
Yapılan analize göre 17 şirketin 2016-2021 yılları arasındaki aktif karlılık oranları ve yıl bazında ortalamaları aşağıdaki gibidir:

BIST Otomotiv Sektörü İşletmelerinin 2016-2021 Yılları Arasındaki Aktif Karlılık Oranları						
Şirketler	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ULUSE	0,188870582	0,152454344	0,356549666	0,173967382	-0,025725953	-0,058111369
TTRAK	0,160627975	0,202412475	0,077622685	0,038375253	0,169085824	0,216374414
TOASO	0,094376511	0,107602224	0,117525107	0,126410812	0,098713357	0,153861296
TMSN	0,093576342	-0,022784448	-0,031566684	-0,029399592	0,043607784	0,026543153
SLVR	0,022923938	0,123353319	-0,014171831	-0,032437068	0,037980325	-0,017215167
PRKAB	0,031296398	0,009937924	0,042854074	0,041073552	0,040521276	0,020812113
KLMSN	0,132341407	0,02981495	0,109867253	0,105115992	0,039082416	0,007491678
KATMR	0,032849392	0,022409187	-0,02280564	-0,015356868	-0,033937761	-0,023641389
KARSN	-0,046692175	0,003896669	-0,01044013	0,008375442	0,008282587	0,030919045

JANTS	0,076903161	0,162383451	0,167036007	0,194554245	0,268966171	0,234355152
FROTO	0,102874436	0,124090703	0,127665339	0,119434327	0,172281497	0,205665301
FMIZP	0,357882709	0,40292524	0,508653962	0,45274182	0,428774072	0,586655461
EMKEL	0,019964578	-0,03375481	-0,09487059	-0,005610249	-0,001763143	0,035317042
DİTAŞ	-0,057004346	0,060931277	0,090357572	0,012740912	0,0469774	0,07533276
BFREN	0,237215374	0,227538529	0,331637067	0,250791125	0,170510145	0,237555483
ASUZU	-0,052353842	-0,033291295	-0,041862572	0,013824745	0,007074082	0,060374938
EGEEN	0,297796558	0,305378672	0,406005862	0,239831247	0,270689864	0,437294941
ORT	0,099614647	0,108546965	0,124709244	0,099672534	0,10241882	0,13115205

Tablo 3. BIST Otomotiv Sektörü İşletmelerinin 2016-2021 Yılları Arasındaki Aktif Karlılık Oranları

BIST Otomotiv Sektörü işletmelerinin aktif karlılık oranı ortalamasının 2016 ve 2019 yıllarında en düşük ortalamaya sahip olduğunu görmekte iken, 2017 ile 2020 yılları ortalamalarının aynı seviyede olduğu görülmektedir. BIST otomotiv işletmelerinin 2016-2021 yılları arasındaki zaman diliminde aktif karlılık oranlarının grafiği Şekil 3'de görüldüğü gibidir:



Şekil 3. BIST Otomotiv Sektörü İşletmelerinin Aktif Karlılık Oranları

Şekil 3'de de görüldüğü BIST Otomotiv sektörü işletmelerinin 2017, 2018 ve 2019 yıllarında aktif karlılık oranlarının yatay seyirde olduğu görülmektedir. Bu yatay seyrin sebebinin araştırılması amacıyla özsermaye karlılığı oranının hesaplanmasında

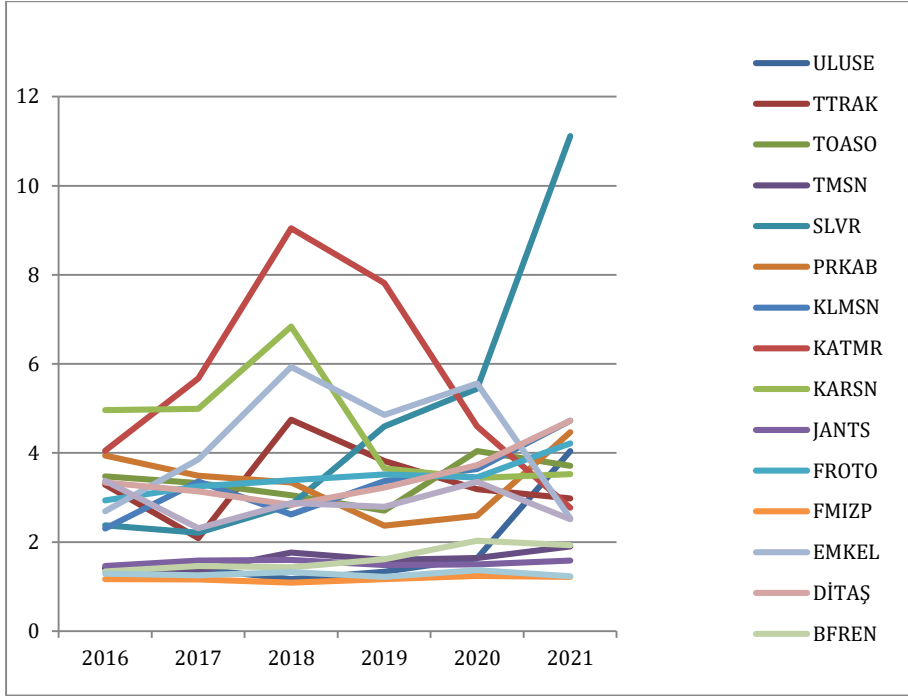
kullanılan aktiflerin özsermayeye oranı(özsermaye çarpanı)nın incelenmesi gerçekleştirilmiştir.

Yapılan analize göre 17 şirketin 2016-2021 yılları arasındaki aktiflerin özsermayeye oranları ve yıl bazında ortalamaları aşağıdaki gibidir:

BIST Otomotiv Sektörü İşletmelerinin 2016-2021 Yılları Arasındaki Aktiflerin Özsermayeye Oranları						
Şirketler	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ULUSE	1,408423481	1,395998284	1,16827784	1,331181733	1,63827295	4,043259997
TTRAK	3,289498465	2,091225399	4,745289476	3,816383493	3,186311756	2,979358448
TOASO	3,476100534	3,327304184	3,054137872	2,707382573	4,044713447	3,713216635
TMSN	1,411605998	1,356048898	1,761078618	1,597525116	1,638994106	1,897614426
SLVR	2,378377361	2,21264704	2,837446492	4,597664392	5,446888805	11,11543003
PRKAB	3,942708369	3,486751374	3,340144147	2,364787399	2,593940098	4,468815906
KLMSN	2,301780154	3,358860122	2,618135128	3,369467388	3,637754314	4,723290621
KATMR	4,049695141	5,672546347	9,044186041	7,815111664	4,599492584	2,769276552
KARSN	4,960139247	4,992909835	6,83888108	3,653512125	3,435527064	3,523502027
JANTS	1,462279168	1,587587346	1,595987562	1,485999749	1,496526757	1,587451546
FROTO	2,935293789	3,248827674	3,386496437	3,51696674	3,456774242	4,216651995
FMIZP	1,170353916	1,160687039	1,092219309	1,168069396	1,242749285	1,219835003
EMKEL	2,689378459	3,856068553	5,930193109	4,85518091	5,55824441	2,530064815
DİTAŞ	3,335223546	3,137350106	2,831725613	3,22345863	3,724266424	4,728530336
BFREN	1,337150444	1,459990834	1,436489991	1,614269302	2,028551618	1,928572223
ASUZU	3,372138166	2,314000617	2,87830811	2,793892972	3,354520976	2,515240353
EGEEN	1,290995496	1,25061541	1,328644207	1,215937615	1,371410698	1,23403056
ORT	2,635949514	2,700554062	3,287508296	3,007458306	3,085584678	3,482008322

Tablo 4. BIST Otomotiv Sektörü İşletmelerinin 2016-2021 Yılları Arasındaki Aktiflerin Özsermayeye Oranları

BIST Otomotiv Sektörü işletmelerinin aktiflerin özsermayeye oranının 2016 yılında en düşük ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. 2016 yılından 2019 yılına kadar finansal kaldıraç artmış olan bu sektörün 2019 yılında düşüş yaşadığı gözlemlenmiştir. 2020 ve 2021 yıllarında sektördeki işletmelerin varlıklarını özsermaye ile karşılama gücünün arttığı görülmektedir. BIST otomotiv işletmelerinin 2016-2021 yılları arasındaki zaman diliminde aktiflerin özsermayeye oranlarının grafiği Şekil 4'te görüldüğü gibidir:



Şekil 4. BIST Otomotiv Sektörü İşletmelerinin Aktiflerin Özsermayeye Oranları

Şekil 4'te de görüldüğü BIST Otomotiv sektörü işletmelerinin yarısının 2016- 2021 yılları arasındaki aktiflerin özsermayeye oranlarının yatay seyirde olduğu görülmektedir. Bu işletmelerin diğer yarısının ise 2017, 2018 ve 2019 yıllarında sıkışmış olduğu görülmektedir. Bu sebeple aktif karlılık oranının hesaplanmasında kullanılan net kar marjı ve aktif devir hızı oranlarının analizini yorumlamak gerekmektedir.

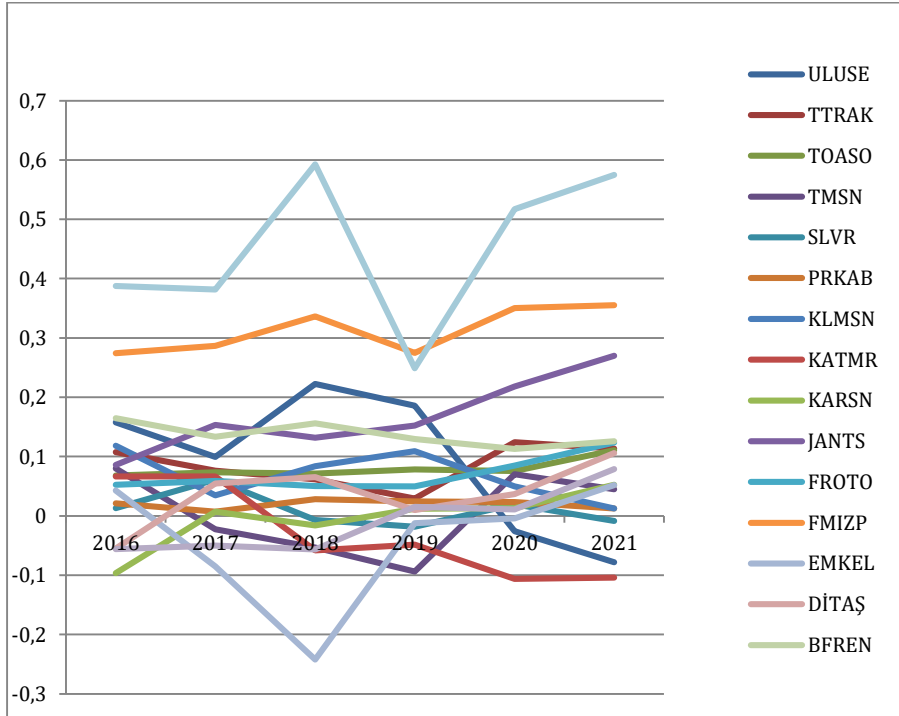
Yapılan analize göre 17 şirketin 2016-2021 yılları arasındaki net kar marjı oranları ve yıl bazında ortalamaları aşağıdaki gibidir:

BIST Otomotiv Sektörü İşletmelerinin 2016-2021 Yılları Arasındaki Net Kar Marjı Oranları						
Şirketler	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ULUSE	0,157504738	0,099406355	0,222496572	0,185824912	-0,02553844	-0,077921058
TTRAK	0,107390348	0,07609776	0,061424947	0,029395563	0,12436404	0,113549052
TOASO	0,068153367	0,073438988	0,071515311	0,0784064	0,075739235	0,110540435
TMSN	0,08003034	-0,02257829	-0,053441479	-0,0935858	0,070489378	0,045044646
SLVR	0,012851775	0,060953218	-0,00706375	-0,01831819	0,019556285	-0,008227117
PRKAB	0,021221198	0,006921258	0,028061125	0,024594266	0,023537349	0,012646973
KLMSN	0,11844751	0,034435996	0,084031706	0,109106649	0,049651165	0,012414035
KATMR	0,066407754	0,066308479	-0,058044171	-0,04853004	-0,10610871	-0,104020427
KARSN	-0,096366334	0,007246079	-0,016223548	0,011913477	0,013278927	0,052321811

JANTS	0,086202098	0,153388015	0,131606603	0,152507884	0,21835264	0,269770605
FROTO	0,052233695	0,058796652	0,050558527	0,049975339	0,084828992	0,123781284
FMIZP	0,274525775	0,286463532	0,336330489	0,274672585	0,350141093	0,354952557
EMKEL	0,0428514	-0,085278782	-0,242107226	-0,01239521	-0,00401662	0,051791615
DİTAŞ	-0,055064697	0,054453819	0,065485078	0,009730213	0,036694261	0,105988338
BFREN	0,164519202	0,13343671	0,156043937	0,129507255	0,113189553	0,126102391
ASUZU	-0,055839979	-0,050240925	-0,056593888	0,015311321	0,010995949	0,078948261
EGEEN	0,38746665	0,381883674	0,592443071	0,249083477	0,517138198	0,575074666
ORT	0,084266755	0,078537208	0,080383724	0,06748236	0,09248784	0,108397533

Tablo 5. BIST Otomotiv Sektörü İşletmelerinin 2016-2021 Yılları Arasındaki Net Kar Marjı Oranları

BIST Otomotiv Sektörü işletmelerinin net kar marjı oranı ortalamalarına bakıldığında yatay seyirde olduğu görülmektedir. Yine de 2019 yılı ortalaması analiz edilen 6 yıllık zaman dilimi için en düşük ortalamaya sahip olan yıldır. BIST otomotiv işletmelerinin 2016-2021 yılları arasındaki zaman diliminde net kar marjı oranlarının grafiği Şekil 4'de görüldüğü gibidir:



Şekil 5. BIST Otomotiv Sektörü İşletmelerinin Net Kar Marjı Oranları

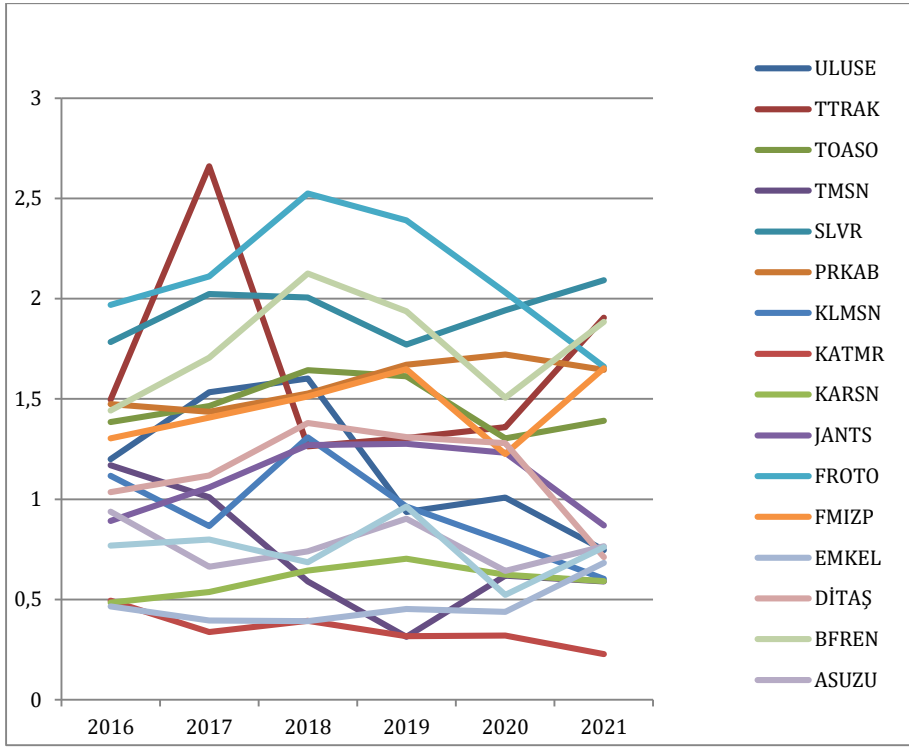
Şekil 5'te de görüldüğü BIST Otomotiv sektörü işletmelerinin çoğu için 2016- 2021 yılları arasındaki net kar marjı oranlarının yatay seyirde olduğu görülmektedir. Bu yatay seyrin sebebinin açıklanması için aktif karlılık oranı hesaplanmasında kullanılan bir diğer oran olan aktif devir hızı oranı analizinin yorumlanması gerekmektedir.

Yapılan analize göre 17 şirketin 2016-2021 yılları arasındaki aktif devir hızı oranları ve yıl bazında ortalamaları aşağıdaki gibidir:

BIST Otomotiv Sektörü İşletmelerinin 2016-2021 Yılları Arasındaki Aktif Devir Hızı Oranları						
Şirketler	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ULUSE	1,199142225	1,533647861	1,602495101	0,936189771	1,007342258	0,745772339
TTRAK	1,495739403	2,659900548	1,263699662	1,305477719	1,359603819	1,905558973
TOASO	1,384766658	1,465192075	1,643355892	1,612251185	1,30333185	1,391900576
TMSN	1,169260833	1,009130818	0,590677578	0,314145877	0,61864334	0,589263207
SLVR	1,783717664	2,023737607	2,006275873	1,770757709	1,942103289	2,092490771
PRKAB	1,474770549	1,435855093	1,527168779	1,670045847	1,721573536	1,645620063
KLMSN	1,11730003	0,865807685	1,30744999	0,963424261	0,787139963	0,603484555
KATMR	0,494661998	0,337953572	0,392901463	0,316440481	0,319839528	0,227276403
KARSN	0,484527876	0,537762335	0,643517063	0,70302248	0,623739124	0,590939879
JANTS	0,892126332	1,058644974	1,26920689	1,275699592	1,231797205	0,868720121
FROTO	1,969503304	2,11050628	2,525100042	2,389865291	2,03092708	1,661521797
FMIZP	1,303639737	1,406549856	1,512363517	1,648296354	1,224575124	1,652771473
EMKEL	0,465902579	0,395817216	0,39185361	0,452614324	0,438961891	0,681906564
DİTAŞ	1,035224913	1,118953237	1,379819277	1,309417532	1,28023836	0,710764616
BFREN	1,441870443	1,705216865	2,125280057	1,936502511	1,506412392	1,88383013
ASUZU	0,93756916	0,662633002	0,739701289	0,902909966	0,64333531	0,764740572
EGEEN	0,768573393	0,79966412	0,685307807	0,962854904	0,523438154	0,760414198
ORT	1,14225277	1,242763126	1,270951405	1,204112694	1,091941307	1,104528014

Tablo 6. BIST Otomotiv Sektörü İşletmelerinin 2016-2021 Yılları Arasındaki Aktif Devir Hızı Oranları

BIST Otomotiv Sektörü işletmelerinin aktif devir hızı oranı ortalamalarına bakıldığında yine yatay seyirde olduğu görülmektedir. Yine de 2019 yılı ortalaması analiz edilen 6 yıllık zaman dilimi içinde düşüş gerçekleşen bir yıl olmasına rağmen 2020 ve 2021 yılının 2016 yılındaki ortalamayı yakalayamamasına rağmen büyük düşüşlerin yaşanmadığı göze çarpmaktadır. BIST otomotiv işletmelerinin 2016-2021 yılları arasındaki zaman diliminde aktif devir hızı oranlarının grafiği Şekil 6'da görüldüğü gibidir:



Şekil 6. BIST Otomotiv Sektörü İşletmelerinin Aktif Devir Hızı Oranları

Şekil 6'da da görüldüğü BIST Otomotiv sektörü işletmelerinin tamamı için 2016-2021 yılları arasındaki aktif devir hızı oranlarının yine yatay seyirde olduğu görülmektedir. Bu yatay seyrin sebebinin açıklanması için net karı oluşturan net satışlar ve toplam maliyet kalemlerinin yorumlanması gerekmektedir.

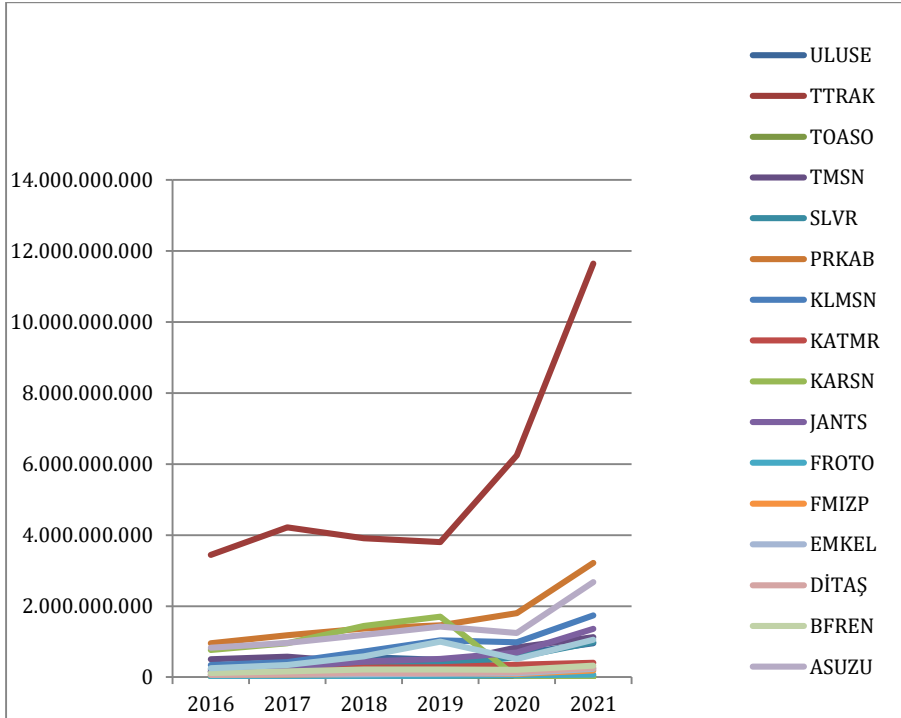
Yapılan analize göre 17 şirketin 2016-2021 yılları arasındaki net satışlar kalemleri ve yıl bazında ortalamaları aşağıdaki gibidir:

BIST Otomotiv Sektörü İşletmelerinin 2016-2021 Yılları Arasındaki Net Satışlar Kalemleri						
Şirketler	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ULUSE	227.843.178	436.452.287	565.417.588	486.802.362	660.957.685	955.394.310
TTRAK	3.443.477.897	4.215.056.106	3.908.943.513	3.806.474.633	6.243.308.297	11.644.197.445
TOASO	14.235.951	17.467.806	18.603.331	18.896.914	23.556.747	29.684.305
TMSN	500.190.654	579.451.149	415.996.979	367.150.171	836.085.406	1.122.673.736
SLVR	161.006.631	233.210.084	283.917.753	347.898.922	558.866.638	977.447.499
PRKAB	953.572.451	1.176.349.873	1.373.378.408	1.462.576.746	1.802.184.466	3.220.770.171
KLMSN	337.777.906	426.705.590	717.382.498	1.035.061.928	978.280.732	1.735.021.684
KATMR	144.583.597	177.225.811	270.481.715	278.914.003	353.082.258	400.554.104

KARSN	769.740.613	953.186.497	1.441.587.850	1.704.291.496	1.560.367	2.069.462
JANTS	167.699.434	272.930.242	438.508.546	516.293.709	689.216.930	1.359.033.396
FROTO	18.289.107	25.341.290	33.292.030	39.209.019	49.451.407	71.101.258
FMIZP	60.867.363	70.989.982	92.175.943	114.828.282	87.193.556	187.871.806
EMKEL	72.467.014	78.628.398	76.458.920	95.886.884	103.215.877	236.920.550
DİTAŞ	69.580.951	87.223.084	115.616.615	111.414.001	140.625.861	258.035.502
BFREN	112.484.499	161.084.307	219.111.711	211.351.441	207.861.975	319.375.190
ASUZU	829.811.333	963.126.462	1.187.862.785	1.422.987.899	1.241.213.253	2.678.041.855
EGEEN	253925335	345972148	586587767	1003058149	509913739	1049472767
ORT	478.679.642	601.200.066	690.901.409	766.064.503	852.151.482	1.543.980.296

Tablo 7. BIST Otomotiv Sektörü İşletmelerinin 2016-2021 Yılları Arasındaki Net Satışlar Kalemleri

BIST Otomotiv Sektörü işletmelerinin 2016-2021 yıllarına bakıldığında net satışlar kaleminin yine yatay seyrinde olduğu görülmektedir. COVID-19 pandemisinin sektörü olumsuz yönde etkilemediği söylenebilir. BIST otomotiv işletmelerinin 2016-2021 yılları arasındaki zaman diliminde net satışlar kaleminin grafiği Şekil 7'de görüldüğü gibidir:



Şekil 7. BIST Otomotiv Sektörü İşletmelerinin Net Satışlar Kalemi

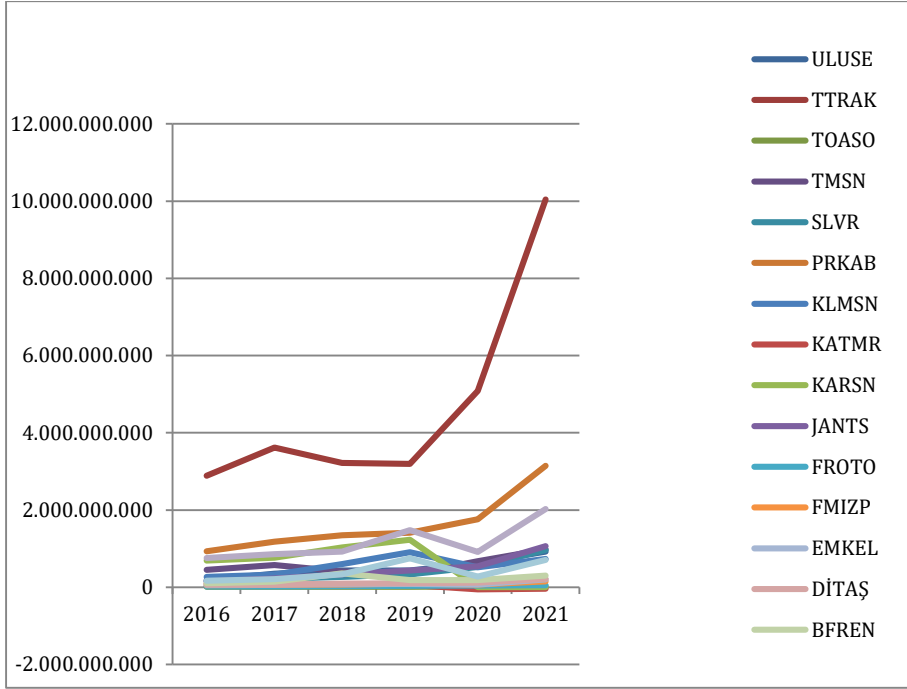
Şekil 7'de de görüldüğü BIST Otomotiv sektörü işletmelerinin neredeyse tamamında 2016- 2021 yılları arasındaki net satışlar kalemi incelendiğinde sektörün olumsuz yönde etkilenmediği söylenebilmektedir. Bu etkinin sebebinin araştırılması için toplam maliyet kalemini analiz etmek yerinde olacaktır.

Yapılan analize göre 17 şirketin 2016-2021 yılları arasındaki toplam maliyet kalemleri ve yıl bazında ortalamaları aşağıdaki gibidir:

BIST Otomotiv Sektörü İşletmelerinin 2016-2021 Yılları Arasındaki Toplam Maliyet Kalemleri						
Şirketler	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ULUSE	189.587.964	348570984	436910080	430906092	625957094	926409982
TTRAK	2.885.063.174	3618690249	3222680465	3193228979	5082694817	10039262250
TOASO	12.683.736	15218886	15378005	16016078	19826964	21958021
TMSN	453.949.568	578568743	411523150	334254578	678521532	984048524
SLVR	156.117.794	216912417	267503624	338862550	528657690	966311537
PRKAB	929.318.007	1179242306	1349330653	1417357732	1757838511	3142553904
KLMSN	267.639.998	327444043	597713810	911420261	514408114	735982859
KATMR	91.069.469	65163951	68026845	65156813	-52261297	-36680806
KARSN	690.835.297	764069217	1030701062	1234716069	831770	1059270
JANTS	150.811.380	228427294	334206921	432092978	543012976	1064340429
FROTO	16.880.859	23048350	28536512	35152002	42570506	56240961
FMIZP	50.288.019	58178543	71348412	92557495	69901088	153054500
EMKEL	64.264.874	71281320	77924408	88573899	71272235	203572973
DİTAŞ	69.153.079	74.252.747	93693300	103255159	121745067	221940110
BFREN	103.328.488	143.413.825	356654810	187329729	188066450	298539956
ASUZU	760.001.377	855547846	921305325	1479956131	917520442	2028397950
EGEEN	168200919	210040448	335861410	751572358	278937817	705646039
ORT	415.246.706	516.357.128	565.841.105	653.671.112	669.970.693	1.265.449.321

Tablo 8. BIST Otomotiv Sektörü İşletmelerinin 2016-2021 Yılları Arasındaki Toplam Maliyet Kalemleri

BIST Otomotiv Sektörü işletmelerinin 2016-2021 yılları toplam maliyet kaleminin ortalamalarına bakıldığında yine maliyetlerin çok yüksek düzeylerde artmayarak aynı yatay seyirde olduğu görülmektedir. BIST otomotiv işletmelerinin 2016-2021 yılları arasındaki zaman diliminde toplam maliyet kaleminin grafiği Şekil 8'de görüldüğü gibidir:



Şekil 8. BIST Otomotiv Sektörü İşletmelerinin Toplam Maliyet Kalemi

Şekil 8'de görüldüğü gibi BIST Otomotiv sektörü işletmelerinin neredeyse tamamında 2016- 2021 yılları arasındaki toplam maliyet kalemi incelendiğinde sektörün maliyetlerinin yüksek olmadığı hatta düşük ve yatay seyirde olduğu görülmektedir. Sektör incelemesinden çıkarılan sonuca göre araştırmanın hipotezi doğrulanmaktadır. Yani COVID-19 pandemisi otomotiv sektörünü işletmelerinin finansal performanslarını beklenilenin aksine olumsuz değil, hatta olumlu yönde etkilemiştir.

Çalışmada incelenen bilanço kalemlerinin normallik testleri Kolmogrov-simironov testi ile yapılmış olup boyut ve değişkenlerin tümünün normal dağılıma uygun olmadığı görülmeye rağmen, eğiklik, çarpıklık, sapma değerlerinin olmaması, doğrusallık varsayımının bulunması nedeni ile dağılımın normal dağılıma yaklaştığı görülmüştür ($p > 0,05$). Ayrıca incelenen veri sayısının $n=102$ olması sonucunda normal dağılım testlerinin kullanılmasının uygun olacağı düşünülmüştür. Bu bağlamda pandemi öncesi ve sonrasındaki farklılığın incelenmesinde bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Değişkenlerin dönemlere göre ilişkisinin tespit edilmesi amacı ile regresyon analizi uygulanmıştır. Regresyon analizinde R^2 , Durbin Watson testi, Model ve katsayı anlamlılıklarına bakılmıştır. Çalışmada $0,05$ 'den küçük p değerleri istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmiştir. Analizler SPSS 25.0 paket programı ile yapılmıştır.

Çalışma pandemi öncesi ve sonrasındaki dönemler olarak iki kısma ayrılmıştır. Pandemi etkilerinin görüldüğü 2020 yılı ve sonrası pandemi sonrası süreci ifade ederken 2020 yılı öncesi ise pandemi öncesi dönem olarak alınmıştır.

	Dönem		p
	Pandemi Öncesi	Pandemi ve Sonrası	
	X±s.s.	X±s.s.	
Nakit ve benzeri	97459940,43±184703406,17	215610369,65±422269322,74	0,13
Alacaklar	195878806,88±308348233,85	278382128,59±306729130,87	0,21
Stoklar	151468905,15±224065216,21	284264822,62±375202692,06	0,04*
Diğ. Dönen Varlıklar	28559163,47±49966684,01	34747228,44±68630680,96	0,64
Dönen Varlık Toplamı	455660426,49±684972988,31	813004549,29±1073593083,01	0,03*
Duran Varlık Toplamı	296851573,09±631752016,41	310804216,15±392521968,82	0,89
Satışların Maliyeti	755368656,12±2047884832,83	954517276,44±1805086326,56	0,62
Faaliyet Giderleri	74885605,44±141621774,08	93458375,88±121929718,93	0,49
Finansman Giderleri	-60426406,9±100135783,22	-112483108±186032601,49	0,04*
Diğ. Giderler-Diğ. Gelirler	6922068,29±28242002,84	13044371,65±31357441,83	0,34
Vergiler	9028771,43±23399734,71	19173090,94±47397600,25	0,25
Toplam Maliyet	785778694,38±2128179754,44	967710006,91±1904363517,64	0,66
Özsermaye	274179992,43±426060400,52	428770267,26±506867611,2	0,01*
Net Satışlar	902899907,37±2326648461,07	1198065889,24±2208527027,29	0,53
Net Kar	52975431,4±140801281,79	118435862,18±277428965,46	0,04*
Net Kar Marjı	0,08±0,13	0,10±0,15	0,46
Toplam Aktifler	752511999,57±1280634324,3	1123808765,44±1396592383,6	0,20
Aktif Devir Hızı	1,22±0,57	1,1±0,55	0,32
Aktif karlılık oranı	0,11±0,14	0,12±0,15	0,78
Aktifler/Özsermaye	2,61±0,64	3,88±0,88	0,04*
Özsermaye karlılığı	0,17±0,10	0,24±0,12	0,03*

**Bağımsız örneklem t testi, *0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

Tablo 9. Pandemi Öncesi ve Sonrası Dönemlerde Parametrelerin İncelenmesi

Çalışmada pandemi öncesi ve pandemi sonrası dönemde nakit büyüklük, alacaklar, diğer dönen varlıklar, duran varlıklar satışların maliyeti, faaliyet giderleri, diğer giderlerden gelirlerin çıkarılması, vergiler, toplam maliyet hesap kalemlerinin anlamlı olarak değişim göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$). Stoklar kalemi ise, pandemi sonrası dönemdeki artışı pandemi öncesi döneme göre anlamlı şekilde farklılık göstermektedir ($p=0,04$, $p<0,05$). Dönen varlık toplamı kaleminin pandemi sonrası dönemdeki artışı pandemi öncesi döneme göre anlamlı şekilde farklılık göstermektedir ($p=0,03$, $p<0,05$). Finansman giderleri kaleminin pandemi sonrası dönemdeki artışı pandemi öncesi döneme göre anlamlı şekilde farklılık göstermektedir ($p=0,04$, $p<0,05$). Öz sermaye kaleminin de pandemi sonrası dönemdeki artışı pandemi öncesi döneme göre anlamlı şekilde farklılık göstermektedir ($p=0,01$, $p<0,05$). Çalışmadaki 17 şirketin net kar kaleminin pandemi sonrası dönemdeki artışı pandemi öncesi döneme göre anlamlı şekilde farklılık göstermektedir ($p=0,04$, $p<0,05$). Net satışlar kaleminin, net kar marjı oranının, toplam aktifler kaleminin, aktif devir hızı ve aktif karlılık oranının pandemi öncesi ve sonrası dönemde farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$). Aktifler/Özsermaye (özsermaye çarpanı) oranının pandemi sonrası dönemdeki artışı pandemi öncesi döneme göre anlamlı şekilde farklılık göstermektedir ($p=0,04$, $p<0,05$). Özsermaye karlılığı oranının pandemi sonrası

dönemdeki artışı pandemi öncesi döneme göre anlamlı şekilde farklılık göstermektedir ($p=0,03$, $p<0,05$).

"Otomotiv Sektörü Şirketlerinin finansal performanslarında COVID-19 döneminde önemli bir farklılık yoktur." hipotezini test etmek için finansal performans parametreleri ile diğer parametreler arasında regresyon modelleri kurulmuştur. Varsayımları sağlayan en iyi modeller Tablo 10-11 ve 12'de verilmiştir. Bu tablolarda ilişkiler iki farklı dönem için ayrı ayrı verilmiştir. Etki düzeylerindeki değişimler katsayılar ve değişimlere göre yorumlanmıştır.

Dönem	Bağımlı	Bağımsız Değişkenler	β	t	p
Pandemi Öncesi	Aktif Karlılık Oranı	Net Kar Marjı	0,86	18,04	0,01
		Aktif Devir Hızı	0,22	4,59	0,01
		F=288,73,p=0,01	R ² =0,83	DW=1,77	
Pandemi Sonrası	Aktif Karlılık Oranı	Net Kar Marjı	0,85	11,30	0,01
		Aktif Devir Hızı	0,25	3,32	0,01
		F=2875,34,p=0,01	R ² =0,81	DW=1,81	

Tablo 10. Pandemi Öncesi ve Sonrası Aktif Karlılık Oranına Etki Eden Faktörler

Aktif karlılık oranlarına etki eden anlamlı değişkenlerin pandemi öncesi ve sonrası için farklı olmadığı ve Aktif karlılık oranına yakın seviyelerde etki ettiği tespit edilmiştir. Modelin her iki dönem içinde anlamlı olduğu, Pandemi öncesi dönemdeki açıklama düzeyinin %83 ve pandemi sonrasında açıklama yeteneğinin %81 olduğu ve yüksek olduğu ifade edilebilir. Elde edilen modellerde çoklu doğrusal bağlantı sorununun olmadığı görülmüştür ($1,29 < D.W < 1,99$). Pandemi öncesi dönemde aktif karlılık oranına en yüksek etkiyi net kar marjı oranı yaparken aktif devir hızı oranının etkisinin de çok daha düşük ve yaklaşık dörtte bir düzeyinde olduğu görülmüştür. Benzer etkiler pandemi sonrasında da görülmüştür. Özetle, pandemi öncesi ve sonrasında aktif karlılık oranına etki konusunda net kar marjının çok güçlü etkisinin olduğu ve aktif devir hızı oranının anlamlı etkisi olmasına rağmen etkisinin daha düşük seviyede kaldığı görülmüştür. Her iki dönem içinde etkinin benzer ve etken faktörlerin benzer güçte etki ettiği ifade edilebilir. Pandeminin bu iki modelde de anlamlı bir farklılaşmaya yol açtığı söylenemez.

Dönem	Bağımlı	Bağımsız Değişkenler	β	t	p
Pandemi Öncesi	Aktifler /Özsermaye	Net Kar Marjı	-0,68	-6,50	0,01
		Finansman Giderleri	-0,36	-2,37	0,02
		Öz sermaye	-1,73	-7,17	0,01
		Net Kar	1,01	5,07	0,01
		Aktif Devir Hızı	-0,27	-3,67	0,01
		Toplam Aktifler	1,44	3,37	0,01
		Faaliyet Giderleri	-0,84	-2,22	0,03
		F=28873,p=0,01	R ² =0,89	DW=1,86	
Pandemi Sonrası	Aktifler/Özsermaye	Stoklar	-0,50	-3,26	0,01
		Finansman Giderleri	-0,48	3,32	0,01
		F=35,56,p=0,01	R ² =0,49	DW=1,73	

Tablo 11. Pandemi Öncesi ve Sonrası Aktifler/Özsermaye Oranına Etki Eden Faktörler

Pandemi öncesinde aktifler/özsermaye oranına net kar marjı oranı, finansman giderleri, özsermaye, net kar, aktif devir hızı oranı, toplam aktifler ve faaliyet giderlerinin etki ettiği görülmüştür. Modelin açıklama düzeyinin oldukça yüksek sayılabilecek bir seviyede olduğu görülmüştür (R²=0,89).Net kar marjı oranı, finansman giderleri, özsermaye, aktif devir hızı oranı ve faaliyet giderlerinin aktifler/özsermaye oranına negatif yönde etki ettiği görülmüştür. Net kar ve toplam aktiflerin etkisinin de pozitif olduğu görülmüştür. Modelde aktifler/özsermaye oranına en çok etki eden değişkenlerin ise özsermaye, net kar ve toplam aktifler olduğu ifade edilebilir.

Pandemi sonrasında ise aktifler/özsermaye oranına sadece stoklar ve finansman giderlerinin etki ettiği ve modelin anlamlı olduğu görülmüştür. Ayrıca açıklama düzeyinin %49 seviyesinde olduğu ve çok yüksek olmadığı ifade edilebilir(R²=0,49). Elde edilen modellerde çoklu doğrusal bağlantı sorununun olmadığı görülmüştür (1,29 <D.W<1,99).

İki model incelendiğinde pandemi öncesinde aktifler/özsermaye oranına net kar marjı, finansman giderleri, özsermaye, net kar, aktif devir hızı oranı, toplam aktifler ve faaliyet giderlerinin etkisinin pandemi sonrasında farklı düzeylerde olduğu görülmüştür. Pandemi sonrasında orana etki eden stok düzeylerinin önem kazandığı ve modele girdiği görülmüştür. Finansman giderlerinin ise ilk modelde yer almasına rağmen etki düzeyinin daha yüksek düzeyde olduğu görülmüştür($\beta=-0,48$). Özetle pandemi sonrasında aktifler/özsermaye oranına etki eden parametrelerin oldukça değiştiği ve aktifler/özsermaye oranı için pandemi sürecinin etkili olduğu görülmüştür.

Dönem	Bağımlı	Bağımsız Değişkenler	β	t	p
Pandemi Öncesi	Özsermaye Karlılığı	Net Kar Marjı	0,71	12,89	0,01
		Aktif Devir Hızı	0,43	7,95	0,01
		F=123,52,p=0,01	R ² =0,65	DW=1,56	
Pandemi Sonrası	Özsermaye Karlılığı	Net Kar Marjı	0,51	5,52	0,01
		Aktif Devir Hızı	0,54	5,76	0,01
		F=118,54,p=0,01	R ² =0,64	DW=1,51	

Tablo 12. Pandemi Öncesi ve Sonrası Özsermaye Karlılığı Oranına Etki Eden Faktörler

Özsermaye karlılığı oranlarına etki eden anlamlı değişkenlerin pandemi öncesi ve sonrası için farklı olmadığı ve özsermaye karlılığı oranına yakın seviyelerde etki ettiği tespit edilmiştir. Modelin her iki dönem içinde anlamlı olduğu, pandemi öncesi dönemdeki açıklama düzeyinin %65 ve pandemi sonrasındaki açıklama yeteneğinin %64 olduğu ve yüksek sayılabilecek olduğu ifade edilebilir. Elde edilen modellerde çoklu doğrusal bağlantı sorununun olmadığı görülmüştür ($1,29 < D.W < 1,99$).

Pandemi öncesi dönemde özsermaye oranına en yüksek etkiyi net kar marjı yaparken aktif devir hızının etkisinin çok daha düşük olduğu görülmüştür. Pandemi öncesi değişkenlerin pandemi sonrasında da özsermaye karlılığı oranına etki ettiği fakat etki düzeylerinin farklılaştığı görülmüştür. Pandemi sonrasında aktif devir hızı oranının etkisinin arttığı ve net kar marjı oranının etkisinin ise azaldığı ve iki değişkenin de birbirine yakın seviyelerde etkisinin olduğu görülmektedir. Pandemi sürecinde özsermaye karlılığı oranına etki eden değişkenlerin farklılaşmadığı ama bu faktörlerin etki düzeyinin değiştiği görülmektedir. Pandemi öncesinde net kar marjı oranının etkisinin çok daha yüksek düzeyde olduğu görülse de pandemi sonrasında aktif devir hızı oranının daha önemli hale geldiği ifade edilebilir. Pandemi sürecinin özsermaye karlılığı oranına etkisinin kısmen de olsa olduğu ifade edilebilir.

Sonuç

İşletmelerin finansal performanslarının değerlendirilmesinde kullanılan en önemli finansal analizlerden biri oran analizleridir. Oran analizlerinden yararlanmak suretiyle belli başlı oranların birleştirilerek birleşik oran analizi denilen DuPont Analizi Yöntemi ile de işletmelerin finansal performansları daha ayrıntılı şekilde analiz edilmekte ve finansal performansları hakkında yorum yapılabilmektedir.

Bu çalışmada ise Otomotiv sektöründe faaliyet gösteren 17 şirketin 6 yıllık yılsonu bilanço ve gelir tablosu kalemleriyle DuPont Analizi için belirli finansal oranlar hesaplanmış ve işletmelerin öz sermaye karlılık oranı, aktif karlılık oranı, aktiflerin özsermayeye oranı, net kar marjı ve aktif devir hızı oranları ve bu oranları oluşturan hesap kalemleri ile finansal performansları üzerine COVID-19 pandemisinin etki düzeylerini belirlemek amacıyla regresyon analizi uygulanmıştır. Çalışma sonucunda aktif karlılığı oranına etki eden anlamlı değişkenlerin pandemi öncesi ve sonrası için farklı olmadığı ve aktif karlılığı oranına yakın seviyelerde etki ettiği tespit edilmiştir. Modelin her iki dönem içinde anlamlı olduğu, pandemi öncesi dönemdeki açıklama düzeyinin %83 ve pandemi sonrasındaki açıklama yeteneğinin %81 olduğu ve yüksek olduğu ifade edilebilir. Her iki dönem içinde etkinin benzer ve etken faktörlerin benzer güçte etki ettiği

ifade edilebilir. Pandeminin bu iki modelde de anlamlı bir farklılaşmaya yol açtığı söylenemez. Pandemi öncesinde aktifler/özsermaye oranına net kar marjı oranı, finansman giderleri, özsermaye, net kar, aktif devir hızı oranı, toplam aktifler ve faaliyet giderlerinin etki ettiği görülmüştür. Modelin açıklama düzeyinin oldukça yüksek sayılabilecek bir seviyede olduğu görülmüştür ($R^2=0,89$). Pandemi sonrasında ise aktifler/özsermaye oranına sadece stoklar ve finansman giderlerinin etki ettiği ve modelin anlamlı olduğu görülmüştür. Ayrıca modeli açıklama düzeyinin %49 seviyesinde olduğu ve çok yüksek olmadığı ifade edilebilir($R^2=0,49$). Özetle pandemi sonrasında aktifler/özsermaye oranına etki eden parametrelerin oldukça değiştiği ve aktifler/özsermaye oranı için pandemi sürecinin etkili olduğu görülmüştür. Özsermaye karlılığı oranına etki eden anlamlı değişkenlerin pandemi öncesi ve sonrası için farklı olmadığı ve özsermaye karlılığı oranına yakın seviyelerde etki ettiği tespit edilmiştir. Modelin her iki dönem içinde anlamlı olduğu, pandemi öncesi dönemdeki açıklama düzeyinin %65 ve pandemi sonrasındaki açıklama yeteneğinin %64 olduğu ve yüksek sayılabilecek olduğu ifade edilebilir. Pandemi öncesinde net kar marjı oranının etkisinin çok daha yüksek düzeyde olduğu görülse de pandemi sonrasında aktif devir hızı oranının daha önemli hale geldiği saptanırken pandemi sürecinin özsermaye karlılığı oranı üzerine etkisinin az da olsa etki ettiği görülmüştür. Sonuç olarak, BIST Otomotiv sektörünün COVID-19 pandemi sürecinden olumsuz etkilenmediği ortaya çıkmıştır.

Pandemi denilince akla hemen olumsuzluk gelmekte iken bu çalışmada pandemiyin şirket performanslarına etkisinin olumsuz değil, hatta olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Otomotiv sektörünün iki önemli özelliği bulunmaktadır. Bunlardan birincisi ithalata bağımlı bir sektör olması ve diğeri ise, günümüzde ekonominin lokomotif sektörü olarak tanımlanmasıdır. Çünkü bu sektöre bağlı alt sektörler çok fazladır. Ülkemizde lokomotif olarak değerlendirilebilen sektörlerden bir tanesi inşaat sektörü, diğeri ise otomotiv sektörüdür. Bu durumda ithalata bağlı olan bir sektör yurtdışındaki malzeme fiyatlarından etkilenir. Faaliyet giderleri ile satışlar kalemini incelediğimizde paralel bir artışa sahip olduğu saptanmıştır. Dupont analizi baştan beri bir sorunun olup olmadığını, ya da iyiye giden dönemler varsa neden iyiye gittiğini gösteren bir finansal analiz ağı sağlamaktadır. Dupont analizi sonuçlarından bulunduğumuz çıkarımda, bu işletmelerin pandemi sonrası döneminde satışlarında bir azalma yaşamadığı saptanmıştır. Aynı zamanda şirketler işçilik maliyetlerinden kısmayı topluma normal gösterebilmiştir. Toplumda işçilik maliyetlerindeki azalış marka imajlarının olumsuz etkilenmesine sebep olabileceksen bu durum aksine sektöre fayda sağlamıştır. Aslında pandemiyin 2008 yılındaki ekonomik krizden bu yana sürekli büyüyen küresel ekonominin küçülmeye başlamadan önce işletmeleri koruyan bir dönem olarak kullanıldığını göstermektedir. Buradan hareketle, otomotiv sektörü işletmelerinin neredeyse tamamı yabancı ortaklığı için küresel ekonomi ile ilgili yorum yapabilmeye olanağı da vermektedir. Bu sebeple bu çalışmayı geliştirmiş ve diğer gelişmekte olan ülkeler için de yenilediğimizde rahatlıkla pandemi döneminin bu konuda kullanıldığını söyleyebiliriz.

Tartışma

Dupont analizi işletmelerin finansal performanslarını değerlendirmek amacıyla kullanılan finansal analiz ağıdır. İşletmelerin halihazırdaki durumlarının analizini gerçekleştiren finansal analizlerden birisidir. Yapılan literatür incelemesinde BIST'da işlem gören otomotiv sektörü şirketlerinin COVID-19 pandemisinde ne derecede etkilendiğini araştıran bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu sebeple, çalışmada şirketlerin finansal performanslarının COVID-19 pandemisinde hangi düzeyde etkilendiklerini araştırmak amacıyla dupont analizi uygulanmıştır. Literatürde COVID-19 pandemiyinin

şirketlerin finansal performanslarına etkisini araştıran sektör çalışmaları incelediğinde sadece iki sektör üzerinde çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmaların ikisi de 2021 yılında yapılmıştır. Erduru çalışmasında kara, deniz ve havayolu ile yolcu taşımacılığı faaliyeti gerçekleştiren işletmelerin aktif ve özsermaye karlılıklarının, Covid-19 salgın sürecinde alınan önlemlerden nasıl etkilendiğinin tespit edilmesini amaçlayarak DuPont Analizi yöntemi kullanılarak analiz etmiştir. Analiz sonucuna göre; Covid-19 salgın döneminde alınan önlemlerden, her üç sektörün de hem aktif hem de özsermaye karlılığı anlamında olumsuz etkilendikleri (zarar ettikleri) ortaya konmuştur. Ayrıca 2020 yılında varlıkları ve yatırımları üzerinden en fazla zararı havayolu yolcu taşımacılığı sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin; en az zararı ise denizyolu yolcu taşımacılığı sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin ettiklerini saptamıştır. Ayrıca yine aynı yıl Demirhan ve Sakin çalışmasında COVID-19 pandemisinin borsaya kayıtlı firmaların karlılık oranları üzerindeki etkilerini analiz etmeyi amaçlayarak Borsa İstanbul'da işlem gören verileri toplanabilen toplam 153 firmanın 2017 yılının 3. çeyreği ile 2021 yılının 2. çeyreği arasındaki zaman dilimi için DuPont Analizini, özsermaye getirisini(ROE), toplam varlık devir hızı(TAT)nı, net kar marjı(NPM)nı ve özsermaye çarpanı(EM)nı ilişkilendirerek dinamik panel veri kullanmıştır. Tüm firmalar örnekleminde test edilen modellerin bulgularına göre kukla değişken COVID' i temsil etmiş ve ROE' yi olumlu etkilemiş, ancak ROA ve NPM üzerinde olumsuz etkilerini tespit etmişler ve NPM üzerindeki olumsuz etkinin ise daha yüksek olduğunu ortaya koymuşlardır. Örnekte modellerin bulguları, COVID değişkeninin ROE ve ROA üzerinde olumsuz etkileri olduğunu, ancak şaşırtıcı bir şekilde olumlu olduğu saptanmıştır. İmalat dışı firmalar örneğinde farklı olarak, analiz sonuçları COVID' nin NPM ve ROA üzerindeki olumsuz etkisini ortaya koyarken, ROE üzerinde olumlu etkisinin olduğunu ortaya koymuşlardır.

Bu çalışmada ise BIST Otomotiv sektörü şirketlerinin aktif karlılık oranına etki eden anlamlı değişkenlerin pandemi öncesi ve sonrası için farklı olmadığı ve aktif karlılık oranına yakın seviyelerde etki ettiği tespit edilmiştir. Pandemi öncesinde aktifler/özsermaye oranına net kar marjı, finansman giderleri, özsermaye, net kar, aktif devir hızı oranı, toplam aktifler ve faaliyet giderlerinin etkisinin pandemi sonrasında farklı düzeylerde olduğu görülmüştür. Pandemi sonrasında ise aktifler/özsermaye oranına etki edenin stoklar kalemi olduğu ve modele girdiği görülmüştür. Pandemi sürecinde özsermaye karlılığı oranına etki eden değişkenlerin farklılaşmadığı ama bu faktörlerin etki düzeyinin değiştiği saptanmıştır. Pandemi öncesinde net kar marjı oranının etkisinin çok daha yüksek düzeyde olduğu görülse de pandemi sonrasında aktif devir hızı oranının daha önemli hale geldiği ifade edilebilir. Pandemi sürecinin özsermaye karlılığı oranına etkisinin kısmen de olsa olduğu ifade edilebilir.

KAYNAKÇA

AÇIKGÖZ, T. ve KILIÇ, G. (2021). Investigation of financial performance and market value of technology firms with Dupont-Regression analysis. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Nisan 2021 (90): 209-226, ISSN: 2146-3042 doi: 10.25095/mufad.873937.

AKDOĞAN, N. ve TENKER N., (2005). *Finansal Tablolar ve Mali Analiz Teknikleri*, 10. Baskı, Gazi Kitabevi, Ankara.

ARSLAN, E. ve BORA, A. (2021). Türk bankacılık sektöründe mevduat bankalarının finansal performanslarının DuPont sistemine göre incelenmesi: 2015-2019 dönemi. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi-International Journal of Society Researches*, Yıl Year:11 Cilt Volume:18 Sayı Issue :43, 6356 - 6376, Kasım November

2021, ISSN:2528-9527 E-ISSN : 2528-9535, <http://opusjournal.net>.

doi:10.26466/opus.930091

ASLAN, S. (2018). Kâr marjının belirleyicilerinin incelenmesi: turizm işletmeleri üzerine bir uygulama. *Turkish Studies Economics, Finance and Politics Volume 13/30*, Fall 2018, p. 51-62 DOI: 10.7827/TurkishStudies.14537 ISSN: 1308-2140

Skopje/MACEDONIA-Ankara/TURKEY.

AYDIN, N. BAŞAR, M. ve COŞKUN, M.(2015). *Finansal Yönetim*, Ankara: Detay Yayıncılık, ss.78-131.

BHAGYALAKSHMI, K. ve SARASWATHI, S. (2019). A study on financial performance evaluation using Dupont analysis In select automobile companies. *International Journal of Management, Technology and Engineering. Volume IX, Issue I, JANUARY/2019, ISSN NO: 2249-7455, p.354-362.*

BRIGHAM F. E., (1999). *Finansal Yönetimin Temelleri, Çeviren: Özdemir Ahmet, Halil Sariaslan, AÜ Rektörlüğü Yayınları, Cilt 1, Ankara.*

BÜYÜKARIKAN, U., ve ERYILMAZ, C. (2020). Tarım sektöründeki işletmelerin finansal performansının dupont modeliyle analizi, *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yıl 13, Sayı 2, ss.129-141.

CABA, N. (2017). Finansal kaldıraç ve firma büyüklüğünün finansal performans üzerine etkisi: BIST sınai endeksinde işlem gören işletmeler üzerine bir uygulama. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, ICMEB17 Özel Sayısı, 788-795.*

DEMİRHAN, D., SAKİN, A., (2021). Has Covid-19 pandemic affected firm profitability? Dynamic panel data analysis of BIST firms using Dupont identity components. *PressAcademia Procedia (PAP)*, 14, 42-47. Permanent link to this document: <http://doi.org/10.17261/Pressacademia.2021.1484>.

DOĞAN, M. ve TOPAL, Y.(2016). Karlılığı belirleyen finansal faktörler: BIST'te işlem gören imalat sanayi firmaları üzerine bir araştırma. *Optimum Journal of Economics and Management Sciences*, 2016, 3(1),53-64.

EROL, C. (1999). *İşletmelerde Finansal Yönetim, İmge Kitabevi, Ankara.*

ERDURU, İ. (2021). Covid-19 salgınının yolcu taşımacılığı sektörlerinin finansal performansına olan etkisinin incelenmesi. *Uluslararası İşletme, Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi (IJBEMP)*, 5(2), 877-891.

FRIDSON, M. ve ALVAREZ, F. (2002). *Financial Statement Analysis: A Practitioner's Guide: John Wiley & Sons, Inc.*

GITMAN, L. J. ve ZUTTER, C. J. (2015). *Principles of managerial finance. 14th Edition. Harlow. Pearson Education.*

HERCIU, M., OGREAN, C. (2017). Does capital structure influence company profitability?, *Studies in Business and Economics no. 12(3)/2017, 50-62, DOI 10.1515/sbe-2017-0036.*

IQBAL, A., MULANI, L & KABIRAJ, S. (2013). Leverage, size of the firm and profitability: a case of pakistani cement industry. *International Journal of Business Insights & Transformation*, 7(1), 16-22.

KALIPÇI ÇAĞIRAN, F. ve KAYASANDIK, A.E. (2018). Effect of Profitability Rates on Corporate Governance Rating: Panel Data Analysis on BIST Corporate Governance Index (XKURY). *Innovation and Global Issues Congress IV Congress Book*, p.1283-1298, November 22-24, 2018 Antalya.

KARADENİZ, E., KOŞAN, L., GÜNAY, F. Ve DALAK, S. (2019). Otel işletmelerinde kârlılığı etkileyen değişkenlerin dupont analiz tekniğiyle ölçülmesi: avrupa borsalarında ekonometrik bir analiz. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*,(81):21-36, ISSN: 2146-3042 DOI: 10.25095/mufad.510452.

MCMENAMIN, J. (2002). *Financial management: an introduction: Routledge.*

SONĞUR, C., KAR. A., TOP, M., GAZİ, A., BABACAN, A. (2016). Türkiye kamu hastane birlikleri hastanelerinin finansal performanslarının değerlendirilmesi: finansal tablo analizleri. *Sayıştay Dergisi*, Sayı:100.

İnternet Kaynakları

Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP). (10.01.2022). Sektörler Erişim tarihi: 15.01.2022, <https://www.kap.org.tr/tr/Sektorler>

Summary

The aim of the study was to investigate how the performances of Automotive sector companies traded in Istanbul Stock Exchange were affected by the COVID-19 pandemic. For this purpose, data were obtained from the 6-year year-end reports of the companies between the years 2016-2021, and the DuPont Analysis was performed to measure the financial performances of the 17 companies in question. Then, regression analysis was applied to determine the effect levels of the ratio and account items used in the DuPont analysis. As a result of the study, it was observed that the significant variables affecting the return on assets ratio were not different before and after the pandemic and they had an effect at levels close to the return on assets ratio. It can be stated that the model was significant in both periods, the level of explanation in the pre-pandemic period was 83% and the explanatory ability after the pandemic was 81% and high. It can be expressed that the effect was similar in both periods, and the effective factors had a similar strength. It cannot be remarked that the pandemic caused a significant difference in these two models. It was observed that before the pandemic, net profit margin ratio, financing expenses, equity, net profit, asset turnover ratio, total assets and operating expenses had an effect on the assets/equity ratio. It was observed that the level of explanation of the model was at a level that can be regarded as quite high ($R^2=0.89$). However, it was observed that after the pandemic, only stocks and financing expenses influenced the assets/equity ratio, and the model was significant. It can also be stated that the level of explanation of the model was 49% and not very high ($R^2=0.49$). Briefly, it was observed that the parameters affecting the assets/equity ratio changed considerably after the pandemic, and the pandemic process was effective on the assets/equity ratio. It was determined that the significant variables affecting the return on equity ratio were not different before and after the pandemic and they had an effect at levels close to the return on equity ratio. It can be remarked that the model was significant in both periods, the level of explanation in the pre-pandemic period was 65% and the explanatory ability after the pandemic was 64% and considerably high. Although it was observed that the effect of the net profit margin ratio was much higher before the pandemic, it was determined that the asset turnover ratio became more important after the pandemic and the effect of the pandemic process on the return on equity ratio was limited.

Kripto Para Piyasalarında Yaşanan Güvenlik Sorunlarının Yatırımcı Davranışı Üzerindeki Etkisi: Muhasebe Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma

Osman Nuri ŞAHİN*, Zehra YOLOĞLU SERTER**

Öz

Son zamanlarda blok zinciri teknolojisinin öneminin artması insanları bu yönde araştırma yapmaya itmştir. Blok zinciri teknolojisinin hemen hemen tüm sektörlerle entegre edilmesiyle finans ve muhasebe alanında pek çok yenilikler yaşanmıştır. Blok zinciri teknolojisinin getirdiği yeniliklerden birisi de kripto paralardır. Kripto para piyasasının yeni bir yapı olması nedeniyle çeşitli güvenlik sorunlarını da beraberinde getirmiştir. Gerek güvenlik açıkları, gerek kodlarda meydana gelecek olan problemler ve henüz çok fazla uzmanın olmaması risklerin doğmasına yol açmaktadır. Bu da kriptopara yatırımcılarının kararları açısından büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmada blok zinciri teknolojisi altındaki kripto para piyasalarındaki güvenlik sorunlarının yatırımcı davranışları üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Çalışmada öncelikle blokzinciri, kriptoparalar ve bualanlardaki güvenlik sorunları kavramsal olarak sunulmuş ve daha sonra konuya ilişkin literatür taraması sunulmuştur. Takip eden bölümde çalışma amacı kapsamında geleceğın potansiyel finansal danışmanları olan üniversitelerde muhasebe dersi alan 154 öğrenci üzerinde anket uygulanarak veri toplanmıştır. Çalışmada veriler SPSS 22.0 programıyla analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda yatırımcı davranışı ile cinsiyet, eğitim durumu, dolandırıcılık olayları hakkında bilgi, yatırımcı davranışı, yatırım karakteri ve yatırım yeteneği arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kripto para, bitcoin, blok zinciri, muhasebe öğrencileri, muhasebe

JEL Sınıflandırması: F30, I22, M41, O33



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 25.02.2022

Kabul/Accepted: 22.05.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.1079247>

* Dr. Öğr. Üyesi, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, İşletme Bölümü, Antalya, Türkiye.

E-posta: osmannurisahin@yahoo.com ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6586-7073>

** Doktora Öğrencisi, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, İşletme Bölümü, Antalya, Türkiye.

E-posta: zehra_1484@hotmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0003-1896-2673>

The Effect of Security Problems in Crypto Markets on Investor Behavior: A Research for Accounting Students

Abstract

Recently, the increasing importance of blockchain technology has pushed people to research in this direction. With the integration of blockchain technology into almost all sectors, many innovations have been experienced in the field of finance and accounting. One of the innovations brought by blockchain technology is cryptocurrencies. Since the crypto money market is a new structure, it has brought various security problems. Both security vulnerabilities, problems that will occur in the codes, and the lack of many experts yet lead to risks. This is of great importance for the decisions of cryptocurrency investors. In this study, it is aimed to reveal the effect of security problems in crypto money markets under blockchain technology on investor behavior. In the study, first of all, blockchain, cryptocurrencies and security problems in these fields are presented conceptually and then a literature review on the subject is presented. In the following section, data were collected by applying a questionnaire on 154 students who took accounting courses at universities, who are potential financial advisors of the future, within the scope of the study. The study was carried out by questionnaire method on 154 students who take accounting and finance courses, who are potential financial advisors of the future. In the study, the data were analyzed with the SPSS 22.0 program. As a result of the study, significant differences were found between investor behavior and gender, education level, knowledge about fraud events, investor behavior, investment character and investment ability.

Keywords: Cryptocurrency, bitcoin, blockchain, accounting students, accounting

JEL Classification: F30, I22, M41, O33

1. Giriş

Günümüzde insanlar temel ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra kalan parası ile tasarruf etmek ve yeni yatırımlar yapmak isterler. Yatırımcılar bu paralarını borsa, döviz, banka, kripto para gibi çeşitli finansal araçlar aracılığıyla yaparlar. Bu finansal araçlar arasında tercih yaparken getiri elde etmek ve birikimlerini arttırmayı amaçlarlar. Ancak yatırımlar her zaman başarılı olarak sonuçlanmamaktadır. Bazı durumlarda kayıplar da yaşanmaktadır. Bu nedenle yatırımcılar, gelecek kavramını da dikkate alarak belirsizlik ve riskleri de göz önünde bulundurarak yatırım yapmalıdır. Yatırımcının yatırımla alakalı herhangi bir kazanç veya kayıp durumuna yönelik beklentilerinin bulunmadığı durumlar belirsizlik olarak bilinmektedir. Ancak yatırımlarda kazanç veya kayıp durumuna dair bir oran söz konusuysa bu durumda belirsizlik yerini riske bırakmaktadır (Şahin, 2014: 2).

Geleceğe yönelik yapılan yatırımlar, finansal bir boyut taşımaktadır. Bu nedenle bu finansal boyutların ne olduğunu açıklayabilmek için çeşitli finans modelleri geliştirilmiştir. Geleneksel finans teorisinde insanların rasyonel bir yatırımcı olduğu varsayılmaktadır. Yani insan tercihlerini matematiksel olgular üzerinde oluşturduğu, yaptığı hataları tekrarlamadığı ve beklenen fayda teorisine karşı yatırım kararı verdiği kabul edilmektedir. Ancak insanlar yatırım kararı alırken her zaman rasyonel olmadığı ve kimi durumlarda rasyonellikten uzaklaştığı görülmektedir. Böylelikle son yıllarda geleneksel finans modellerinin yatırımcı kararlarını açıklamada yetersiz olduğu düşünülmektedir. Geleneksel finans modellerini özellikle psikoloji alanındaki

çalışmalarla destekleyerek davranışsal finans ortaya çıkmıştır. Davranışsal finans, yatırımcıların her zaman rasyonel davranışlarda bulunamayacağı, her zaman optimum getiri sağlayacak yatırımları tercih edemeyeceğini ortaya koymuştur.

Küreselleşmenin ve teknolojinin ilerlemesiyle her alanda yaşanan gelişmeler, finans ve muhasebe alanın da sürekli değişen ve gelişen yapılarında yeniliklere yol açmaktadır. Özellikle finans alanında yaşanan teknolojik yenilikler, bireylerin değişen taleplerine yanıt vermekte oldukça önemlidir. Blok zinciri teknolojisi her ne kadar Bitcoin ile birlikte daha çok araştırılmaya başlansa da bu teknoloji 1991 yılında tasarlanmıştır. Bitcoinle birlikte adını duyurması nedeniyle daha çok kripto paralar için kullanılmıştır. Ancak bu teknoloji kripto paranın altında bulunan teknoloji birleşiminin birbirine zincirlenmiş bir dizi veri bloğu olarak adlandırılmaktadır (Satoshi, 2008). Daha çok finans sektöründe kullanılsa da zamanla sağlamış olduğu faydalarla farklı sektörlerde de kullanılmaya başlanmıştır. Bu nedenle bu teknoloji ve altındaki kripto para piyasası oldukça dikkat çeken bir teknoloji haline gelmiştir. Bu teknoloji mevcut sistemin sorunlarına çözüm bulabilme amacıyla geliştirilmiş bir sistem olmasına karşın yeni bir yapı olması nedeniyle çeşitli riskleri de beraberinde getirmiştir. Gerek güvenlik açıkları, gerek kodlarda meydana gelecek olan problemler ve henüz çok fazla uzmanın olmaması risklerin doğmasına yol açmaktadır.

Bu çalışmada blok zinciri teknolojisi altındaki kripto para piyasalarına yönelik yapılan güvenlik sorunlarının yatırımcı davranışları üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır. Çalışmada öncelikle blokzinciri, kriptoparalar ve bualanlardaki güvenlik sorunları kavramsal olarak sunulmuş ve daha sonra konuya ilişkin literatür taraması sunulmuştur. Takip eden bölümde çalışma amacı kapsamında geleceğin potansiyel finansal danışmanları olan üniversitelerde muhasebe dersi alan 154 öğrenci üzerinde anket uygulanarak veri toplanmıştır. Çalışma örneklemini üniversitelerde muhasebe dersi alan öğrenciler oluşturmaktadır. Bu örneklemin seçilmesinin sebebi bu öğrencilerin geleceğin potansiyel mali müşavirleri olarak ekonomiye yön verecek birer birey olacağı düşünülmesinden dolayıdır. Bu nedenle bu öğrencilerin kripto para piyasalarında yaşanan güvenlik sorunlarının yatırımcı davranışları üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak ve geleceğe yönelik kripto para piyasasındaki yatırım davranışları hakkında öngörülebilir bulunulmak istenmiştir.

2. Blok Zinciri ve Kripto Paralar

Blok zinciri (Blockchain) kelimesi, Satoshi Nakamoto'nun 2008 yılında yayınlanan orijinal Bitcoin başlıklı makalesinde dile getirilmiştir. Blockchain kelimesi makalede geçmemiştir. Ancak makalede kripto paranın altında bulunan teknoloji birleşimini, birbirine zincirlenmiş bir dizi veri bloğu olarak adlandırmıştır (Satoshi, 2008). Blok zinciri sisteminde tüm işlemler bloklar halinde kayıt altına alınmaktadır. Oluşan bu bloklar zincir şeklinde birbirine bağlanmaktadır. Daha sonra oluşturulan bu zincir bloklar dağınık kayıt defterlerine eklenmektedir. Bu oluşan zincirin yapısı tüm blokları birbirine bağlayan ve bir önceki bloğun özeti ile beraber olacak şekilde ilerlemektedir. Zincir üzerinde bir işlem gerçekleştiğinde mevcut ağ üzerinden yayınlanmaktadır ve şifreleme algoritmalarıyla birlikte işlem doğrulanarak blok oluşturulmaktadır. Sisteme dahil olan her düğüm, sistemdeki herhangi 2 kişi tarafından yapılan işlemleri onaylayarak kayıt altına almaktadır. Bu sayede blok doğrulanmaktadır ve bu bilgilerin değiştirilmesi ve silinmesi imkansız hale gelmektedir (Ünal ve Uluyol, 2020: 168).

Blok zinciri teknolojisi ilk zamanlarda sadece sanal para birimi olan Bitcoin ile bağdaştırılmaktaydı. Blok zincirinin ilk uygulama alanının Bitcoin olması insanların algısında bu teknolojinin finansal bir alt yapı olarak düşünülmesine neden olmaktadır. Ancak blok zinciri teknolojisi sadece finansal bir yapı değil, çok daha geniş bir uygulama

alanına sahip ve pek çok sektöre de etki eden bir sistemdir (Underwood, 2016: 15). Blok zinciri teknolojisinin sağladığı avantajlar yanında sistemin çok karmaşık bir yapı içermesi ve standart bir yapının oluşturulamaması gibi birtakım sorunları da bulunmaktadır. Teknolojik alt yapı her geçen gün değişmekte ve blok zincir teknolojisinin de dünyada kabul edilebilirliğinin artması için bu teknolojinin gelişmeye ihtiyacı vardır. Ancak bazı sistemsel performans sorunları, kontrol riski, yüksek işlem maliyeti gibi sorunlar blok zinciri teknolojisinin risk seviyesini ve dezavantajlarını arttırmaktadır.

Kripto paralar, herhangi bir kuruluşa bağlı olmayan ve elektronik ortamda kullanıcıdan kullanıcıya transfer edilen dijital paralardır. Geleneksel para sistemine alternatif olarak üretilmiştir. Kripto para uygulamalarının altında bulunan teknoloji blok zinciri teknolojisidir. Bu paraların değerleri arz-talebe göre oluşmaktadır. İşlemler aracıya ihtiyaç olmadan gerçekleşmektedir. Kriptografi yardımıyla yapılan tüm işlemler güvenli hale gelmektedir (Tüfekçi ve Karahan, 2019).

2.1. Blok Zinciri Uygulamalarındaki Riskler

Blok zinciri teknolojisi kullanım alanları ve avantajları incelendiğinde oldukça dikkat çeken bir teknolojidir. Birçok alanda uygulanabilir olması ve geleneksel kullanıma kıyasla daha hızlı sonuçlar vermesi teknolojinin önemini arttırmıştır. Bu teknoloji mevcut sistemin sorunlarına çözüm bulabilmek amacıyla geliştirilmiş bir sistem olmasına karşın yeni bir yapı olması nedeniyle çeşitli riskleri de beraberinde getirmiştir. Gerek güvenlik açıkları, gerek kodlarda meydana gelecek olan problemler ve henüz çok fazla uzmanın olmaması risklerin doğmasına yol açmaktadır. Blok zincirine hem yeni bir teknoloji olması hem de güvenlik açıkları nedeniyle bazı siber saldırılara maruz kalmaktadır. Bu saldırılardan bazıları %51 atağı, Çift harcama, Finney saldırısı, Yarış saldırısı, Vector 76 saldırısı, Sybil saldırısı'dır.

2.1.1. %51 Atağı

Bu siber saldırı türü açık blok zinciri ağlarında oluşmaktadır. Ağın büyük bir çoğunluğunun bir kişi ya da grubun eline geçmesi işlemidir. %51 atağı gerçekleştiğinde tüm ağın kontrolü ele geçirilmemektedir. Ancak ağdaki işlemlere izin verilmeyerek sistemin çalışması zorlaştırılmaktadır (Baliga, 2020: 6). Bu şekilde o ağ manipüle edilip, siber saldırıya maruz kalmaktadır.

2.1.2. Çift Harcama

Çift harcama dijital paralar üzerinden yapılabilecek bir siber saldırı türüdür. Harcama işleminin iki kez gerçekleştirilmesi işlemidir. Böylelikle bir risk oluşmaktadır. Ancak blok zinciri ağı büyüdükçe ve blok onay sayısı arttıkça çift harcama riski düşmektedir. Çünkü blok zincirine yeni bir blok eklemek işlem sayısı açısından fazla hesaplamalar gerektirmektedir. Gerçekleştirilen bir harcama işleminin tekrar yapılabilmesi için aynı işlemlerin tekrar yapılması gerekir. Bu da oldukça zor ve maliyetli bir işlemdir.

2.1.3. Finney Saldırısı

Bir çift harcama saldırısıdır. Blok zinciri üzerinde bir işlem bloğa önceden yazıldığı ve madencilik yapılan bloğun ağa bırakılmasından önce aynı işlemin yapılmış olması durumudur. Böylece ikinci yapılan işlem geçersiz kalır ve bu boşluktan kaynaklı bir siber saldırı durumu oluşabilir.

2.1.4. Yarış Saldırısı

Blok zinciri ağ üzerinde çelişen iki tane işlem oluştuğu durumlarda da saldırı oluşabilmektedir. Örneğin dolandırıcı tarafından satıcıya bir ödeme işlemi göndermesi ve aynı parayı başka bir ödeme de kullanması durumunda iki işlem çakışmaktadır. İkinci çakışan işlemin bir bloğa çıkartılması yani doğru olarak kabul edilmesi muhtemeldir.

2.1.5. Vector76 Saldırısı

Finney ve yarış saldırılarının birleşiminden oluşan bir siber saldırıdır. Onaylama saldırısı olarak da nitelendirilebilir. Onaylı bir işlemin ikinci kez harcanması durumunda oluşmaktadır. Madenci biri yüksek diğeri düşük değere sahip iki tane işlem oluşturmaktadır. Yüksek değerli işlemi durdurarak düşük değere sahip işlemi üzerinden ağa katılmaktadır. Bu işlem ağda ana zincir olarak gözüktüğü için yüksek değere sahip işlem görülmemektedir. Düşük değerli işleme onay alan saldırgan ağın diğerkısına bu işlemi gönderir. Eğer başarılı sonuç alırsa da yüksek değerli işlem tutarına sahip olmaktadır.

2.1.6. Sybil Saldırısı

Sybil saldırısı madencilerin sahte düğümler oluşturması sonucu oluşan bir saldırı türüdür. Madenciler oluşturulan bu sahte düğümlerden yanlış bilgiler göndermektedir. Bu saldırı şeklinin ağdaki sahte işlemlerden dolayı yavaşlaması ve yanlış bilgilerin doğru bilgilere karışması sonucunda çökmesi şeklinde önüne geçileceğı düşünülmektedir (Taş ve Kiani, 2018: 376).

3. Geçmişten Günümüze Kripto Paralara İlikin Yaşanan Güvenlik Sorunları

Blok zinciri teknolojisinin yeni bir teknoloji olmasından dolayı bir takım yazılım hatalarını içermektedir. Yazılım hatalarından dolayı da siber saldırılara maruz kalabilmektedir. Önlem alınmaması halin de de yüksek maddi kayıplara yol açmaktadır. Kripto para piyasalarında meydana gelen bazı siber saldırılar aşağıda verilmiştir.

MtGox vakası sanal paraların nasıl hacklenebileceğini gösteren en ünlü hack olaylarından bir tanesidir. Japonya merkezli Bitcoin borsası Mt. Gox 2010 yılından beri hizmet vermekte olan en büyük Bitcoin borsalarından biriydi. Bu borsa iki kez hacklenmiştir. İlki Haziran 2011'de, bilgisayar korsanının Mt. Gox'un denetçisinin kimlik bilgilerini ele geçirdikten sonra 2609 Bitcoin çalmasıyla gerçekleşti. İkinci saldırı ise 2014 yılında gerçekleşti. 2014 yılında, Mt. Gox borsası dünyadaki Bitcoin işlemlerinin yaklaşık %70'ni gerçekleştiriyordu. Bu sefer hacklenen BTC miktarı ise Mt. Gox'un iflasına sebep oldu. Öncelik olarak Mt. Gox, işlemleri durdurdu. 750.000'i Mt. Gox firmasının tarafından yönetilen ama mülkiyeti müşterilere ait toplam 850.000'den fazla bitcoin kayboldu. Firma basın açıklamalarıyla durumu dünyaya duyurdu. Basın açıklamalarıyla birlikte firmanın internet sitesine saldırılarda artışlar da gözlemlenmiştir (Güner, 2019: 45). Firma bu olay üzerine iflasını ilan etmiş olmasına rağmen olay hala soruşturulmakta ve yargı süreci devam etmektedir.

Independent Security Evaluators tarafından yayınlanan rapora göre bir hacker, hatalı kodlardan yararlanarak çok sayıda özel anahtarı bulmuş ve hesap üzerinden çeşitli işlemler gerçekleştirerek yaklaşık olarak 45.000 Ethereum'u ele geçirmiştir.

2016 yılında Ethereum platformu üzerinden çalışan bir proje olan DAO (Decentralized Autonomous Organization), siber saldırıya maruz kalmıştır. Bu saldırıda

DAO fonlarının üçte birini kaybetmiştir. Bu saldırıdan birkaç gün önce bu güvenlik açığı fark edilmiş ancak gerekli uzman ve prosedürün bulunmamasından dolayı açık kapatılamamıştır.

Ülkemizde ise kripto borsası Thodex'in işleme kapanmasıyla nitelikli dolandırıcılık soruşturulması başlatılmıştır. Şirketin kurucusunun 2 milyar dolar ile yurt dışına kaçtığı iddia edilmektedir. Bu dolandırıcılıkla birlikte 400 bine yakın yatırımcının mağdur olduğu öngörülmektedir. Bu risklerin önüne geçebilmek için çeşitli yasal düzenlemelerin getirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Güney Kore merkezli CoinUp müşterilerine yüksek vaatlerde bulunuyordu. 10 hafta içerisinde %200 kadar getiri elde edeceklerini söylemişlerdir. Ancak ödemeler yeni kullanıcılardan topladığı paralarla yapıyordu. 2019 yılında iflas etti. Kurucusu 16 yıl hapis cezası verildi. Yatırımcıların 384 milyon dolar kaybı olduğu söylenmektedir.

ABD'de Bitcoin Savings & Trust adlı şirket Bitcoin'ini kendi cüzdanlarına yatırarak haftalık %7 faiz vermeyi vaat etti. Ancak yeni kullanıcılardan elde ettiği kaynakları eski kullanıcılara faiz olarak vermektelerdi. Miktarlar büyüdükçe sistem çökmeye başladı. 2012'ye gelindiğinde 700.000 Bitcoin toplandı. Bu nedenle faizler düşürülmeye başlandı. Sistemden çıkışlar hızlandı ve 2012'de Bitcoin Savings & Trust iflas açıkladı. Yatırımcılar paralarını geri alamamıştır.

2014 yılında kripto para borsalarını işleten Moopay iflas açıkladı. Firmanın CEO'su nakitleri sıkıntısından dolayı iflası bildirdi. Ancak CEO'nun daha sonra ünlü internet dolandırıcısı Ryan Kennedy olduğu ortaya çıktı. Kennedy yatırımcının 2 milyon dolarıyla kayıplara karıştı. Ancak 2016'da İngiltere'de tutuklanarak 11 yıl hapis cezasına çarptırıldı. Yatırımcı ise parasını alamadı.

Hong Kong merkezli Mycoin de iflas eden kripto para borsalarındandır. Mycoin 2014'te yatırımcılarına 90 Bitcoin yatırımları durumunda kısa sürede yüzde 150 kazanç vaat ediyordu. Ağustos 2015'te platform dolandırıcılık suçlamalarıyla kapatıldı. Yatırımcıların buradaki kaybı ise 400 milyon dolar oldu.

Güney Afrika merkezli kripto para platformu MTI 2020 yılında batan şirketler arasındadır. Platformuna Bitcoin getirenlere piyasanın çok üzerinde getiri vaat eden MTI otoriteler tarafından yanlış beyanlarının ortaya çıkarılmasının ardından aralık ayında iflas etti. Yasal süreç devam ederken, yatırımcıların şimdilik kaybının 540 milyon dolar olduğu tahmin edilmektedir.

Şangay merkezli kripto para borsası Hotbit, yakın zamanda siber saldırıya uğrayan para borsalarındandır. Yapılan açıklamada 29 Nisan 2021 tarihinde bir siber saldırı meydana geldiğini bu nedenle bir bakım çalışmasına gidileceği duyuruldu. Saldırının başarısız olduğu ancak veri tabanının tehlikeye atıldığı belirtilmiştir.

İngiltere merkezli kripto para borsası Exmo, 21 Aralık 2020 tarihinde yaptığı açıklamada şüpheli çekim faaliyetlerinin yaşandığını ve tüm çekim işlemlerinin durdurulmasına yönelik bir açıklama yapmıştır. Tüm zararlar henüz bildirilmemekle birlikte Bitcoin, Ether, Tether, Zcash gibi kripto paraların zarara uğradığı tespit edilmiştir.

Yeni Zelanda merkezli kripto para borsası Cryptopia, 2019 yılında yaptığı açıklamada siber saldırılara maruz kaldığını ve milyonlarca dolarlık kayıp yaşandığına dair bir açıklama yapmıştır. 16 milyon doların üzerinde kripto para kaybı yaşandığı düşünülmektedir. Soruşturma Yeni Zelanda polisi tarafından devam etmekte olup, şirket kullanıcılarına para işlemi yapmalarını gerektiğini duyurmuştur.

Eski CIA ajanı Richard LaTulip kripto para işlemlerinin yeni başladığı zamanlarda bilgisayar suçluları arasında kripto paralar ile birçok bilgi edindiğini ifade etmiştir.

2016 ABD seçimlerinde Rus Askeri İstihbarat Teşkilatı'nda çalışan 15 kişi, sanal para kazanmak suretiyle seçimleri manipüle etmeye çalışmıştır. Bu örnek kripto paranın seçmen tercihlerini çarpıtma da kullanılabileceğine işaret etmektedir.

Kuzey Koreli bilgisayar korsanları ABD'de yer alan bankalardan yaklaşık 1,3 milyar dolarlık kripto para çalmıştır.

Türkiye'de son zamanlarda bir kripto para şirketinde 2 milyar dolar civarında dolandırıcılık yapıldığına yönelik iddialar neticesinde İstanbul Anadolu Cumhuriyet Başsavcılığında başlatılmış bir soruşturma bulunmaktadır. Kripto para işlemlerinde yaşanan bu olaylar sistemde bir güvenlik açıklığı olduğunu ve her türlü siber saldırı ve dolandırıcılık işlemleriyle karşılaşılabilceğini göstermektedir. Kripto para piyasasının büyüklüğü ve sistemdeki güvenlik açıkları da olunca bu tarz vakaların çıkması mümkün olmaktadır.

4. Literatür Taraması

Yermack (2013) tarafından yapılan çalışmada ABD'de Bitcoin'in yatırımcı tarafından nasıl algılandığına yönelik bir araştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda yatırımcıların Bitcoin volatilitesinin yüksek olması nedeniyle yatırım yapmaktan çekindikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Dong ve Dong (2014) tarafından yapılan çalışmada yatırımcıların Bitcoin'i nasıl nitelendirdiklerine yönelik bir araştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda bazı yatırımcıların arbitraj imkanından faydalandığı bazı yatırımcıların ise sabit getirili bir yatırım aracı olarak gördüğü sonucuna ulaşılmıştır.

Glaser vd. (2014) tarafından yapılan çalışmada kullanıcıların Bitcoin'i ne olarak gördükleri yönünde bir araştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda kullanıcıların Bitcoin'i spekülasyon amaçlı bir yatırım aracı olarak gördükleri sonucuna ulaşılmıştır.

Bohr ve Bashir (2014) yaptıkları çalışmada Bitcoin kullanıcılarının yapısı ve yatırım davranışları üzerine çalışma yapmışlardır. Anket yoluyla gerçekleştirilen araştırma sonucunda yaş, coğrafi konum, siyasi yönelim gibi faktörlerin Bitcoin yatırım davranışını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Bilir ve Çay (2016) tarafından yapılan çalışmada kripto para birimlerinin finans sektöründe nasıl algılandığı ve bu algılanmanın ne yöne gittiğini araştırmışlardır. Araştırma sonucunda devletlerin oluşabilecek risklere karşı önlem alması gerektiği yönünde sonuca ulaşılmıştır. Sistem volatilitesinin yüksek olması nedeniyle yatırımcılar ve devletlerin oluşabilecek risklere karşı dikkatli olmaları gerektiği belirtilmiştir.

Hepkorucu ve Genç (2017) tarafından yapılan çalışmada kripto para birimi Bitcoin'in finansal açıdan durumu incelenmiştir. Çalışma sonucunda Bitcoin'in siber saldırılara maruz kaldığında yaşanabilecek sorunlara değinilmiş ve bu sorunların giderilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır. Çalışmadan çıkan diğer bir sonuç siber saldırıların kripto paraların potansiyelini daralttığı ve yatırımcıların geri çekilmesine yol açtığıdır.

Metin ve Yakut (2018) yaptıkları çalışmada kripto paralarda güven faktörü üzerine bir araştırma yapmışlardır. Anket yoluyla gerçekleştirilen çalışma sonucunda kripto paralara yapılan yatırım tutarı ve durumunun güven unsurundan pozitif olarak etkilendiği ve yatırımcıların kafasındaki soru işaretlerinin ortadan kaldırılmasıyla yatırımların önünün açılacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Şahin (2018) çalışmasında kriptoparaları muhasebe, denetim ve vergi açısından ele almıştır. Muhasebeleştirilirken maddi olmayan duran varlık olarak muhasebeleştirilmesini önerirken, kripto paralardan elde edilen kazançların vergilendirilmesine dair bazı önerilerde bulunmuştur.

Ceylan vd. (2018) çalışmalarında Bitcoin ve Ethereum örnekleri üzerinden spekülasyon balon varlığı üzerine araştırma yapmış ve spekülasyon balon varlığının bulunduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Buğan (2021) da benzer bir şekilde kriptoparalara yönelik finansal balonlar tespit etmiştir.

Cihangir vd. (2019) tarafından yapılan çalışmada dört farklı üniversite öğrencilerinin Bitcoin piyasasına yönelim eğilimleri araştırılmıştır. Araştırma SPSS 21.0 paket programıyla analiz edilmiştir. Analiz sonucunda üniversite öğrencilerin Bitcoin hakkında pek bilgi sahibi olmadıkları ancak yatırım yapmaya hazır oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Babu ve Ramakrishna (2020) tarafından yapılan çalışmada kripto paralar üzerine güvenlik ve siber saldırılara yönelik bir araştırma yapılmıştır. Çalışma sonucunda sistem üzerine güvenlik önerileri verilmiş ve anahtar şifreleme yöntemi geliştirilmiştir.

Doğan (2020) üniversite öğrencilerine yönelik çalışmada kriptoparalara yönelik bilgi ve kullanım seviyesine yönelik çalışma yapmış ve katılımcıların bilgi sahibi oldukları fakat kullanım düzeyinin düşük olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Fantacci ve Gobbi (2021) tarafından yapılan çalışmada kripto paraların alternatif bir ödeme aracı olarak kullanılıp kullanılmayacağı ve yatırımcıların bu durum karşısındaki tutumlarını ele almıştır. Ayrıca çalışmada kripto paraların ABD Doları karşısındaki yeri de araştırılmıştır. Araştırma sonucunda risklerin en aza nasıl indirilebileceği, volatilité yüksekliği sonucunda neler olabileceğine yönelik sonuçlara yer verilmiştir.

Gümüş ve Sağdıç (2021) yaptıkları çalışmada kripto paralardaki güvenlik ve vergi denetimi sorunu üzerine araştırma yapmışlardır. Çalışma sonucunda kripto paraların güvenlik ve vergi sorunlarını ortadan kaldırılmasına yönelik önlemler tartışılmıştır.

5. Metodoloji

5.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Kripto para piyasalarında yaşanan güvenlik sorunlarının üniversitelerde muhasebe dersi alan öğrencilerin yatırım davranışı arasında anlamlı farklılığın olup olmadığının tespit edilmesi açıklanmıştır. Bu amaçla çalışma muhasebe dersi alan 154 öğrenci üzerinde anket yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Bu örneklemin seçilmesinin sebebi bu öğrencilerin mezuniyet sonrası muhtemel mali danışmanlar olarak kendileri ve çevreleri ile birlikte diğer yatırımcılarında kararlarında önemli rol oynayacak olmasıdır. Çalışmada veriler SPSS 22.0 programıyla analiz edilmiştir.

5.2. Araştırmanın Hipotezleri

Üniversitelerde muhasebe dersi alan öğrencilerinin demografik özellikleri ile çalışma kapsamında oluşturulmuş olan ifadelere verdikleri cevaplar dikkate alınarak, hipotezler geliştirilmiştir. Bu hipotezler;

H1: Cinsiyet ile kripto para piyasasında yatırımcı davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H2: Eğitim seviyesi ile kripto para piyasasında yatırımcı davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H3: Kripto para piyasalarında yaşanan güvenlik sorunları (Siber saldırılar ve dolandırıcılık) hakkında bilgi sahibi olma ile kripto para piyasasında yatırımcı davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H4: Kripto para dışında en çok yatırım yapılan finansal varlık ve kripto para piyasasında yatırımcı davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H5: Vade, getiri ve risk kapsamlı yatırım karakteri ve kripto para piyasasında yatırımcı davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H6: Ortalama bir yatırımcıya göre finansal yatırımlar konusundaki yeteneğe ilişkin düşünce ile kripto para piyasasında yatırımcı davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

5.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket uygulanmıştır. Anketler online gerçekleştirilmiştir. Anketin ilk kısmında demografik faktörleri belirleyici ifadeler yer almaktadır. İkinci kısmında ise üniversitelerde muhasebe dersi alan öğrencilerin kripto paralar, kripto para piyasaları ve bu piyasalardaki güvenlik sorunlarına karşı görüşlerinin tespit edilmesine yönelik ifadeler yer almıştır. Katılımcıların cevaplarının doğru olduğu ve yönlendirilmedikleri varsayılmıştır. Söz konusu ifadelerin 5'li Likert ölçeği ile "Kesinlikle Katılmıyorum, Katılmıyorum, Fikrim Yok, Katılıyorum, Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde cevaplanması istenmiştir. Anket formu hazırlanırken literatürde yer alan konuyla ilgili çalışmalar araştırılmış ancak ankete ilişkin maddeler araştırmacılar tarafından hazırlanmıştır.

5.4. Verilerin Analizi

Anket kapsamında toplanan veriler SPSS 22.0 programı ile güvenilirlik analizi, frekans analizi sonrası bağımsız t testi ve ANOVA testlerine tabi tutulmuş ve demografik veriler ile güvenlik sorunları arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılığın olup olmadığına bakılarak anlamlı farklılığın olduğu bulgulara çalışmada yer verilmiştir. Eymen (2007:88) çalışmalarda parametrik testlerin uygulanabilmesi için gerekli iki şartı örneklem büyüklüğünün 30'dan büyük olması ve verilerin homojen olması ve normal dağılıması olarak belirtmiştir. Bu çalışmada örneklem büyüklüğünün 154'tür dolayısıyla ilk şart sağlanmıştır. Normallik analizi sonrası Kolmogorov-Smirnov testi p değerleri ($p=0,000$) ve Shapiro-Wilk testi p değerlerinin ($p=0,000$) 0,05'ten küçük olsa da, basıklık ve çarpıklık değerlerinin -2,0 ve +2,0 aralığında (George ve Mallery, 2010) olduğu görülmüş dolayısıyla verilerin normal dağıldığı kabul edilmiştir. Bu sebeple çalışmadaki veriler için parametrik yöntemlerden faydalanılmıştır. Anket kapsamında toplanan veriler SPSS 22.0 programı ile frekans analizi sonrası bağımsız t testi ve ANOVA testlerine tabi tutulmuş ve demografik veriler ile yatırımcı davranışı arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılığın olup olmadığına bakılarak anlamlı farklılığın olduğu bulgulara çalışmada yer verilmiştir.

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,875	0,876	21

Tablo 1. Güvenilirlik Analizi

Uzunsakal ve Yıldız (2018) Cronbach Alfa değerlerinde 0,60-0,80 aralığını oldukça güvenilir olarak nitelendirmişlerdir. Soruların sayısı az ise sınır değeri olarak 0.60 ve üstü kabul edilebilir (Kayış, 2008: 405). Araştırmada kullanılan yarguların Cronbach's Alfa değeri 0.875 olduğundan ölçeğin oldukça güvenilir olduğu kabul edilmiştir.

5.5. Bulgular

Araştırmaya katılan muhasebe öğrencilerinin demografik özellikleri üzerine yapılan analiz sonuçları Tablo 2'de gösterilmiştir.

		n	%			n	%
Eğitim Durumu	Ön Lisans	23	14,9	Vade, getiri ve risk kapsamlı yatırım karakteri	Yüksek Getiri	37	24,0
	Lisans	127	82,5		İyi Getiri	56	36,4
	Yüksek Lisans	4	2,6		Ortalama Getiri	48	31,2
	Toplam	154	100		Düşük Getiri	13	8,4
					Toplam	154	100
Cinsiyet	Kadın	51	33,1	Ortalama bir yatırımcıya göre finansal yatırımlar konusundaki yetenek	Çok İyi	16	10,04
	Erkek	103	66,9		İyi	52	33,8
	Toplam	154	100		Aynı	45	29,2
Kripto para dışında en çok yatırım yapılan finansal varlık	Yok	48	31,2		Kötü	36	23,4
	Altın	39	25,3		Çok Kötü	5	3,2
	Döviz	50	32,5		Toplam	154	100
	Hisse Senedi	7	4,5				
	Mevduat	10	6,5				
Kripto para piyasalarında yaşanan güvenlik sorunları (Siber saldırılar ve dolandırıcılık) hakkında bilgi sahibi olma	Toplam	154	100				
	Evet	147	95,5				
	Hayır	7	4,5				

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Tablo 2 dikkate alındığında katılımcı öğrencilerin %82,5'i ile büyük çoğunluğunu lisans öğrencileri oluştururken, %14,8 ön lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Katılımcıların %2,6'sı yüksek lisans öğrencisiyken, doktora düzeyinde katılımcı öğrenci bulunmamaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğunu %66,9 ile erkek katılımcılar oluştururken, %33,1 kadın katılımcılardan oluşmaktadır. Ankete katılan öğrencilerin %32,5'nin kripto para dışında dövize yatırım yaptığı, %31,2'nin herhangi bir yatırım yapmadığı ve daha sonra sırasıyla altın ve hisse senedi yatırımı yaptıkları tespit edilmiştir. Kripto para piyasasında yaşanan dolandırıcılık olayları hakkında bilgilerini ölçmek amacıyla sorulan soruya katılımcıların %95,5'i ile büyük çoğunluğunun bilgi sahibi olduğu görülmektedir. Yatırım karakterini ölçmeye yönelik sorulan soruya katılımcı öğrencilerin %36,4'nün iyi bir getiri beklediği, %31,2'nin ise ortalama bir getiri beklediği sonucuna ulaşılmıştır. Yatırım yeteneklerini ölçmeye yönelik sorulan soruya ise katılımcı öğrencilerin ortalama bir yatırımcıya göre yatırım yeteneklerinin %33,8'nin iyi olduğu, %29,2'nin ise ortalama bir yatırımcıyla aynı düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan muhasebe öğrencilerinin kripto para piyasasındaki güvenlik sorunlarına yönelik yatırım davranışını ölçmeye yönelik hazırlanan sorulara katılma düzeyleri Tablo 3'de gösterilmiştir.

	1		2		3		4		5		TOTAL	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
S1- Kripto para piyasası hakkında bilgi sahibiyim.	16	10,4	32	20,8	53	34,4	30	19,5	23	14,9		
S2- Birden fazla kripto para birimlerinin olduğunu bilirim.	62	40,3	17	11,0	30	19,5	19	12,3	26	16,9		
S3- Kripto para piyasalarını yakından takip ederim.	20	13,0	25	16,2	35	22,7	36	23,4	38	24,7		
S4- Birden fazla kripto para yatırımım bulunmaktadır.	38	24,7	11	7,1	26	16,9	14	9,1	65	42,2		
S5- Çevremdeki insanların kripto para yatırımlarından etkilenerim.	22	14,3	23	14,9	37	24,0	28	18,2	44	28,6		
S6- Kripto para piyasaları hakkında çıkan haberlerden etkilenerim.	25	16,2	18	11,7	51	33,1	33	21,4	27	17,5		
S7- Kripto para piyasalarına yapılan siber saldırılar hakkında bilgi sahibiyim.	18	11,7	23	14,9	53	34,4	29	18,8	31	20,1		
S8- Kripto para piyasalarına yapılan siber saldırılardan sonra yatırımlarımı geri çektim.	20	13,0	13	8,4	24	15,6	22	14,3	75	48,7		
S9- Kripto para piyasalarına yapılan siber saldırılar yatırımlarımı etkilemedi.	39	25,3	21	13,6	28	18,2	20	13,0	46	29,9		
S10- Kripto para piyasalarında dolandırılma ihtimalimi yüksek görüyorum.	20	13,0	22	14,3	50	32,5	25	16,2	37	24,0		
S11- Kripto para piyasalarında dolandırılma ihtimalimi yüksek görüyorum.	24	15,6	26	16,9	49	31,8	27	17,5	28	18,2		
S12- Kripto para piyasalarının güvenli bir yatırım aracı olduğuna inanıyorum.	15	9,7	22	14,3	63	40,9	22	14,3	32	20,8		
S13- Gelecekteki yatırımlarımı kripto para piyasalarına yapmayı düşünüyorum.	24	15,6	24	15,6	40	26,0	24	15,6	42	27,3		
S14- Türkiye'de yaşanan kripto para piyasalarındaki dolandırıcılık olaylarına hakimim.	17	11,0	19	12,3	60	39,0	31	20,1	27	17,5		
S15- Bu dolandırıcılık olaylarından sonra yatırımlarımı geri çektim.	20	13,0	9	5,8	31	20,1	24	15,6	70	45,5		
S16- Dolandırıcılık olayları yatırımlarımı etkilemedi.	37	24,0	18	11,7	34	22,1	19	12,3	46	29,9		
S17- Dolandırıcılık olaylarından sonra yatırımlarımı yurt dışı kripto para piyasalarına aktardım.	21	13,6	18	11,7	33	21,4	13	8,4	69	44,8		
S18- Kripto para piyasalarına yatırım yapmadan önce güvenlik sorunlarını araştırdım.	33	21,4	20	13,0	44	28,6	18	11,7	39	25,3		
S19- Çevremde kripto para piyasalarındaki dolandırıcılık ve siber saldırılardan etkilenen çok fazla yatırımcı oldu.	21	13,6	23	14,9	46	29,9	23	14,9	41	26,6		
S20- Gelecekte yaşanacak güvenlik sorunları kripto para piyasalarındaki yatırımlarımı etkilemez.	16	10,4	21	13,6	44	28,6	26	16,9	47	30,5		
S21- Türkiye'de kripto para piyasalarında görülebilecek güvenlik sorunlarına karşı gerekli önlemlerin alındığını düşünüyorum.	17	11,0	16	10,4	49	31,8	30	19,5	42	27,3	154	100

(1: Kesinlikle Katılıyorum, 2: Katılıyorum, 3: Kararsızım 4: Katılmıyorum 5: Kesinlikle Katılmıyorum)

Tablo 3. Katılımcıların Sorulara Katılma Düzeyleri

Tablo 3 incelendiğinde çalışma kapsamında belirlenmiş olan ifadelerden "Birden fazla kripto para biriminin olduğunu bilirim." %40,3 ile en yüksek katılma sahip ifade olmuştur. Ayrıca yine çalışma kapsamında belirlenen ifadelerden "Kripto para piyasalarına yapılan siber saldırılardan sonra yatırımlarımı geri çektim." ifadesinin %48,7 ile en yüksek katılmadıkları ifade olduğu görülmektedir.

5.5.1. Araştırma Kapsamında Belirlenen Hipotezlerin Test Edilmesi

Araştırmaya katılan muhasebe öğrencileri üzerinde belirlenmiş olan hipotez analiz sonuçları aşağıda gösterilmiştir.

H1 Hipotezi		N	\bar{x}	SS	Sd	t	p
S1	Kadın	51	3,57	1,237	0,173	3,748	0,000
	Erkek	103	2,83	1,095	0,108		
S3	Kadın	51	3,78	1,346	0,189	3,192	0,002
	Erkek	103	3,07	1,293	0,127		
S4	Kadın	51	4,00	1,600	0,224	3,453	0,001
	Erkek	103	3,06	1,589	0,157		
S5	Kadın	51	3,65	1,397	0,196	2,075	0,040
	Erkek	103	3,16	1,377	0,136		
S7	Kadın	51	3,51	1,255	0,176	2,124	0,035
	Erkek	103	3,06	1,235	0,122		
S9	Kadın	51	3,67	1,558	0,218	3,331	0,001
	Erkek	103	2,80	1,510	0,149		
S12	Kadın	51	3,55	1,205	0,169	2,403	0,017
	Erkek	103	3,06	1,187	0,117		
S13	Kadın	51	3,82	1,244	0,174	3,814	0,000
	Erkek	103	2,94	1,399	0,138		
S16	Kadın	51	3,61	1,650	0,231	2,669	0,009
	Erkek	103	2,88	1,444	0,142		
S17	Kadın	51	4,27	1,185	0,166	4,592	0,000
	Erkek	103	3,25	1,506	0,148		
S18	Kadın	51	3,57	1,513	0,212	3,100	0,002
	Erkek	103	2,82	1,370	0,135		
S19	Kadın	51	3,71	1,301	0,182	2,932	0,004
	Erkek	103	3,04	1,343	0,132		
S20	Kadın	51	3,90	1,300	0,182	3,159	0,002
	Erkek	103	3,20	1,286	0,127		
S21	Kadın	51	3,82	1,195	0,167	2,819	0,005
	Erkek	103	3,21	1,296	0,128		
H3 Hipotezi		N	\bar{x}	SS	Sd	t	p
S1	1	7	4,14	1,215	0,459	2,460	0,015
	2	147	3,03	1,170	0,097		
S14	1	7	4,14	1,069	0,404	2,139	0,034
	2	147	3,16	1,188	0,098		
H2 Hipotezi		N	\bar{x}	SS	Sd	f	p
S1	1	23	3,61	1,270	0,265	4,270	0,016
	2	127	3,02	1,155	0,102		
	3	4	2,00	0,816	0,408		

	Total	154	3,08	1,191	0,096		
S2	1	23	3,57	1,441	0,300	9,665	0,003
	2	127	2,39	1,486	0,132		
	3	4	1,50	0,577	0,289		
	Total	154	2,55	1,526	0,123		
S3	1	23	4,00	1,206	0,251	4,289	0,015
	2	127	3,20	1,329	0,118		
	3	4	2,50	1,732	0,866		
	Total	154	3,31	1,350	0,109		
S15	1	23	2,96	1,692	0,353	4,543	0,012
	2	127	3,87	1,333	0,118		
	3	4	4,25	0,957	0,479		
	Total	154	3,75	1,417	0,114		
H4 Hipotezi		N	\bar{x}	SS	Sd	f	p
S3	1	48	3,79	1,288	0,186	27,49	0,03
	2	39	3,36	1,367	0,219		
	3	50	2,96	1,177	0,167		
	4	7	2,57	1,397	0,528		
	5	10	3,00	1,764	0,558		
	Total	154	3,31	1,350	0,109		
S4	1	48	4,06	1,465	0,211	28,04	0,00
	2	39	3,38	1,726	0,276		
	3	50	2,92	1,523	0,215		
	4	7	2,14	1,464	0,553		
	5	10	3,10	1,853	0,586		
	Total	154	3,37	1,649	0,133		
S12	1	48	3,48	1,148	0,166	3,04	0,02
	2	39	3,51	1,355	0,217		
	3	50	2,96	1,049	0,148		
	4	7	2,71	1,254	0,474		
	5	10	2,50	1,179	0,373		
	Total	154	3,22	1,211	0,098		
S13	1	48	3,58	1,269	0,183	4,21	0,00
	2	39	3,67	1,402	0,224		
	3	50	2,78	1,360	0,192		
	4	7	2,43	1,397	0,528		
	5	10	2,70	1,494	0,473		
	Total	154	3,23	1,409	0,114		
S14	1	48	3,40	1,284	0,185	2,56	0,04
	2	39	3,49	1,121	0,179		

	3	50	3,02	1,020	0,144		
	4	7	2,29	1,113	0,421		
	5	10	2,80	1,549	0,490		
	Total	154	3,21	1,197	0,096		
S16	1	48	3,54	1,557	0,225	28,78	0,04
	2	39	3,21	1,704	0,273		
	3	50	2,86	1,340	0,190		
	4	7	2,00	1,155	0,436		
	5	10	2,90	1,663	0,526		
	Total	154	3,12	1,548	0,125		
S17	1	48	3,85	1,487	0,215	4,31	0,00
	2	39	4,08	1,384	0,222		
	3	50	3,30	1,403	0,198		
	4	7	2,29	1,604	0,606		
	5	10	2,80	1,229	0,389		
	Total	154	3,59	1,485	0,120		
S18	1	48	3,35	1,451	0,209	2,84	0,03
	2	39	3,36	1,597	0,256		
	3	50	2,86	1,294	0,183		
	4	7	2,29	1,113	0,421		
	5	10	2,10	1,370	0,433		
	Total	154	3,06	1,458	0,118		
H5 Hipotezi		N	\bar{x}	SS	Sd	f	p
S3	1	37	3,11	1,329	0,218	3,30	0,02
	2	56	3,29	1,345	0,180		
	3	48	3,19	1,363	0,197		
	4	13	4,38	0,961	0,266		
	Total	154	3,31	1,350	0,109		
S4	1	37	3,00	1,616	0,266	52,24	0,01
	2	56	3,23	1,607	0,215		
	3	48	3,54	1,738	0,251		
	4	13	4,38	1,193	0,331		
	Total	154	3,37	1,649	0,133		
S7	1	37	2,95	1,224	0,201	3,30	0,02
	2	56	3,11	1,171	0,156		
	3	48	3,27	1,284	0,185		
	4	13	4,15	1,281	0,355		
	Total	154	3,21	1,256	0,101		
S16	1	37	3,03	1,518	0,250	2,68	0,05
	2	56	2,86	1,495	0,200		

	3	48	3,23	1,653	0,239		
	4	13	4,15	1,068	0,296		
	Total	154	3,12	1,548	0,125		
H6 Hipotezi	N	\bar{x}	SS	Sd	f	p	
S4	1	16	3,94	1,569	0,392	25,860	0,008
	2	52	3,71	1,576	0,219		
	3	45	3,33	1,834	0,273		
	4	36	2,89	1,389	0,232		
	5	5	1,80	1,095	0,490		
	Total	154	3,37	1,649	0,133		
S7	1	16	3,31	1,662	0,416	23,879	0,022
	2	52	3,65	1,136	0,157		
	3	45	3,11	1,112	0,166		
	4	36	2,72	1,186	0,198		
	5	5	2,60	1,517	0,678		
	Total	154	3,21	1,256	0,101		
S9	1	16	3,44	1,750	0,438	27,077	0,047
	2	52	3,23	1,676	0,232		
	3	45	3,31	1,459	0,217		
	4	36	2,56	1,463	0,244		
	5	5	2,20	0,837	0,374		
	Total	154	3,08	1,576	0,127		

Tablo 4. Yatırımcı Davranışlarına Yönelik Hipotez Test Sonuçları

Ankete katılan öğrencilerin cinsiyetleri ele alındığında yatırımcı davranışına yönelik ifadelerinden 'Kripto para piyasası hakkında bilgi sahibiyim' ($p=0,000$ $p<0,05$), 'Kripto para piyasalarını yakından takip ederim' ($p=0,002$ $p<0,05$), 'Birden fazla kripto para yatırımım bulunmaktadır' ($p=0,001$ $p<0,05$), 'Çevremdeki insanların kripto para yatırımlarından etkilenirim' ($p=0,040$ $p<0,05$), 'Kripto para piyasalarına yapılan siber saldırılar hakkında bilgi sahibiyim' ($p=0,035$ $p<0,05$), 'Kripto para piyasalarına yapılan siber saldırılar yatırımlarımı etkilemedi' ($p=0,001$ $p<0,05$), 'Kripto para piyasalarının güvenli bir yatırım aracı olduğuna inanıyorum' ($p=0,017$ $p<0,05$), 'Gelecekteki yatırımlarımı kripto para piyasalarına yapmayı düşünüyorum' ($p=0,000$ $p<0,05$), 'Dolandırıcılık olayları yatırımlarımı etkilemedi' ($p=0,009$ $p<0,05$), 'Dolandırıcılık olaylarından sonra yatırımlarımı yurt dışı kripto para piyasalarına aktardım' ($p=0,000$ $p<0,05$), 'Kripto para piyasalarına yatırım yapmadan önce güvenlik sorunlarını araştırdım' ($p=0,002$ $p<0,05$), 'Çevremde kripto para piyasalarındaki dolandırıcılık ve siber saldırılardan etkilenen çok fazla yatırımcı oldu' ($p=0,004$ $p<0,05$), 'Gelecekte yaşanacak güvenlik sorunları kripto para piyasalarındaki yatırımlarımı etkilemez' ($p=0,002$ $p<0,05$), 'Türkiye'de kripto para piyasalarında görülebilecek güvenlik sorunlarına karşı gerekli önlemlerin alındığını düşünüyorum' ($p=0,005$ $p<0,05$) ifadeleri arasında istatistiki açıdan anlamlı bir farklılık görülmüştür. Yukarıdaki ifadelerin tümüne kadın öğrencilerin daha çok katıldığı tespit edilmiştir.

Ankete katılan öğrencilerin dolandırıcılık olayları hakkında bilgi sahibi olmaları yönünden ele alındığında yatırımcı davranışına yönelik ifadelerden 'Kripto para piyasası

hakkında bilgi sahibiyim' ($p=0,01$ $p<0,05$), 'Türkiye'de yaşanan kripto para piyasalarındaki dolandırıcılık olaylarına hakimim' ($p=0,03$ $p<0,05$) ifadeleri arasında istatistiki açıdan anlamlı bir farklılık görülmüştür.

Ankete katılan öğrencilerin eğitim düzeyleri yönünden ele alındığında yatırımcı davranışına yönelik ifadelerden 'Kripto para piyasası hakkında bilgi sahibiyim' ($p=0,016$ $p<0,05$), 'Birden fazla kripto para birimlerinin olduğunu bilirim' ($p=0,003$ $p<0,05$), 'Kripto para piyasalarını yakından takip ederim' ($p=0,015$ $p<0,05$), 'Türkiye'de yaşanan dolandırıcılık olaylarından sonra yatırımlarımı geri çektim' ($p=0,012$ $p<0,05$) ifadeleri arasında istatistiki açıdan anlamlı bir farklılık görülmüştür. Kripto para piyasası hakkında bilgi sahibiyim', 'Birden fazla kripto para birimlerinin olduğunu bilirim', 'Kripto para piyasalarını yakından takip ederim' ifadelerine en çok ön lisans öğrencileri katılırken, 'Türkiye'de yaşanan dolandırıcılık olaylarından sonra yatırımlarımı geri çektim' ifadesine yüksek lisans öğrencilerinin daha çok katıldığı tespit edilmiştir.

Ankete katılan öğrenciler yatırım türleri yönünden ele alındığında yatırımcı davranışına yönelik ifadelerden 'Kripto para piyasalarını yakından takip ederim' ($p=0,03$ $p<0,05$), 'Birden fazla kripto para yatırımlarım bulunmaktadır' ($p=0,00$ $p<0,05$), 'Kripto para piyasalarının güvenli bir yatırım aracı olduğuna inanıyorum' ($p=0,02$ $p<0,05$), 'Gelecekteki yatırımlarımı kripto para piyasalarına yapmayı düşünüyorum' ($p=0,00$ $p<0,05$), 'Türkiye'de yaşanan kripto para piyasalarındaki dolandırıcılık olaylarına hakimim' ($p=0,04$ $p<0,05$), 'Dolandırıcılık olayları yatırımlarımı etkilemedi' ($p=0,04$ $p<0,05$), 'Dolandırıcılık olaylarından sonra yatırımlarımı yurt dışı kripto para piyasalarına aktardım' ($p=0,00$ $p<0,05$), 'Kripto para piyasalarına yatırım yapmadan önce güvenlik sorunlarını araştırdım' ($p=0,03$ $p<0,05$) ifadeleri arasında istatistiki açıdan anlamlı bir farklılık görülmüştür. 'Kripto para piyasalarını yakından takip ederim', 'Birden fazla kripto para yatırımlarım bulunmaktadır', 'Dolandırıcılık olayları yatırımlarımı etkilemedi' ifadelerine kripto para yatırımı dışında herhangi bir yatırımı bulunmayan öğrenciler katılırken, 'Kripto para piyasalarının güvenli bir yatırım aracı olduğuna inanıyorum', 'Gelecekteki yatırımlarımı kripto para piyasalarına yapmayı düşünüyorum', 'Türkiye'de yaşanan kripto para piyasalarındaki dolandırıcılık olaylarına hakimim', 'Dolandırıcılık olaylarından sonra yatırımlarımı yurt dışı kripto para piyasalarına aktardım', 'Kripto para piyasalarına yatırım yapmadan önce güvenlik sorunlarını araştırdım' ifadelerine kripto para dışında yatırımlarını en çok altın üzerinde değerlendiren öğrenciler katılmıştır.

Ankete katılan öğrenciler yatırım karakteri yönünden ele alındığında yatırımcı davranışına yönelik ifadelerden 'Kripto para piyasalarını yakından takip ederim' ($p=0,02$ $p<0,05$), 'Birden fazla kripto para yatırımlarım bulunmaktadır' ($p=0,01$ $p<0,05$), 'Kripto para piyasalarına yapılan siber saldırılar hakkında bilgi sahibiyim' ($p=0,02$ $p<0,05$), 'Dolandırıcılık olayları yatırımlarımı etkilemedi' ($p=0,04$ $p<0,05$) ifadeleri arasında istatistiki açıdan anlamlı bir farklılık görülmüştür. Yukarıdaki ifadelerin tümüne katılan öğrencilerin düşük getiri beklentisi içerisinde olduğu tespit edilmiştir.

Ankete katılan öğrenciler yeteneği yönünden ele alındığında yatırımcı davranışına yönelik ifadelerden 'Birden fazla kripto para yatırımlarım bulunmaktadır' ($p=0,008$ $p<0,05$), 'Kripto para piyasalarına yapılan siber saldırılar hakkında bilgi sahibiyim' ($p=0,022$ $p<0,05$), 'Kripto para piyasalarına yapılan siber saldırılar yatırımlarımı etkilemedi' ($p=0,047$ $p<0,05$) ifadeleri arasında istatistiki açıdan anlamlı bir farklılık görülmüştür. Birden fazla kripto para yatırımlarım bulunmaktadır' ve 'Kripto para piyasalarına yapılan siber saldırılar yatırımlarımı etkilemedi' ifadelerine yatırım yeteneklerini çok iyi olarak nitelendiren öğrenciler katılırken, 'Kripto para piyasalarına yapılan siber saldırılar hakkında bilgi sahibiyim' ifadesine yatırım yeteneğini iyi olarak nitelendiren öğrenciler katılmıştır.

Araştırma kapsamında cinsiyet, dolandırıcılık olayları hakkında bilgi, eğitim, yatırım türleri, yatırım karakteri ve yatırım yeteneği ifadeleri ile yatırımcı davranışı

arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Bu bilgiler doğrultusunda H_1 , H_2 , H_3 , H_4 , H_5 ve H_6 hipotezleri kabul edilmiştir.

6. Sonuç ve Öneriler

Günümüzde bireylerin değişen taleplerine cevap vermek ve yeni yatırım araçlarının ortaya çıkmasıyla muhasebe ve finans alanında oldukça fazla yenilik meydana gelmiştir. Özellikle blok zinciri teknolojisinin kullanımının artmasıyla bu teknoloji hakkında yapılan araştırmalarda da artışlar meydana gelmiştir. Blok zinciri teknolojisinin adının il olarak Bitcoin ile anılmasıyla bu teknoloji kripto parala piyasalarıyla daha çok bağdaştırılmıştır. Ancak hemen hemen her sektöre entegre edilebilecek bir olması ve yeni bir teknoloji olmasından dolayı birçok avantaj ve dezavantajı da beraberinde getirmiştir. Gerek güvenlik açıkları, gerek kodlarda meydana gelecek olan problemler ve henüz çok fazla uzman olmaması nedeniyle birçok risk ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmada bu güvenlik sorunlarının kripto para piyasasına yatırım yapan yatırımcı davranışı üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Örneklem olarak muhasebe ve finans dersi alan ve kripto para piyasasına yatırım yapmış veya yapan 154 öğrenciden oluşmaktadır. Anket yöntemiyle gerçekleştirilen araştırmada altı adet hipotez geliştirilmiştir. Yatırımcı davranışı dikkate alınarak oluşturulan ifadeler doğrultusunda belirlenmiş olan hipotezler dikkate alındığında cinsiyet, eğitim durumu, yatırım karakteri, yatırım türleri, dolandırıcılık olayları hakkında bilgi ve yatırım yeteneği arasında istatistiki olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Çalışmada analiz sonucunda araştırmaya katılan öğrencilerden %82,5' i lisans düzeyinde eğitim aldıkları tespit edilmiştir. Katılımcılarının %66,9 erkek olduğu ve katılımcıların kripto para dışında en çok döviz daha sonra altına yatırım yaptıkları görülmüştür. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun kripto para piyasalarında yaşanan dolandırıcılık olayları hakkında bilgi sahibi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yatırımlarından kaybetme riskinin ortalama düzeyde olduğu iyi bir getiri elde etme amacı bulunduğu ve ortalama bir yatırımcıya göre yatırım yeteneklerinin iyi düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların sorulara katılma düzeyleri incelendiğinde araştırmaya katılanların çoğunun birden fazla kripto para biriminin bulunduğuna dair bilgi sahibi olduğu ve kripto para piyasalarına yönelik gerçekleştirilen siber saldırılardan sonra yatırımlarını geri çekmedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışma bulguları incelendiğinde,

- Kadın öğrencilerin kripto para piyasasına yönelimlerinin daha fazla olduğu ve yatırımlarını daha çok kripto para piyasasında değerlendirdikleri,
- Kripto para piyasasına yatırım yapanların çoğunun Türkiye'de yaşanan kripto para piyasalarındaki dolandırıcılık olaylarına hakim olduğu,
- Kripto para piyasasını takip eden öğrencilerin çoğunun ön lisans öğrencileri olduğu, Türkiye'de yaşanan dolandırıcılık olaylarından sonra yatırımlarını geri çekmelerin ise büyük çoğunluğunun yüksek lisans öğrencileri olduğu,
- Kripto para piyasasına ve güvenlik sorunlarına hakim olan, gerekli araştırmaları yaparak kripto paraya yatırım yapan öğrencilerin kripto para dışında en çok altına yatırım yaptıkları,
- Birden fazla kripto para yatırımı bulunan ve dolandırıcılık olaylarının yatırımlarını etkilemediğini belirten öğrencilerin çoğunun düşük getiri beklentisi içinde olduğu,
- Birden fazla kripto paraya yatırım yapan ve güvenlik sorunlarının yatırımlarını etkilemediğini belirten öğrencilerin yatırım yeteneklerini çok iyi olarak nitelendirmişlerdir.

Elde edilen bulguların literatürle birlikte değerlendirilmesi sonrası bazı çalışmalarla benzer sonuçlara ulaşılabilmektedir. Örneğin Bohr ve Bashir (2014) çalışmalarında demografik özelliklerin kripto para yatırımlarını etkilediği bulgusuna ulaşırken bu çalışmada da demografik özelliklerin kripto para piyasasındaki güvenlik sorunlarının yatırım davranışını ekilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bilir ve Çay (2016) çalışmalarında kripto para piyasasındaki risklere karşı önlem alınması gerektiği bulgusuna ulaşırken bu çalışmada güvenlik sorunlarının olduğu ortaya konulmuştur. Hepkorucu ve Genç (2017) kriptopara piyasasında yaşanabilecek sorunlara değinirken bu sorunların yatırımcıların kaçmasına neden olduğu bulgusuna ulaşırken bu çalışmada da güvenlik sorunlarının yatırımcı davranışını olumsuz etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Metin ve Yakut (2018) kriptopara piyasasına yönelik bireylerin kafalarındaki soru işaretlerinin kaldırılmasının kriptoparaya yatırımı artıracağına yönelik bir sonuca değinirken bu çalışmanın güvenlik sorunlarının yatırımcıları olumsuz etkilediği bulgusu bu durumu desteklemektedir. Cihangir vd. (2019) çalışmalarında katılımcıların Bitcoin'e yönelik bilgi sahibi olduğu ve yatırım yapmaya hazır olduğu bulgusuna değinirken bu çalışmada da katılımcılarda kripto paralara yönelik bilgi sahibi olan bir kesimin olduğu görülmüş, bunun yanı sıra dikkate değer bir kısmının da gelecekte kriptoparalara yatırım yapmayı düşündükleri görülmüştür. Doğan'ın (2020) çalışmasında dakatılımcıların kriptoparalara yönelik bilgi sahibi olduğu fakat yatırım düzeyinin düşük olduğu görülmürken bu çalışmanın bulgularının da bunlara benzer olduğu görülmektedir. Yermack (2013) volatilitte yüksekliği sebebiyle yatırımcıların yatırımdan çekindiklerini ortaya koyarken bu çalışmada değinilen bazı sebepler dolayısıyla yatırımcıların yatırımdan çekindikleri ortaya konulmuştur. Bu çalışmada kriptoparalara yönelik güvenlik sorunlarının olumsuz etkileri kapsamında çözüm önerileri olarak literatüre göz atıldığında Babu ve Ramakrishna'nın (2020) kriptoparalara yönelik siber saldırılar üzerine bir çalışmalarındaki Gümüş ve Sağdıç'ın (2021) çalışmalarındaki çözüm önerileri gözönünde bulundurulabilir.

Bu çalışmada ön lisans ve lisans öğrencilerinin katılımı oldukça yüksek gerçekleşmiştir. Yüksek lisans düzeyinde öğrencilerin katılımı daha az, doktora düzeyinde ise hiçbir katılım sağlanamamıştır. Daha sonra yapılacak olan çalışmalara ışık tutmak adına yüksek lisans ve doktora öğrencileri ele alınarak lisansüstü öğrencilerin yatırım davranışına yönelik araştırma yapılabilir.

KAYNAKÇA

BABU P.N. ve RAMAKRISHNA S. (2021) Architecture of Proposed Secured Crypto-Hybrid Algorithm (SCHA) for Security and Privacy Issues in Data Mining. In: Panigrahi C.R., *Progress in Advanced Computing and Intelligent Engineering. Advances in Intelligent Systems and Computing*, vol 1199.

BALIGA, A. (2020). Understanding Blockchain Consensus Models, *Persistent Systems Ltd*, 1-17.

BİLİR, H. ve ÇAY, Ş. (2016). Elektronik para ve finansal piyasalar arasındaki ilişki. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 21-31.

BOHR, J. ve BASHIR, M. (2014). Who uses bitcoin? an exploration of the bitcoin community. Twelfth Annual International Conference on Privacy, Security and Trust, IEEE, 94- 101.

BUĞAN, M. F. (2021). Bitcoin ve Altcoin Kripto Para Piyasalarında Finansal Balonlar. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 13(24), 165-180.

CEYLAN F., EKİNCİ R., TÜZÜN O. ve KAHYAOĞLU H. (2018), Kripto Para Piyasasında Balonların Tespiti: Bitcoin Ve Ethereum Örneği, *BMIJ*, 6(3), 263-274 doi:<http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i3.355>.

CİHANGİR, M., BAYSA, E., SÖKER, F. ve İSLAH, E. S. (2019). Bitcoin Piyasasına Katılım Eğilimi: Farklı Üniversite Öğrencileri Üzerinde Ankete Dayalı Bir Değerlendirme, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 505-522.

DOĞAN, Ş. (2020). Dijital Çağda Paranın Dönüşümü: Kripto Para Birimleri ve Blok Zinciri (Blockchain) Teknolojisi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Anemon Muş Alparşlan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(3), 859-870.

DONG, H., ve DONG, W. (2014). Bitcoin: Exchange Rate Parity, Risk Premium, and Arbitrage Stickiness, *British Journal of Economics, Management & Trade*, 5(1).

EYMEN, U. E. (2007). SPSS 15.0 ile veri analiz yöntemleri. *İstatistik Merkezi*, 88.

FANTACCI, L. ve GOBBI, L. (2021). Stablecoins, Central Bank Digital Currencies and US Dollar Hegemony. *The Geopolitical Stake of Innovations in Money and Payments*. Erişim tarihi: 06.10.2021.

GEORGE, D. ve MALLERY, M. (2010). SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference, 17.0 update (10a ed.) Boston: Pearson.

GLASER, F., ZIMMERMANN, K., HAFERKORN, M., WEBER, M. C. ve SIERING, M. (2014). Bitcoin-asset or Currency? Revealing Users' Hidden Intentions, *Twenty Second European Conference on Information Systems*, 1-14.

GÜMÜŞ, Ö. ve SAĞDIÇ, E. N. Kripto Paralarda Mali Güvenlik ve Vergi Denetimi Sorunu. *EUROASIA International Congress on Scientific Researches and Recent Trends-VIII*, 522-532.

GÜNER, M.F. (2019). Geçmişten Günümüze Finansal Piyasalar. Beta Basım, İstanbul.

HEPKORUCU, Ö. G. A. ve GENÇ, Ö. G. S. (2017). Finansal Varlık Olarak Bitcoin'in İncelenmesi ve Birim Kök Yapısı Üzerine Bir Uygulama. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2), 47-58.

KARAHAN, Ç., ve TÜFEKÇİ, A. (2019). Blok Zincir Teknolojisi ve Kamu Kurumlarınca Verilen Hizmetlerinde Blok Zincirin Kullanım Durumu. *Verimlilik Dergisi*, (4), 157-193.

KAYIŞ, A. (2008). Güvenilirlik Analizi. İçinde Şerif Kalaycı (Ed.). Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri: 403-424. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

METİN, İ. ve YAKUT, E. (2018). Kripto para girişimciliğinde güven faktörü üzerine bir araştırma. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 7(2), 67-78.

NAKAMOTO, S. (2008). Bitcoin: a Peer-to-Peer Electronic Cash System. <http://bitcoin.org/bitcoin.pdf>.

ŞAHİN, O. N. (2018). TMS & TFRS Işığında Muhasebe, Vergi ve Denetim Açısından Bitcoin ve Diğer Kripto Para Birimleri. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 20(4), 898-923.

ŞAHİN, Ö. (2014). BIST'teki Endekslerin Volatilitelerinin Karşılaştırılmalı Analizi: BIST Kurumsal Yönetim, BIST 100, BIST 50 ve BIST 30 Endeksleri Üzerinde Bir Uygulama, Doktora Tezi, Düzce Üniversitesi, Düzce.

UNDERWOOD, S. (2016). Blockchain beyond bitcoin, *Communications of the ACM*, vol. 59, no. 11, 15-17.

UZUNSAKAL, E., & YILDIZ, D. (2018). Alan araştırmalarında güvenilirlik testlerinin karşılaştırılması ve tarımsal veriler üzerine bir uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 14-28.

ÜNAL, G. ve ULUYOL, Ç. (2020). Blok Zinciri Teknolojisi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 13(2), 167-175.

YERMACK, M. (2013). Is Bitcoin a Real Currency, *NBER Working Paper*.

Summary

Today, many innovations have occurred in the field of accounting and finance with the emergence of new investment instruments and responding to the changing demands of individuals. Especially with the increase in the use of blockchain technology, there has been an increase in research on this technology. With the name of the blockchain technology being referred to as the city with Bitcoin, this technology has been more associated with the crypto money markets. However, since it is a new technology that can be integrated into almost every sector, it has brought many advantages and disadvantages. Many risks arise due to both security vulnerabilities, problems that will occur in the codes, and the lack of many experts yet. In this study, it is aimed to reveal the effect of these security problems on the behavior of investors investing in the crypto money market. The sample consists of 154 students who take accounting and finance courses and have invested or made investments in the cryptocurrency market. Six hypotheses were developed in the research carried out by the questionnaire method. Considering the hypotheses determined in line with the statements created by considering investor behavior, statistically significant differences were found between gender, education level, investment character, investment types, knowledge about fraud events and investment ability. As a result of the analysis in the study, it was determined that 82.5% of the students participating in the research received undergraduate education. It has been observed that 66.9% of the participants are male and that they invest the most in gold after crypto money. It has been concluded that the majority of the participants have knowledge about fraudulent events in the crypto money markets. It has been determined that the risk of losing from their investments is at an average level, they aim to obtain a good return, and their investment abilities are at a good level according to the average investor. When the participants' level of participation in the questions was examined, it was concluded that most of the participants in the research were aware of the existence of more than one crypto currency and did not withdraw their investments after the cyber attacks on the crypto money markets.

When the study findings are examined,

- Female students are more oriented towards the crypto money market and they evaluate their investments more in the crypto money market,*
- Most of those who invest in the crypto money market dominate the fraud incidents in the crypto money markets in Turkey,*
- Most of the students following the crypto money market are associate degree students, and the majority of those who withdraw their investments after the fraud incidents in Turkey are graduate students,*
- Students who have a good command of the crypto money market and security issues, who invest in crypto money by doing the necessary research, invest the most in gold, apart from crypto money,*
- Most of the students who have multiple crypto money investments and stated that fraud events do not affect their investments, expect low returns,*
- Students who invested in more than one crypto currency and stated that security problems did not affect their investments described their investment abilities as very good.*

The participation of associate and undergraduate students in this study was quite high. The participation of students at the master's level was less, and at the doctoral level, no participation was achieved. In order to shed light on future studies, a research can be conducted on the investment behavior of graduate students by considering graduate and doctoral students.

Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Unsurların Demografik Faktörler Açısından Değerlendirilmesi*

Hilal UYGURTÜRK**, Cihan KARA***

Öz

Bu çalışmanın amacı, Karabük ilindeki tüketicilerin beyaz eşya satın alma davranışlarını etkileyen unsurların, demografik faktörlere göre farklılaşp farklılaşmadığını ortaya koyabilmektir. Araştırmanın evrenini Karabük il merkezinde ikamet eden tüketiciler oluşturmaktadır. Araştırma 406 katılımcı ile yapılmıştır. Araştırmanın kapsamında oluşturulan hipotezler ise t-testi ve ANOVA testi aracılığıyla araştırılmıştır. Analizler sonucunda satın alma davranışlarında cinsiyete göre, marka odaklılık, bilgi karmaşası yaşama ve sosyo-kültürel faktörlerin farklılaştığı tespit edilmiştir. Yaşa göre düşünmeden alışveriş/dikkatsizlik, bilgi karmaşası yaşama, sosyo-kültürel faktörler ve alışveriş türü farklılık göstermektedir. Satın alma davranışlarında medeni duruma göre ise marka odaklılık, düşünmeden alışveriş/dikkatsizlik, alışkanlık/marka bağlılığı, sosyokültürel faktörler ve alışveriş türünün farklılaştığı belirlenmiştir. Eğitim durumuna göre marka odaklılık, bilgi karmaşası yaşama, sosyo-kültürel faktörler ve alışveriş türü farklılaşmaktadır. Son olarak ise aylık gelire göre mükemmeliyetçilik/kalite odaklılık, marka, moda ve fiyat odaklılık, bilgi karmaşası yaşama, sosyo-kültürel faktörler ve alışveriş türü farklılık göstermektedir. Tüketicilerde satın alma davranışı sonrasında memnuniyet oluşması, marka sadakati ve alışkanlığı yaratılmasında önemli rol oynamaktadır. İşletmeler için yeni müşteriler kazanmak, eski müşterileri elde tutmaktan çok daha zor ve maliyetli olabilmektedir. Bu nedenle gerekli araştırmalar yapılarak, değişen tüketici tercihlerinin ve süreçlerinin analiz edilmesi önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Beyaz eşya sektörü, tüketici satın alma davranışı, Karabük, demografik faktörler, anova



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 28.02.2022

Kabul/Accepted: 10.06.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.1080521>

* Bu makale, Cihan KARA'nın Doç. Dr. Hilal UYGURTÜRK danışmanlığında Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı'nda 2016 yılında kabul edilen "Dayanıklı tüketim malları – Beyaz eşya sektöründe tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen faktörler üzerine Karabük'te bir uygulama" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

** Doç. Dr., Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Karabük, Türkiye. E-posta: hilaluygurturk@karabuk.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0002-6925-0150>

*** Dr., Karabük, Türkiye. E-posta: ozgurday@hotmail.com **ORCID** <https://orcid.org/0000-0002-8230-810X>

Evaluation of the Elements Affecting Consumers' Purchase Behavior in Terms of Demographic Factors

Abstract

The aim of this study is to be able to show whether the factors affecting consumer buying behaviors of consumers in Karabük province differ according to demographic factors. The universe of the research is composed of consumers residing in Karabük city center. The study was conducted with 406 participants. The hypotheses of the research were investigated through the t-test and the ANOVA test. As a result of the research, it has been determined that buying behaviors differ according to sex, brand orientation, information complexity and socio-cultural factors. According to the age, shopping / carelessness, information complexity, socio-cultural factors and type of shopping differ without thinking. According to the marital status, brand orientation, shopping / carelessness, habit / brand addiction, socio-cultural factors and shopping style are different in purchasing behaviors. According to educational status, brand orientation, information confusion, socio-cultural factors and shopping type are different. Lastly, according to the monthly gender, perfectionism / quality orientation, brand, fashion and price orientation, information complexity, socio-cultural factors and type of shopping differ. Satisfaction after purchasing behavior in consumers plays an important role in creating brand loyalty and habit. For businesses, acquiring new customers can be much more difficult and costly than retaining old customers. For this reason, it is important to analyze changing consumer preferences and processes by conducting necessary research.

Keywords: White goods industry, consumer purchasing behavior, Karabuk, demographic factors, anova

1. Giriş

Müşteri arzu ve ihtiyaçları doğrultusunda ürün/hizmet sunan işletmeler, müşteriler tarafından tercih edilme noktasında daha fazla rağbet görmektedirler. Bu durumun sürekliliği halinde işletmenin marka bilinirliği ve müşteri memnuniyeti artmakta, işletmenin ürün veya hizmetlerine karşı marka bağlılığı oluşmaktadır. Marka bilinirliği ve bağlılığı olan işletmelerin söz konusu durumlarını muhafaza etmeleri ise daha büyük önem ve çaba gerektirmektedir. Bu anlamda, işletmelerin sadece satış odaklı düşünmemeleri, satış sonrası hizmetlere, bakım-onarım gibi servis hizmetleri ile geniş kapsamlı garanti uygulamalarına önem vermeleri marka başarısı ve rekabet gücü üzerinde büyük etkide bulunmaktadır.

Tüketicilerin marka imajını dikkate alarak satın alma kararı verdikleri ürünlerin başında dayanıklı tüketim malları gelmektedir. Dayanıklı tüketim malları hemen, kolay kolay bozulmayan ve uzun süre dayanabilen mallardır. Bunlar buzdolabı, çamaşır-bulaşık makinesi, fırın, kurutucu, derin dondurucu gibi ev aletlerinden başlayarak otomobil, tren, uçak gibi geniş yelpazeye kadar uzanmaktadır. Genelde satın alma maliyeti yüksek pahalı mallar oldukları için konjonktürel olarak kriz dönemlerinde satın alımları süresiz olarak ertelenebilmektedir.

Dayanıklı tüketim mallarının ev aletleri bölümü beyaz eşya ve kahverengi eşya olmak üzere iki alt sektöre ayrılmaktadır. Beyaz eşya sektörü, buzdolabı çamaşır-bulaşık makinesi, fırın, kurutucu, derin dondurucu, küçük ev aletleri gibi ürünlerden oluşmaktadır. Kahverengi eşya sektörü ise tüketici elektroniği denilen televizyon, müzik seti, DVD, VCD, ses sistemleri gibi ürünlerden oluşmaktadır. Dayanıklı tüketim mallarında

yeni modelleme dinamikleri ve kalite iyileştirmeleri hızlı fiyat düşüşlerinin yaşanmasına sebep olmaktadır (Gowrisankaran & Rysman, 2012, s. 1173).

Tüketicilerin beyaz eşya satın alma nedenleri arasındaki en önemli unsur neden satın aldığı veya almadığı ile marka tercihlerini en çok hangi faktörlerin etkilediğidir (Karadeniz, 2013, s. 191). Tüketiciler, dayanıklı tüketim malları grubu beyaz eşya sektöründe gerek ürün gerek mağaza anlamında çok fazla seçeneğin bulunması ve yoğun rekabet ortamında aynı anda bir ürün grubunda birbirinden farklı özelliklere sahip alternatiflerle karşılaşmaları neticesinde satın alma kararı vermekte zorlanmaktadırlar.

Bu kapsamda, çalışmanın amacı, tüketici satın alma davranışlarını etkileyen belirleyici unsurların demografik faktörlere göre farklılaşp farklılaşmadığını tespit etmek olarak belirlenmiştir. Söz konusu amaç doğrultusunda çalışmada öncelikle tüketici satın alma davranışı ile satın alma davranışını etkileyen demografik faktörler ele alınmıştır. Daha sonra araştırmaya ilişkin detaylı açıklamalara ve analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

2. Kavramsal Çerçeve

Kavramsal çerçevede ilk olarak tüketici satın alma davranışı kapsamlı olarak ele alınmış ve sonrasında tüketicilerin satın alma davranışını etkileyen demografik faktörler açıklanarak çalışmanın hipotezlerine yer verilmiştir.

2.1. Tüketici Satın Alma Davranışı

Tüketici davranışı, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayacak ürün, hizmet veya fikirleri satın almak için araştırma yapma, kullanma ve değerlendirme faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır (Schiffman & Kanuk, 2004, s. 4). Tüketici davranışı karmaşık bir yapıya sahiptir. Tüketiciler neyi, ne kadar, hangi ücretten, ne zaman, nereden alınıp veya alınmayacağı hakkında bir karara varmak durumundadırlar. Özetle satın alma davranışı, tüketicilerin ürünleri ve hizmetleri satın almalarıyla ilgili karar ve eylemlerinden oluşmaktadır (Kotler, 1997, s. 172).

Söz konusu karar ve eylemlerden oluşan süreçte, tüketiciler seçim yaparken karmaşık bir duruma karşı karşıya kalmaktadırlar. Tüketicilerin ekonomik kaynakları ile bilgiyi arama, saklama ve işleme yeteneklerinin sınırlı olması bu süreci zorlaştırmaktadır. Genel kabul gören tüketici davranış modeline göre tüketici karar süreci, tüketicilerin satın alma kararı vermek için mevcut bilgileri araması ve değerlendirmesi sonucunda oluşmaktadır. Tüketiciler, ürünün rakip markalara göre nasıl performans göstereceğine karar vermede, onlara rehberlik edebileceğini ve yardımcı olabileceğini düşündükleri birkaç seçici bilgiye güvenirlir. Örneğin, aralarında çok az fark olan ürünler arasından seçim yapılması durumunda yalnızca adı daha tanıdık olduğu için, durumlarını yansıttığını düşündükleri için veya bir sadakat planına aidiyet nedeniyle tüketici kararları şekillenebilmektedir (Nowlis, 1995; Akpoyomare vd., 2012). Tüketicilerin satın alma davranışlarında demografik özellikleri ve karar verme süreçleri de önem arz etmektedir. Bu nedenle pazarlama alanındaki profesyonellerin öncelikle tüketicilerin satın alma davranışını etkileyen faktörlerle, tüketicilerin satın alma karar süreçlerini çok iyi irdelemeleri gerekmektedir (Kotler, 1997, s. 172).

Hiçbir müşteri diğerine benzememektedir. Bu sebeple müşterilerin kendilerine özgü özelliklerinin belirlenmesi gerekir. Bununla birlikte tüketiciler karmaşık bir düşünce yapısına sahiptir, sürekli değişim ve gelişim içindedir. Dolayısıyla bu değişim, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarının sürekli gözlenmesi gereksinimini ortaya çıkarmaktadır (Mazlum, 2010, s. 53). Ayrıca tüketici davranışları insan davranışlarının bir alt kümesi olarak kabul edildiğinden öncelikle insan davranışlarının tanınması

gerekmektedir. Kişinin çevre ile etkileşim süreci olarak tanınabilen insan davranışı, tüketici davranışlarının temelini oluşturmaktadır. Her duygu, düşünce ve eylem insan davranışının bir parçası olduğundan tüketicilerin pazarla olan davranışlarının da bu çerçevede incelenmesi gerekmektedir. Söz konusu ifadeler doğrultusunda tüketici davranışlarını, bireyin özellikle ekonomik ürünleri ve hizmetleri satın alma ve kullanmadaki kararları ile bununla ilgili faaliyetleri olarak tanımlamak mümkündür (Odabaşı, 1986, s. 8).

Söz konusu açıklamalar doğrultusunda tüketici karakteristiğinin dört ana faktörü içerdiği ve bu faktörlerin de tüketiciler tarafından sergilenen farklı davranış türleri üzerinde büyük ölçüde etkili olduğu söylenebilir. Buna göre aşağıda yer alan faktörler tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyebilmektedir (Bakshi, 2012, s. 2).

- *Kültürel Faktörler*: Kültür, bir kişinin aile ve diğer önemli kurumlarla sosyalleşme süreçleri yoluyla edindiği istek ve davranışlarının temel belirleyicisidir.
- *Sosyal Faktörler*: Tüketici davranışı, gruplar, aile, sosyal rol ve statü gibi sosyal faktörlerden etkilenebilmektedir.
- *Demografik Faktörler*: Bir tüketicinin kararları büyük ölçüde cinsiyet, yaş, meslek, gelir ve yaşam tarzı gibi kişisel özelliklerden etkilenebilmektedir.
- *Psikolojik Faktörler*: Motivasyon, algı, inanç ve tutum gibi psikolojik faktörlerin de tüketici kararları üzerinde derin bir etkisi bulunmaktadır.

2.2. Satın Alma Davranışını Etkileyen Demografik Faktörler

İnsanların belirli bir durumda nasıl davranış sergileyeceğini etkileyen çeşitli faktörler söz konusudur. Tüketiciler yaş, gelir, eğitim, zevkler ve diğer faktörler açısından büyük farklılıklar göstermektedirler. Tüketicilerin satın alma kararları da bu özelliklerinden etkilenebilmektedir. Ancak bu durum aynı yaş, cinsiyet veya sosyal geçmişe sahip insanların benzer olduğu anlamına gelmemektedir (Bakshi, 2012, s. 2). Pazarlama araştırmalarında yaş, hane halkı sayısı, cinsiyet, gelir düzeyi ve sosyal sınıf gibi demografik faktörler yaygın olarak kullanılmakta ve tüketici davranışlarının incelenmesi için iyi göstergeler olarak kabul edilmektedir (İqbal vd., 2013, s. 34). Genel olarak satın alma davranışı üzerinde etkisi olduğu ifade edilen demografik unsurlar aşağıda yer almaktadır.

Cinsiyet

Erkekler ve kadınların tüketici özellikleri, bilgi değerlendirme süreçleri satın alma davranışları ve tercih ettikleri ürünler birbirinden farklılık göstermektedir. Pazarlama yöneticisi açısından ürünleri satın almada kararın kimin verdiğini, tutundurma çabalarında hangi cinsite hitap edeceklerini bilmeleri çok önemlidir. Değişen sosyoekonomik gelişmeler sonucunda kadın tüketicilerin satın alma karar ve faaliyetlerine daha etkin olarak katıldığı görülmektedir (Şimşek, 1990, s. 30). Jain ve Sharma (2012), yaptıkları çalışmada satın alma niyetine yönelik erkek ve kadın tutumları arasında önemli bir fark olduğunu tespit etmişlerdir. Yine benzer bir çalışma Madahi ve Sukati (2012) tarafından yapılmış ve cinsiyetin satın alma niyetini olumlu etkilediği ifade edilmiştir. Bu kapsamda araştırmada test edilecek ilk hipotez şu şekildedir;

H1: Beyaz eşya sektöründe tüketicilerin satın alma davranışı (H1a: mükemmeliyetçilik/yüksek kalite odaklılık, H1b: marka odaklılık, H1c: moda odaklılık, H1d: fiyat odaklılık, H1e: düşünmeden alışveriş yapma, H1f: alışkanlık, H1g: bilgi karmaşası yaşama, H1h: sosyo-kültürel faktörler, H1i: tercih edilen alışverişin türü) cinsiyete göre farklılaşmaktadır.

Yaş

Tüketicilerin yaşı ve yaş dönemi ürün, model ve stil tercihlerinde etkili olmaktadır. Pazarın değerlendirilmesinde yaş ve diğer demografik faktörler önem arz etmektedir. Dolayısıyla pazarlama stratejileri değişik tüketici gruplarının istek, ihtiyaç ve beklentilerine göre düzenlenmelidir (Mucuk, 2007, s. 77). Mo ve Wong (2012), tüketicilerin otomobil satın alma niyetlerinde yaşın etkili olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmada daha düşük gelirli genç tüketicilerin, daha yüksek gelire sahip yaşlı tüketicilere kıyasla otomobil satın alma olasılığının daha yüksek olduğu ifade edilmiştir. Bhat vd. (2021), demografik faktörlerin çevrimiçi satın alma niyeti üzerindeki etkisini araştırdıkları çalışmalarında, tüketicilerin cinsiyet, yaş, medeni durum ve aile yapılarının çevrimiçi satın alma niyetine yönelik algılarında önemli bir etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Bu doğrultuda araştırmada test edilecek ikinci hipotez şu şekildedir;

H2: Beyaz eşya sektöründe tüketicilerin satın alma davranışı (H2a: mükemmeliyetçilik/yüksek kalite odaklılık, H2b: marka odaklılık, H2c: moda odaklılık, H2d: fiyat odaklılık, H2e: düşünmeden alışveriş yapma, H2f: alışkanlık, H2g: bilgi karmaşası yaşama, H2h: sosyo-kültürel faktörler, H2i: tercih edilen alışverişin türü) yaşa göre farklılık göstermektedir.

Eğitim

Eğitim düzeyi tüketicilerin satın alma davranışını etkileyen önemli demografik özelliklerden birisidir. Eğitim düzeyi; ilköğretim, orta öğretim, üniversite ve lisansüstü (yüksek lisans/doktora) olarak gruplara ayrılmaktadır. Kişilerin eğitim düzeyi yükseldikçe ihtiyaçları da buna paralel olarak artmakta ve çeşitlenmektedir (Cemalcılar, 1999, s. 55). Che In ve Ahmad (2018) yaptıkları çalışmada cinsiyet, yaş ve eğitim düzeyinin tüketicilerin çevre dostu kişisel bakım ürünleri satın alma niyetleri üzerinde önemli etkileri olduğunu ortaya koymuşlardır. Rai (2020) çalışmasında farklı eğitim seviyeleri arasında satın alma niyetinde önemli farklılıklar olduğunu belirtmiştir. Bu kapsamda araştırmada test edilecek üçüncü hipotez şu şekildedir;

H3: Beyaz eşya sektöründe tüketicilerin satın alma davranışı (H3a: mükemmeliyetçilik/yüksek kalite odaklılık, H3b: marka odaklılık, H3c: moda odaklılık, H3d: fiyat odaklılık, H3e: düşünmeden alışveriş yapma, H3f: alışkanlık, H3g: bilgi karmaşası yaşama, H3h: sosyo-kültürel faktörler, H3i: tercih edilen alışverişin türü) eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

Medeni Durum

Satın alma davranışını etkileyen demografik faktörlerden birisi de medeni durumdur. İnsanların evli iken ihtiyaçları farklı, bekar veya dul/boşanmış ise ihtiyaçları daha farklı olmaktadır. Örneğin bekar insanlar daha çok bireysel ihtiyaçlarına yönelik satın alma yaparken evli tüketiciler daha çok eşlere, çocuklara ve eve yönelik harcamalar yapmaktadır. Buda tüketicilerin satın almaya yönelik tercihleri ile çok yakından bir durum olduğu için pazarlama yönetimi açısından çok önemli bir kaynaktır. Aynı aylık gelire sahip bekar bir tüketici ile evli bir tüketicinin satın alma kararları farklı yönde olacaktır (Şireli, 1980, s. 36). Sharma ve Kaur (2015) yaptıkları çalışmada cinsiyet ve medeni durumun satın alma davranışını önemli ölçüde etkilediğini ifade etmişlerdir. Singh ve Rana (2018), tüketicilerin çevrimiçi alışveriş algısını ve bunu etkileyen faktörleri belirlemeyi amaçladıkları çalışmalarında, çevrimiçi alışverişin benimsenmesinde

eğitimin ve medeni durumun önemli bir etkiye sahip olduğunu tespit etmişlerdir. Bu çerçevede araştırmada test edilecek dördüncü hipotez şu şekildedir;

H4: Beyaz eşya sektöründe tüketicilerin satın alma davranışı (H4a: mükemmeliyetçilik/yüksek kalite odaklılık, H4b: marka odaklılık, H4c: moda odaklılık, H4d: fiyat odaklılık, H4e: düşünmeden alışveriş yapma, H4f: alışkanlık, H4g: bilgi karmaşası yaşama, H4h: sosyo-kültürel faktörler, H4i: tercih edilen alışverişin türü) medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

Gelir

Tüketicilerin satın alma davranışlarını direk etkileyen en önemli unsur gelirdir. Tüketicilerin gelirlerinden birtakım vergiler kesildikten sonra kalan kısmı harcanabilir gelir olarak tüketicilerin satın alma gücünü gösterir. Alman istatistikçi Ernst Engel (1857) tarafından yapılan bir araştırmaya göre tüketicilerin aile gelirleri yüzde olarak arttığında, yiyecek maddelerine yaptıkları harcamalar yüzde olarak azalmakta, giyim ve zorunlu harcamaları yüzde olarak pek değişmemekte ve zorunlu olmayan (lüks) maddelere yapılan harcamaların miktarı yüzde olarak artmaktadır (Mucuk, 2007, s. 70). Pazarlama yönetimi tüketicilerin gelir durumlarını çok iyi gözlemlemek durumundadır. Eğer ülke ekonomisinde bir durgunluk varsa, pazarlama yönetimi ürünlerin fiyatlarını, tasarımlarını, muadillerini ve daha cazip alternatif çözümleri üretmek zorundadır.

Ashofteh ve Dehghanan (2017) çalışmalarında, demografik faktörlerin İranlı tüketicilerin satın alma kararları üzerindeki etkilerini araştırmışlar ve cinsiyet, yaş ve gelirin satın alma davranışı üzerinde etkili olduğunu tespit etmişlerdir. Ugbomhe vd. (2021), tüketicilerin anlık satın alma davranışını etkileyen demografik faktörleri belirlemeye çalıştıkları araştırmalarında, yaş, cinsiyet, gelir, medeni durum, eğitim ve mesleğin tüketicilerin anlık satın alma davranışlarını olumlu yönde etkilediği ortaya konmuştur. Bu kapsamda araştırmada test edilecek beşinci hipotez şu şekildedir;

H5: Beyaz eşya sektöründe tüketicilerin satın alma davranışı (H5a: mükemmeliyetçilik/yüksek kalite odaklılık, H5b: marka odaklılık, H5c: moda odaklılık, H5d: fiyat odaklılık, H5e: düşünmeden alışveriş yapma, H5f: alışkanlık, H5g: bilgi karmaşası yaşama, H5h: sosyo-kültürel faktörler, H5i: tercih edilen alışverişin türü) gelire göre farklılık göstermektedir.

3. Araştırmanın Yöntemi

Bu başlık altında araştırmanın amacı ve kapsamına, evren ve örneklemine, veri toplama yöntem ve araçları ile analiz yöntemine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın amacı, Karabük ilindeki tüketicilerin beyaz eşya satın alma davranışlarını etkileyen unsurların, demografik faktörlere göre farklılaşım farklılaşmadığını ortaya koyabilmektir. Araştırma sonunda çıkan sonuçların sektörde faaliyet gösteren firmaların üretim ve satış stratejilerine katkı vermesi beklenmektedir. Ayrıca Karabük'teki tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen faktörleri ve bunların etkileri çerçevesinde satın alma tercihlerinin, satın alma kanallarının, şekillerinin, kültürlerinin belirlenmesine de olanak sağlayacaktır.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, Karabük il merkezinde yaşayan nihai tüketiciler oluşturmaktadır. Araştırma dayanıklı tüketim malları grubundan beyaz eşya satın alımlarıyla sınırlandırılmıştır. Araştırma kapsamında tüketicilerin demografik özellikleri olarak; cinsiyetleri, yaşları, eğitim düzeyleri, medeni durumları ve aylık gelirleri belirlenmiştir. Çalışmada örnekleme yöntemi olarak, tesadüfi örnekleme yöntemleri içinde en çok tercih edilen kolayda örnekleme yöntemi seçilmiştir. Bu yöntem ve kişisel görüşme ile gerçekleştirilen anket ile 406 kişiye ulaşılmış ve sonuç olarak 406 anket değerlendirilmiştir.

3.3. Veri Toplama Yöntem ve Araçları

Araştırmada veri toplama amacıyla anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm katılımcıların demografik özelliklerini; cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, medeni durumu ve aylık gelirlerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölüm; beyaz eşya sektöründe tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen faktörler; tercihleri, araştırma yapma nedenleri, beyaz eşya satın alırken yararlandıkları bilgi kaynakları, etkilendikleri çevre ve sosyo - kültürel faktörlerle, satın alma yöntemleri, marka bağlılıkları ve fiyat öncelikleri, ürün çeşitleri, tercih ettikleri pazarları, yaptıkları ödeme şekilleri ile ilgili bilgileri içeren sorulardan oluşmaktadır.

Anket yüz yüze görüşme ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kullanılan tüketicilerin satın alma davranışını etkileyen belirleyicilerden; mükemmeliyetçilik/yüksek kalite odaklılık, marka odaklılık, moda odaklılık, fiyat odaklılık, düşünmeden alışveriş/dikkatsizlik, alışkanlık/marka bağlılığı, bilgi karmaşası yaşama faktörleri Dursun vd. (2013) tarafından yapılan çalışmadan; sosyo-kültürel faktörler ve alışveriş türü belirleyicileri Penpece (2006) tarafından yapılan çalışmadan alınmıştır. Ankette yer alan ölçek maddelerinin derecelendirilmesinde 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. Söz konusu derecelendirmede "1= Kesinlikle Katılmıyorum", "2= Katılmıyorum", "3= Kararsızım", "4= Katılıyorum" ve "5= Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde ifadeler yer almaktadır.

3.4. Analiz Yöntemi

Anket yöntemi ile elde edilen veriler SPSS programına tabi tutulmuştur. Araştırmada ilk olarak kullanılan satın alma davranışı ölçeğinin yapı geçerliliği test edilmiştir. Satın alma ölçeğine ait boyutsal yapının belirlenebilmesi için 24 maddeye açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Daha sonra güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Güvenirlik değerleri Cronbach Alfa (α) istatistiğinin hesaplanması ile belirlenmiştir. Cronbach Alfa istatistiği, 0 - 1 arasında değerler almaktadır. Araştırma kapsamında oluşturulan hipotezler t-testi ve ANOVA testi aracılığıyla araştırılmıştır.

4. Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde katılımcıların demografik bilgilerine, geçerlilik ve güvenilirlik analizlerine, son olarak da hipotezlere ilişkin test sonuçlarına yer verilmiştir.

4.1. Demografik Özellikler

Analiz kapsamındaki tüketicilerin demografik bilgileri Tablo 1'de yer almaktadır.

Değişken	Kategori	N	%
Cinsiyet	Erkek	177	43,6
	Kadın	229	56,4
Yaş	30 ve altı	101	24,8
	31-40 arası	135	33,3
	41-50 arası	97	23,9
	51 ve üstü	73	18,0
Medeni Durum	Bekar	105	25,9
	Evli	275	67,7
	Diğer	26	6,4
Eğitim Seviyesi	İlköğretim	67	16,5
	Lise	107	26,4
	Üniversite	196	48,4
	Lisansüstü	36	8,9
Aylık Gelir	500 TL ve daha az	9	2,2
	501-1000 TL arası	44	10,8
	1001-2500 TL arası	198	48,8
	2501 TL ve daha fazla	155	38,2
Toplam		406	100

Tablo 1. Demografik Dağılım

Katılımcıların cinsiyete göre dağılımı incelendiğinde, çalışmaya 177 (%43,6) erkek ve 229 (%56,4) kadın katılım göstermiştir. Katılımcıların %33,3'ü 31-40 yaş aralığında ve %67,7'sinin evli olduğu görülmektedir. Buna göre araştırmaya katılanlar büyük oranda 30 yaş üstünde ve evlidirler. Araştırmaya katılanların %48,4'ünün üniversite mezunu olduğu ve 1001-2500 TL aylık gelire (%48,8) sahip oldukları belirlenmiştir.

4.2. Geçerlilik ve Güvenirlik Analizi

Araştırmada ilk olarak kullanılan satın alma davranışı ölçeğinin yapı geçerliliği test edilmiştir. Gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizi sonucunda ölçekte yer alan 2 ifadenin faktör yükünün 0,50'nin altında olduğu gözlenmiş ve iki ifade analiz dışında bırakılarak faktör analizi tekrarlanmıştır. 22 madde ile gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 2'de gösterilmektedir.

İfadeler	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Faktör 1: Mükemmeliyetçilik/Yüksek Kalite Odaklılık									
Konu bir ürün satın almak olunca en iyisini ya da en kusursuz olanı almaya çalışırım.	0,868								
Aldığım ürünlerin kalitesinin yüksek olması benim için çok önemlidir	0,821								
Genellikle beyaz eşya alırken kalitesi en yüksek ürünü satın almaya çalışırım	0,818								
Satın aldığım ürünlere yönelik standartlarım ve beklentilerim oldukça yüksektir	0,592								
Faktör 2: Marka Odaklılık									
Genellikle daha pahalı markaları tercih ederim.		0,910							
Bir ürün ne kadar pahalı ise o kadar kaliteliştir.		0,902							
En çok satın alınan markaları almayı tercih ederim.		0,872							
Faktör 3: Moda Odaklılık									
Yoğun reklamları yapılan güncel ürünleri tercih ederim.			0,880						
En yüksek teknolojiye sahip ürünleri tercih ederim.			0,868						
Faktör 4: Fiyat Odaklılık									
Çoğunlukla indirimde olan ürünleri tercih ederim.				0,893					
Genellikle bütçeme göre harcamalarımı dikkat ederim.				0,893					
Faktör 5: Düşünmeden Alışveriş/Dikkatsizlik									
Sonradan pişman olduğum dikkatsiz alış-veriş yapmışımdır.					0,850				
Satın alırken düşünmeden karar veririm.					0,753				
Faktör 6: Aılışkanlık/Marka Bağlılığı									
Daha önce satın aldığım favori markalar vardır.						0,851			
Hoşuma giden bir ürün ya da marka bulduğum zaman onu kolay kolay bırakmam.						0,767			
Faktör 7: Bilgi Karmaşası Yaşama									
Ürün hakkında ne kadar çok şey öğrenirsem aralarında seçim yapmakta o kadar zorlanıyorum.							0,882		

İfadeler	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Farklı ürünlerde edindiğim bilgiler kafamın karışmasına yol açıyor.							0,873		
Faktör 8: Sosyo-Kültürel Faktörler									
Yakın akraba ve veya çevremdeki tanıdıklarımın aldığı ürünleri tercih ederim.								0,819	
Ailemin istediği ürünleri tercih ederim.								0,784	
Tanıdığım satıcıya güvenirim, onun tavsiyesine göre hareket ederim.								0,617	
Faktör 9: Alışveriş Türü									
İnternette alış-veriş yapmayı tercih ederim.									0,796
Mağazaları dolaşarak satın alırım.									0,793
KMO Uygunluk Ölçütü = 0,703									
Barlett Küresellik Testi	$\chi^2 = 2914,836$	sd = 231			p = 0,001				
Varyans Açıklama Oranı (%) = 67,767									

Tablo 2. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda varyans açıklama yüzdesi 1'den büyük olan 9 faktör belirlenmiş ve bu 9 faktörün toplam değişkenliğini %67,767'sini açıklama yeteneğine sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu çerçevede birinci faktör mükemmeliyetçilik/yüksek kalite odaklılık, ikinci faktör marka odaklılık, üçüncü faktör moda odaklılık, dördüncü faktör fiyat odaklılık, beşinci faktör düşünmeden alışveriş/dikkatsizlik, altıncı faktör alışkanlık/marka bağlılığı, yedinci faktör bilgi karmaşası yaşama, sekizinci faktör sosyo-kültürel faktörler ve dokuzuncu faktör alışveriş türü şeklinde isimlendirilmektedir.

Faktör isimleri tespit edildikten sonra güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Güvenirlik değerleri Tablo 3'te gösterilmektedir.

Ölçek / Boyut	Madde Sayısı	Güvenilirlik Değeri (α)
Mükemmeliyetçilik/yüksek kalite odaklılık	4	0,799
Marka odaklılık	3	0,889
Moda odaklılık	2	0,814
Fiyat odaklılık	2	0,827
Düşünmeden alışveriş/dikkatsizlik	2	0,614
Alışkanlık/marka bağlılığı	2	0,624
Bilgi karmaşası yaşama	2	0,769
Sosyo-kültürel faktörler	3	0,646
Alışveriş türü	2	0,649
Satın Alma Davranışı Ölçeği	22	0,708

Tablo 3. Güvenirlik Değerleri

Tablo 3'e göre tüm alt boyutlara ve ölçeğin tamamına ilişkin elde edilen güvenilirlik değerlerinin 0,60'ın üzerinde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar çerçevesinde satın alma davranışı ölçeğinin yapısal olarak geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu söylenebilir.

4.3. Hipotez Testleri

Araştırma kapsamında nihai tüketicilerin satın alma davranışlarının demografik değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla oluşturulan hipotezler t-testi ve ANOVA testi aracılığıyla araştırılmıştır.

İlk hipotez kapsamında tüketicilerin satın alma davranışlarına ilişkin boyutların cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığı test edilmektedir. Gerçekleştirilen t-testi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 4'te sunulmaktadır.

Satın Alma Davranışları	Cinsiyet	Ortalama	Std. Sapma	t-testi	p
Mükemmeliyetçilik/yüksek kalite odaklılık	Erkek	4,262	0,665	-0,74	0,941
	Kadın	4,267	0,624		
Marka odaklılık	Erkek	3,122	1,040	-4,148	0,001**
	Kadın	3,545	1,003		
Moda odaklılık	Erkek	3,590	0,950	0,139	0,890
	Kadın	3,576	1,046		
Fiyat odaklılık	Erkek	3,737	1,098	0,199	0,843
	Kadın	3,716	1,033		
Düşünmeden alışveriş/dikkatsizlik	Erkek	2,629	0,963	-1,093	0,275
	Kadın	2,735	0,970		
Alışkanlık/marka bağlılığı	Erkek	3,909	0,727	-1,412	0,159
	Kadın	4,017	0,790		
Bilgi karmaşası yaşama	Erkek	3,353	1,007	-2,417	0,016*
	Kadın	3,593	0,986		
Sosyo-kültürel faktörler	Erkek	3,156	0,804	-2,311	0,021*
	Kadın	3,349	0,856		
Alışveriş türü	Erkek	3,723	0,965	-1,295	0,196
	Kadın	3,842	0,889		

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$; N= erkek 177, kadın 229

Tablo 4. Cinsiyete Göre Satın Alma Davranışlarındaki Farklılıklar

Tablo 4 incelendiğinde, araştırmaya katılan tüketicilerin satın alma davranışlarının marka odaklılık ($t(404)=-4,148$, $p < 0,01$), bilgi karmaşası yaşama ($t(404)=-2,417$, $p < 0,05$) ve sosyo-kültürel faktörler ($t(404)=-2,311$, $p < 0,05$) boyutları açısından cinsiyete göre istatistiksel olarak farklılaştığı görülmektedir. Buna göre H1b, H1g ve H1h hipotezleri kabul edilirken, H1a, H1c, H1d, H1e, H1f ve H1i hipotezleri ret edilmiştir. Ortalamalara göre, kadın tüketiciler erkek tüketicilere göre daha fazla marka odaklı satın alma davranışı sergilemekte, satın alma sürecinde erkeklere oranla daha fazla bilgi karmaşası yaşamakta ve satın alma sürecinde sosyo-kültürel faktörlerden daha fazla etkilenmektedirler. Diğer bir ifadeyle kadın tüketiciler satın alma kararlarında; ailelerinin istedikleri ürünleri almayı, tanıdığı satıcıya güvenip onun tavsiyelerine göre karar vermeyi erkek tüketicilerden çok daha fazla önemsemektedir.

Araştırmanın ikinci hipotezi kapsamında tüketicilerin satın alma davranışlarına ilişkin boyutların yaşa göre farklılaşıp farklılaşmadığı test edilmektedir. Gerçekleştirilen ANOVA analizi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 5'de sunulmaktadır.

Satın Alma Davranışları	Yaş	Ortalama	Std. Sapma	F testi	p
Mükemmeliyetçilik/yüksek kalite odaklılık	30 ve altı	4,247	0,614	0,363	0,779
	31-40 arası	4,263	0,705		
	41-50 arası	4,319	0,606		
	51 ve üstü	4,222	0,608		
Marka odaklılık	30 ve altı	3,412	1,056	0,502	0,681
	31-40 arası	3,367	1,062		
	41-50 arası	3,254	1,032		
	51 ve üstü	3,420	0,995		
Moda odaklılık	30 ve altı	3,465	1,056	0,665	0,574
	31-40 arası	3,648	1,031		
	41-50 arası	3,597	0,967		
	51 ve üstü	3,602	0,935		
Fiyat odaklılık	30 ve altı	3,712	1,116	0,158	0,924
	31-40 arası	3,744	1,048		
	41-50 arası	3,762	1,115		
	51 ve üstü	3,657	0,942		
Düşünmeden alışveriş/dikkatsizlik	30 ve altı	2,896	1,037	3,763	0,011*
	31-40 arası	2,722	0,955		
	41-50 arası	2,639	0,945		
	51 ve üstü	2,411	0,859		
Alışkanlık/marka bağlılığı	30 ve altı	3,960	0,767	0,917	0,433
	31-40 arası	3,896	0,828		
	41-50 arası	4,010	0,725		
	51 ve üstü	4,068	0,683		
Bilgi karmaşası yaşama	30 ve altı	3,475	0,978	2,741	0,044*
	31-40 arası	3,625	1,071		
	41-50 arası	3,273	0,954		
	51 ve üstü	3,541	0,927		
Sosyo-kültürel faktörler	30 ve altı	3,085	0,863	6,447	0,001**
	31-40 arası	3,244	0,826		
	41-50 arası	3,209	0,833		
	51 ve üstü	3,625	0,736		
Alışveriş türü	30 ve altı	3,653	0,950	2,682	0,046*
	31-40 arası	3,833	0,940		
	41-50 arası	3,701	0,906		
	51 ve üstü	4,020	0,843		

* p<0,05, **p<0,01; N= 30 ve altı 101, 31-40 arası 135, 41-50 arası 97, 51 ve üstü 73

Tablo 5. Yaş Göre Satın Alma Davranışlarındaki Farklılıklar

Tablo 5'e göre, satın alma davranışının düşünmeden alışveriş/dikkatsizlik ($F(3-402)= 3,763, p<0,05$), bilgi karmaşası yaşama ($F(3-402)= 2,741, p<0,05$), sosyo-kültürel faktörler ($F(3-402)= 6,447, p<0,01$) ve alışveriş türü ($F(3-402)= 2,682, p<0,05$) boyutları yaşa göre farklılaşmaktadır. Buna göre H2e, H2g, H2h ve H2i hipotezleri kabul edilirken, H2a, H2b, H2c, H2d ve H2f hipotezleri ret edilmiştir.

Bu kapsamda tüketicilerin yaşı yükseldikçe düşünmeden alışveriş yapma/dikkatsizlik davranışının azaldığı tespit edilmiştir. Satın alma sürecinde en fazla bilgi karmaşası yaşayan yaş grubunun 31-40 yaş arası tüketiciler olduğu, en az bilgi karmaşası yaşayan yaş grubunun ise 41-50 yaş arası tüketiciler olduğu belirlenmiştir. Yine satın alma sürecinde sosyo-kültürel faktörlere dikkat etme tüketicilerin yaşı yükseldikçe artmaktadır. Son olarak ise tüketicilerin yaşı yükseldikçe alışveriş türünün farklılaştığı tespit edilmiştir.

Araştırmanın üçüncü hipotezi kapsamında tüketicilerin satın alma davranışlarına ilişkin boyutların eğitim durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığı test edilmektedir. Gerçekleştirilen ANOVA analizi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 6'da sunulmaktadır.

Satın Alma Davranışları	Eğitim Seviyesi	Ortalama	Std. Sapma	F testi	p
Mükemmeliyetçilik/yüksek kalite odaklılık	İlköğretim	4,145	0,724	2,130	0,096
	Lise	4,212	0,668		
	Üniversite	4,303	0,626		
	Lisansüstü	4,437	0,406		
Marka odaklılık	İlköğretim	3,582	0,932	2,917	0,034*
	Lise	3,457	1,015		
	Üniversite	3,295	1,095		
	Lisansüstü	3,018	0,897		
Moda odaklılık	İlköğretim	3,544	1,039	0,385	0,764
	Lise	3,658	0,967		
	Üniversite	3,574	1,016		
	Lisansüstü	3,472	1,006		
Fiyat odaklılık	İlköğretim	3,835	0,897	2,060	0,105
	Lise	3,897	1,025		
	Üniversite	3,607	1,149		
	Lisansüstü	3,652	0,876		
Düşünmeden alışveriş/dikkatsizlik	İlköğretim	2,664	0,918	0,665	0,574
	Lise	2,649	0,863		
	Üniversite	2,750	1,057		
	Lisansüstü	2,527	0,836		
Alışkanlık/marka bağlılığı	İlköğretim	4,044	0,873	0,527	0,664
	Lise	4,009	0,806		
	Üniversite	3,936	0,731		
	Lisansüstü	3,902	0,583		
Bilgi karmaşası yaşama	İlköğretim	3,813	0,815	6,321	0,001**
	Lise	3,663	0,994		
	Üniversite	3,341	1,037		
	Lisansüstü	3,166	0,910		
Sosyo-kültürel faktörler	İlköğretim	3,855	0,667	24,376	0,001**
	Lise	3,464	0,835		
	Üniversite	3,018	0,797		
	Lisansüstü	2,916	0,629		
Alışveriş türü	İlköğretim	4,276	0,598	21,672	0,001**
	Lise	4,042	0,898		
	Üniversite	3,625	0,871		
	Lisansüstü	3,041	1,071		

* p<0,05, **p<0,01; N= ilköğretim 67, lise 107, üniversite 196, lisansüstü 36

Tablo 6. Eğitim Seviyesine Göre Satın Alma Davranışlarındaki Farklılıklar

Tablo 6'ya göre, satın alma davranışının marka odaklılık (F(3-402)= 2,917, p<0,05), bilgi karmaşası yaşama (F(3-402)= 6,321, p<0,01), sosyo-kültürel faktörler (F(3-402)= 24,376, p<0,01) ve alışveriş türü (F(3-402)= 21,672, p<0,01) boyutları eğitim durumuna göre farklılaşmaktadır. Buna göre H3b, H3g, H3h ve H3i hipotezleri kabul edilirken, H3a, H3c, H3d, H3e ve H3f hipotezleri ret edilmiştir. Bu kapsamda eğitim durumu yükseldikçe marka odaklı satın alma davranışı azalmaktadır. Yine eğitim durumu yükseldikçe satın alma sürecinde bilgi karmaşası yaşama azalmaktadır. Satın alma sürecinde sosyo-kültürel faktörlere dikkat etme eğitim durumu yükseldikçe azalmaktadır. Benzer şekilde alışveriş türü eğitim seviyesine göre farklılaşmaktadır.

Araştırmanın dördüncü hipotezi kapsamında tüketicilerin satın alma davranışlarına ilişkin boyutların medeni duruma göre farklılaşıp farklılaşmadığı test edilmektedir. Gerçekleştirilen ANOVA analizi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 7'de sunulmaktadır.

Satın Alma Davranışları	Medeni Durum	Ortalama	Std. Sapma	F testi	P
Mükemmeliyetçilik/yüksek kalite odaklılık	Bekar	4,204	0,621	1,155	0,316
	Evli	4,298	0,650		
	Diğer	4,163	0,628		
Marka odaklılık	Bekar	3,647	0,956	5,493	0,004**
	Evli	3,259	1,059		
	Diğer	3,282	0,978		
Moda odaklılık	Bekar	3,500	1,037	0,976	0,378
	Evli	3,629	0,984		
	Diğer	3,423	1,083		
Fiyat odaklılık	Bekar	3,428	1,215	6,949	0,001**
	Evli	3,858	0,962		
	Diğer	3,519	1,153		
Düşünmeden alışveriş/dikkatsizlik	Bekar	2,857	1,039	2,961	0,039*
	Evli	2,610	0,934		
	Diğer	2,846	0,946		
Alışkanlık/marka bağlılığı	Bekar	3,933	0,766	0,255	0,775
	Evli	3,989	0,709		
	Diğer	3,923	1,222		
Bilgi karmaşası yaşama	Bekar	3,357	0,979	2,150	0,118
	Evli	3,510	1,008		
	Diğer	3,788	0,971		
Sosyo-kültürel faktörler	Bekar	3,082	0,892	4,006	0,019*
	Evli	3,312	0,802		
	Diğer	3,500	0,895		
Alışveriş türü	Bekar	3,571	1,010	4,153	0,016*
	Evli	3,874	0,863		
	Diğer	3,788	1,059		

* p<0,05, **p<0,01; N= Bekar 105, Evli 275, Diğer 26

Tablo 7. Medeni Duruma Göre Satın Alma Davranışlarındaki Farklılıklar

Tablo 7'ye göre, satın alma davranışının marka odaklılık ($F(2-403)= 5,493$, $p<0,01$), fiyat odaklılık ($F(2-403)= 6,949$, $p<0,01$), düşünmeden alışveriş/dikkatsizlik ($F(2-403)= 2,961$, $p<0,05$), sosyo-kültürel faktörler ($F(2-403)= 4,006$, $p<0,05$) ve alışveriş türü ($F(2-403)= 4,153$, $p<0,05$) boyutları medeni duruma göre farklılaşmaktadır. Buna göre H4b, H4d, H4e, H4h ve H4i hipotezleri kabul edilirken, H4a, H4c, H4f ve H4g hipotezleri ret edilmiştir. Bu kapsamda bekar tüketicilerin marka odaklı satın alma davranışı evli tüketicilere göre daha yüksektir. Evli tüketiciler bekar tüketicilere göre daha fazla fiyat odaklı satın alma davranışı sergilemektedir. Bekar tüketiciler evli tüketicilere göre düşünmeden alışveriş/dikkatsiz satın alma davranışını daha yüksek oranda gerçekleştirmektedir. Evli tüketiciler sosyo-kültürel faktörlere bekar tüketicilere göre daha fazla dikkat etmektedir. Alışveriş türü bekar ve evli tüketicilere göre farklılaşmaktadır.

Araştırmanın beşinci hipotezi kapsamında tüketicilerin satın alma davranışlarına ilişkin boyutların aylık gelire göre farklılaşıp farklılaşmadığı test edilmektedir. Gerçekleştirilen ANOVA analizi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 8'de sunulmaktadır.

Satın Alma Davranışları	Aylık Gelir	Ortalama	Std. Sapma	F testi	P
Mükemmeliyetçilik/yüksek kalite odaklılık	500 TL ve daha az	3,861	0,469	4,914	0,002**
	501 TL-1000 TL	4,000	0,647		
	1001 TL-2500 TL	4,270	0,631		
	2501 TL ve daha fazla	4,358	0,637		
Marka odaklılık	500 TL ve daha az	3,777	1,2247	2,890	0,035*
	501 TL-1000 TL	3,575	1,045		
	1001 TL-2500 TL	3,431	0,954		
	2501 TL ve daha fazla	3,187	1,112		
Moda odaklılık	500 TL ve daha az	2,777	1,003	3,861	0,010**
	501 TL-1000 TL	3,318	1,000		
	1001 TL-2500 TL	3,694	0,955		
	2501 TL ve daha fazla	3,561	1,040		
Fiyat odaklılık	500 TL ve daha az	4,388	0,485	4,188	0,006**
	501 TL-1000 TL	4,147	1,037		
	1001 TL-2500 TL	3,681	1,028		
	2501 TL ve daha fazla	3,622	1,098		
Düşünmeden alışveriş/dikkatsizlik	500 TL ve daha az	2,555	0,726	1,589	0,192
	501 TL-1000 TL	2,977	0,988		
	1001 TL-2500 TL	2,681	0,966		
	2501 TL ve daha fazla	2,625	0,969		
Alışkanlık/marka bağlılığı	500 TL ve daha az	4,111	0,600	2,426	0,065
	501 TL-1000 TL	3,772	0,872		
	1001 TL-2500 TL	4,060	0,736		
	2501 TL ve daha fazla	3,903	0,764		
Bilgi karmaşası yaşama	500 TL ve daha az	3,611	0,961	3,339	0,019*
	501 TL-1000 TL	3,534	0,878		
	1001 TL-2500 TL	3,626	0,969		
	2501 TL ve daha fazla	3,293	1,051		
Sosyo-kültürel faktörler	500 TL ve daha az	3,444	1,092	8,305	0,001**
	501 TL-1000 TL	3,681	0,787		
	1001 TL-2500 TL	3,338	0,827		
	2501 TL ve daha fazla	3,043	0,794		
Alışveriş türü	500 TL ve daha az	3,444	1,236	4,805	0,003**
	501 TL-1000 TL	4,102	0,759		
	1001 TL-2500 TL	3,878	0,897		
	2501 TL ve daha fazla	3,609	0,947		

* p<0,05, **p<0,01; N= 500 TL ve daha az 9, 501 TL-1000 TL arası 44, 1001 TL-2500 TL arası 198, 2501 TL ve daha fazla 155.

Tablo 8. Aylık Gelire Göre Satın Alma Davranışlarındaki Farklılıklar

Tablo 8'e göre, satın alma davranışının mükemmeliyetçilik/yüksek kalite odaklılık (F(3-402)= 4,914, p<0,01), marka odaklılık (F(3-402)= 2,890, p<0,05), moda odaklılık (F(3-402)= 3,861, p<0,01), fiyat odaklılık (F(3-402)= 4,188, p<0,01), bilgi karmaşası yaşama (F(3-402)= 3,339, p<0,05), sosyo-kültürel faktörler (F(3-402)= 8,305, p<0,01) ve alışveriş türü (F(3-402)= 4,805, p<0,01) boyutları aylık gelire göre farklılaşmaktadır. Buna göre H5a, H5b, H5c, H5d, H5g, H5h ve H5i hipotezleri kabul edilirken, H5e ve H5f hipotezleri ret edilmiştir.

Bu kapsamda, aylık gelir arttıkça tüketiciler daha fazla mükemmeliyetçi/yüksek kalite odaklı satın alma davranışı sergilemektedir. Tüketicilerin aylık geliri yükseldikçe moda odaklı satın alma davranışı artmaktadır. Aylık gelir azaldıkça fiyat odaklı satın alma davranışı artmaktadır. Satın alma sürecinde en fazla bilgi karmaşası yaşayan tüketiciler 1001 TL-2500 TL arası aylık gelire sahip olanlar iken, en az bilgi karmaşası yaşayan tüketiciler 2500 TL ve daha fazla aylık gelire sahip olanlar olarak belirlenmiştir. Aylık gelir yükseldikçe satın alma sürecinde sosyo-kültürel faktörlere dikkat etme oranı azalmaktadır. Alışveriş türüne en fazla dikkat eden tüketiciler 501-1000 TL arası aylık

gelire sahip olanlar ve en az dikkat edenler ise 500 TL ve daha az aylık gelire sahip olanlar olarak tespit edilmiştir.

5. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, tüketicilerin, beyaz eşya sektörüne yönelik satın alma davranışlarını etkileyen unsurların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi ve aylık gelir gibi demografik faktörlere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırma Karabük il merkezinde yaşayan nihai tüketicileri kapsamaktadır. Araştırma, 406 katılımcıyla anket yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada tüketicilerin satın alma davranışlarının demografik faktörlere göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla oluşturulan hipotezler t-testi ve ANOVA testi aracılığıyla araştırılmıştır. Çalışma kapsamında oluşturulan hipotezler test edilmiş ve sonuçlar genel hatlarıyla aşağıda özetlemiştir.

İlk hipotez kapsamında tüketicilerin satın alma davranışlarına ilişkin boyutların cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığı test edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre kadınların erkeklere göre beyaz eşya satın alırken daha çok markaya önem verdikleri, erkeklere nazaran daha çok bilgi karmaşası yaşadıkları ve sosyo-kültürel faktörlere göre karar verme eğilimi gösterdikleri tespit edilmiştir. İkinci hipotez kapsamında tüketicilerin satın alma davranışlarına ilişkin boyutların yaşa göre farklılaşıp farklılaşmadığı test edilmiştir. Buna göre tüketicilerin yaşı arttıkça düşünmeden alışveriş yapma/dikkatsizlik davranışının azaldığı tespit edilmiştir. Satın alma sürecinde en fazla bilgi karmaşası yaşayan yaş grubunun 31-40 yaş arası tüketiciler olduğu, en az bilgi karmaşası yaşayan yaş grubunun ise 41-50 yaş arası tüketiciler olduğu belirlenmiştir. Yine satın alma sürecinde sosyo-kültürel faktörlere dikkat etme, tüketicilerin yaşı arttıkça artış göstermekte olup bu durum en çok 51 ve üstü yaş grubunda görülmektedir. Ayrıca tüketicilerin yaşı arttıkça alışveriş türünün farklılaştığı da tespit edilmiştir.

Araştırmanın üçüncü hipotezi kapsamında tüketicilerin satın alma davranışlarına ilişkin boyutların eğitim seviyesine göre farklılaşıp farklılaşmadığı test edilmiştir. Buna göre eğitim durumu yükseldikçe marka odaklı satın alma davranışının ve satın alma sürecinde bilgi karmaşası yaşama olasılığının azaldığı belirlenmiştir. Bununla birlikte satın alma sürecinde sosyo-kültürel faktörlere dikkat etme eğitimi durumu yükseldikçe azalmaktadır. Ayrıca alışveriş türü eğitim seviyesine göre farklılık göstermektedir. Araştırmanın dördüncü hipotezi kapsamında tüketicilerin satın alma davranışlarına ilişkin boyutların medeni duruma göre farklılaşıp farklılaşmadığı test edilmiştir. Bu kapsamda bekar tüketicilerin marka odaklı satın alma davranışı gösterme eğiliminin evli tüketicilere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Evli tüketiciler ise bekar tüketicilere göre daha fazla fiyat odaklı satın alma davranışı sergilemektedir. Bekar tüketicilerde evli tüketicilere göre düşünmeden alışveriş/dikkatsiz bir biçimde satın alma davranışı daha yüksek oranda gerçekleştirilmektedir. Ayrıca evli tüketicilerin sosyo-kültürel faktörlerden bekar tüketicilere göre daha fazla etkilendiği belirlenmiştir.

Araştırmanın beşinci hipotezi kapsamında tüketicilerin satın alma davranışlarına ilişkin boyutların aylık gelire göre farklılaşıp farklılaşmadığı test edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre aylık gelir arttıkça tüketiciler daha fazla mükemmeliyetçik/yüksek kalite odaklı satın alma davranışı sergilemektedir. Bunun yanında tüketicilerin aylık geliri yükseldikçe moda odaklı satın alma davranışı artmaktadır. Aylık gelir azaldıkça fiyat odaklı satın alma davranışı artış göstermektedir. Ayrıca aylık gelir yükseldikçe satın alma sürecinde sosyo-kültürel faktörlere dikkat etme oranı azalmaktadır.

Tüketicilerin satın alma davranışlarında nelere dikkat ettikleri, hangi faktörlerden etkilendikleri, üretim ve pazarlama açısından oldukça önem arz etmektedir. Bu bağlamda

yapılan araştırma ışığında, beyaz eşya sektöründe faaliyet gösteren üretici ve satıcı firmalara ilgili konularda öneriler sunulmaya çalışılmıştır.

Beyaz eşya sektöründe marka ve pazarlarını geliştirmek isteyen firmaların öncelikle tüketicilerin tüketim alışkanlıklarını, satın alma davranışlarını etkileyen faktörleri ve satın alma karar süreçlerini iyi analiz etmeleri gerekmektedir. Bunun için gerekli araştırmaları yaparak, değişen tüketici tercihlerini ve süreçlerini analiz etmeleri oldukça önemlidir. Ayrıca tüketicinin karar aşamasında hangi taraflardan etkilendiği, satın alma kararını ailede kimin verdiği gibi temel konular hakkında da bilgi sahibi olmaları tavsiye edilmektedir. Tüketici nezdinde tercih edilen marka olabilmek için güçlü nedenler ortaya konulması gerekmektedir. Yüksek seviyede gelişmiş teknoloji, kalite belgesi, fonksiyonel ürünler, uzun garanti süresi, promosyonlu satışlar bunlara örnek olarak verilebilir. Bazı dönemlerde belli tüketici kesimlerine özel iskontolu satışlar, reklamların en üst seviyede kullanılması gibi stratejiler tüketicilerin dikkatini çekmek için önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra tüketiciyi sıkmadan, bunaltmadan kitle iletişim araçları veya yüz yüze iletişim ile onların satın alma davranışını harekete geçirebilecek saha çalışması yapılmalıdır.

Tüketicilerin bir beyaz eşyayı satın aldıktan sonra ondan memnun kalmasını sağlamakla o tüketicide marka sadakati ve alışkanlığı yaratılabilir. Özellikle pazarda rekabetçi fiyatta birçok alternatifin oluşu müşteri sadakatının önemli bir ölçüde azalmasına sebep olmuştur (Arabacı, 2013, s. 92). Bu nedenle işletmeler marka sadakati yaratmak için doğru pazarlama stratejileri uygulamalıdır. Yeni müşteriler kazanmaya çalışarak kar etmek, eski müşterileri elde tutmaktan çok daha zor ve maliyetli olabilmektedir. Bunun için firmaların portföyünde yer alan eski, kendilerini tanıyan müşterilerde marka sadakati yaratmaları önem arz etmektedir. Tüketici ürünü satın aldıktan sonra yapılan müşteri memnuniyet anketleri, problemlerin hızlı çözümü, tüketicilerle bir aile olduğu bilincinin yerleştirilmesi adına yakın davranma ve tüketicileri özel günlerde (örneğin doğum günlerinde, bayramlarda) hatırlama-kutlama gibi faaliyetler müşteri sadakati yaratma bağlamında çok önemlidir.

Beyaz eşya firmalarının ve ürün çeşitliliğinin arttığı, rekabetin ve benzer kalitede fiyat seçeneklerinin oldukça fazla olduğu beyaz eşya sektörünü kapsayan bu çalışmada elde edilen sonuçlar hem firmalara hem de tüketicilere yararlı bilgiler sağlayabilecektir. Beyaz eşya sektöründe ileride yapılacak çalışmalarda araştırmacılar tarafından tüketicilerin farklı özellikleri (meslek faktörü vb.), satın alma kararında en çok kimin etkili olduğu, karar aşamasında hangi faktörün en etkili ve belirleyici olduğu gibi unsurlar ele alınabilir. Ayrıca dayanıklı tüketim mallarının diğer gruplarından küçük ev aletlerine veya elektronik grubuna yönelik araştırmalar yapılabilir. Farklı şehir ya da bölgelerde yapılacak olan çalışmaların sonuçları karşılaştırılarak farklılıklar ortaya konulabilecektir.

KAYNAKÇA

AKPOYOMARE, O. B., ADEOSUN, L. P. K., & GANIYU, R. A. (2012). The influence of product attributes on consumer purchase decision in the Nigerian food and beverages industry: A study of lagos metropolis. *American Journal of Business and Management*, 1(4), 196-201.

ARABACI, B. (2013). *Müşteri hizmetleri ve CRM*. İstanbul: Kum Saati Yayınları.

ASHOFTEH, I., & DEHGHANAN, H. (2017). Investigating the effect of demographic factors in consumer buying decision. *International Journal of Economic Perspectives*, 11(3), 1434-1445.

BAKSHI, S. (2012). Impact of gender on consumer purchase behaviour. *Journal of Research in Commerce and Management*, 1(9), 1-8.

- BHAT, S. A., ISLAM, S. B., & SHEIKH, A. H. (2021). Evaluating the influence of consumer demographics on online purchase intention: An e-tail perspective. *Paradigm*, 25(2), 141-160.
- CEMALCILAR, İ. (1999). *Pazarlama: Kavramlar, kararlar*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- CHE IN, F., & AHMAD, A. (2018). The effect of demographic factors on consumer intention to purchase green personal care products. 1st International Conference on Religion, Social Sciences and Technological Education. 25-26 September, Universiti Sains Islam Malaysia, Nilai, Malaysia.
- DURSUN, İ., ALNİAÇIK, Ü., & KABADAYI, E. T. (2013). Tüketici karar verme tarzları ölçeği; yapısı ve boyutları. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(19), 293-304.
- ENGEL, E. (1857). Die productions-und consumtionsverhältnisse des königreichs sachsen. Zeitschrift des Statistischen Bureaus des Königlich Sächsischen Ministeriums des Innern, 8, 1-54.
- GOWRISANKARAN G., & RYSMAN M. (2012). Dynamics of consumer demand for new durable goods. *Journal of Political Economy*, 120(6), 1173-1219.
- IQBAL, H. K., GHAFOR M. M., & SHAHBAZ, S. (2013). Impact of demographic factors on store selection: An insight in Pakistani Society. *Journal of Marketing Management*, 1(1), 34-45.
- JAIN, K., & SHARMA, P. (2012). Brand awareness and customer preference for FMCG products in rural market: An empirical study on the rural market of Garwal region, VSRD. *International Journal of Business and Management Research*, 8(2), 434-443.
- KARADENİZ, M. (2013). Tüketicilerin beyaz eşya marka tercihlerinde reklamların etkisi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(1), 191-210.
- KOTLER, P. (1997). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- MADAHI, A., & SUKATI, I. (2012). The effect of external factors on purchase intention amongst young generation in Malaysia. *International Business Research*, 5(8), 153-159.
- MAZLUM, M. (2010). *Pazarlama ilkeleri*. Mersin: Çağ Üniversitesi Yayınları.
- MO, H. F., & WONG, W. M. (2012). Purchase intention of consumers for an automobile in the United States; A hierarchical regression model. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 12(3), 294-307.
- MUCUK, İ. (2007). *Pazarlama ilkeleri*. (16. Basım). İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- NOWLIS, S. M. (1995). The effect of time pressure on the choice between brands that differ in quality, price, and product features. *Marketing Letters*, 6(October), 287-296.
- ODABAŞI, Y. (1986). *Tüketici davranışı*. Yayın No: 204, Eskişehir: AÖF Yayınları.
- PENPECE, D. (2006). Tüketici davranışlarını belirleyen etmenler, kültürün tüketici davranışlarına etkisi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- RAI, B. (2020). The effect of demographic factors on consumer purchase intention in buying television set in Kathmandu Valley: An empirical study. *Pravaha*, 25(1), 23-32.
- SCHIFFMAN, L.G., & KANUK, L. L. (2004). *Consumer behaviour*. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- SHARMA, K. C., & KAUR, S. (2015). The impact of demographic factors on impulse buying behaviour of online and offline consumers (A case study of Punjab, Haryana, New Delhi and Chandigarh). *International Journal of Engineering Technology, Management and Applied Sciences*, 3(9), 63-69.

SINGH, S., & RANA, R. (2018). Effect of demographic factors on consumers' perception of online shopping. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, 18(6), 26-38.

ŞİRELİ, A. (1980). *Sosyo-psikolojik cephesi ile mal politikası*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını.

ŞİMŞEK, M. (1990). *Pazarlama yönetimi*. Yayın No: 36, Adana: Çukurova Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Yayını.

UGBOMHE, O. U., OKPAMEN P., E., & ADOMOKHAI, S. S. (2021). Effects of demographic factors on impulse buying behaviour of consumers in Auchi, Edo State, Nigeria. *Economics and Business Quarterly Reviews*, 4(2), 120-133.

Summary

In this study, it is aimed to determine whether the factors affecting consumer purchasing behavior differ according to demographic factors. For this purpose, the purchasing behaviors of consumers in Karabük province are investigated.

Questionnaire method was used for data collection in the research. The questionnaire form consists of two parts. The first part consists of questions about the demographic characteristics of the participants, and the second part includes information about the factors affecting the purchasing behavior of consumers in the white goods sector. The questionnaire was carried out by face-to-face interview. The universe of the research consists of consumers living in the city center of Karabük. Convenience sampling method was chosen as the sampling method in the study. In this context, 406 questionnaires were evaluated.

The obtained data were analyzed in SPSS program. In the study, firstly, the validity of the purchasing behavior scale was tested. In order to reveal the dimensional structure of the purchasing scale, explanatory factor analysis was applied to 24 items within the scope of the scale. After the factor names were determined, reliability analyzes were performed. Reliability values were determined by calculating the Cronbach Alpha (α) statistic, which is calculated for each sub-dimension of the scale and all of the expressions in the scale. The hypotheses determined within the scope of the research were investigated through t-test and ANOVA test.

When the distribution of the participants by gender was analyzed, 177 (43.6%) men and 229 (56.4%) women participated in the study. 33.3% of the participants are between the ages of 31-40 and 67.7% are married. In this context, most of the participants in the research are over 30 years old and married. 48.4% of the participants in the research are university graduates. In addition, 48.8% of the participants have a monthly income of 1001 TL-2500 TL.

As a result of the hypothesis analyzes carried out within the scope of the research, the following results were obtained.

- *Brand orientation, information confusion and socio-cultural factor dimensions differ according to gender.*

- *Shopping without thinking/carelessness, experiencing information confusion, socio-cultural factors and shopping type dimensions differ according to age.*

- *Brand orientation, information confusion, socio-cultural factors and shopping type dimensions differ according to education level.*

- *Brand orientation, price orientation, thoughtless shopping/carelessness, socio-cultural factors and shopping type dimensions differ according to marital status.*

• *Perfectionism/high quality orientation, brand orientation, fashion orientation, price orientation, information confusion, socio-cultural factors and shopping type dimensions differ according to monthly income.*

This study aims to determine whether consumers' purchasing behaviors towards the white goods sector differ according to demographic factors such as gender, age, marital status, education level and monthly income.

According to the findings, women give more importance to the brand when purchasing white goods than men. In addition, they experience more information confusion than men and tend to make decisions based on socio-cultural factors. In the study, it has been determined that as the age of the consumers increases, the behavior of shopping without thinking/carelessness decreases. In addition, it has been determined that as the age of the consumers increases, the type of shopping differs. Single consumers are more likely to show brand-oriented purchasing behavior than married consumers. Married consumers exhibit more price-oriented purchasing behavior than single consumers. The type of shopping, where and how to buy differ according to single and married consumers. In the study, it was determined that as the education level increased, brand-oriented purchasing behavior decreased. It has been determined that primary school graduates give importance to the brand the most, while postgraduate graduates do not attach importance to the brand. As the monthly income increases, consumers exhibit more perfectionist/high quality oriented purchasing behavior. In addition, as the monthly income of consumers increases, fashion-oriented purchasing behavior increases.

(Consistent) PLS-SEM vs. CB-SEM in Mobile Shopping

Oğuz YILDIZ*, Alpaslan KELLEÇİ**

Abstract

This paper seeks to examine and compare the regular and consistent PLS-SEM and CB-SEM by employing the augmented TAM, which stands as a proportionately complicated model. The present paper presents the pros and cons of each method and guides researchers and academics concerning which particular method is the most appropriate to employ in their studies. The findings of this paper are twofold: (1) performing CB-SEM and consistent PLS-SEM for reflectively structured models would have more robust outputs and would be more appropriate and beneficial in lieu of executing regular PLS-SEM; (2) consistent PLS-SEM has softer provisions since it does not necessitate a two-step analysis, high sampling sizes and normal distribution requirements, thus performing consistent PLS-SEM appears more viable and practical for researchers.

Keywords: CB-SEM, PLS-SEM, consistent PLS, research methodology, mobile marketing, mobile shopping

Mobil Alışveriş Düzleminde Consistent PLS-SEM ve CB-SEM Yöntemlerinin Karşılaştırılması

Öz

Araştırma, nispeten karmaşık bir model olan artırılmış Teknoloji Kabul Modelini kullanarak geleneksel ve tutarlı PLS-SEM ile CB-SEM yöntemlerini incelemeyi ve karşılaştırmayı amaçlamaktadır. Araştırmada, her yöntemin avantajları ve dezavantajları ortaya konmakta böylelikle araştırmacılara ve uzmanlara çalışmalarında hangi yöntemin kullanımının uygun olduğu konusunda rehberlik etmektedir. Çalışmanın bulguları ikiye ayrılmaktadır. İlk olarak çalışma, reflektif olarak yapılandırılmış modellerde geleneksel PLS-SEM yöntemini tercih etmek yerine CB-SEM veya consistent PLS-SEM yöntemlerini kullanmanın daha sağlam sonuçlar sağladığına işaret etmektedir. İkincisi ise CB-SEM yönteminin aksine consistent PLS-SEM yönteminin, iki aşamalı analiz, yüksek örneklem



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 02.11.2021

Kabul/Accepted: 07.04.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.1014138>

* Assist. Prof. Dr., İstanbul Gelişim University, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences, Department of Aviation Management, İstanbul, Türkiye. E-mail: oguyildiz@gelisim.edu.tr
ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2164-975X>

** Assist. Prof. Dr., İstinye University, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences, İstanbul, Türkiye. E-mail: alpaslan.kelleci@istinye.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0003-1589-2905>

hacmi ve normal dağılım şartları gibi katı koşullar gerektirmemesi araştırmacılar için daha elverişli bir yöntem olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: CB-SEM, PLS-SEM, consistant PLS-SEM, araştırma metodolojisi, mobil pazarlama, mobil alışveriş

Introduction

Structural equation modeling (SEM) is a superior version of general linear modeling according to multiple regression analysis because of concurrently analyzing multilevel dependence relationships that "a dependent variable becomes an independent variable in subsequent relationships within the same analysis" (Shook et al. 2004, p.397). It also examines whether the hypothetical model is compatible with the collected data concerning the reflection a particular theory (Lei & Wu, 2007). Integrating factor analysis and linear regression models simultaneously, SEM gives researchers a possibility to examine relationships among theory-based latent variables and those of the items by predicting directly observable variables (Hair et al. 2014). It has two major statistical tools: covariance-based SEM (CB-SEM) and variance-based SEM (PLS-SEM).

CB-SEM separates the variance of each variable into two components. First is the common variance that is calculated from the variance combined with other items in a construct, and second is unique variance that includes both specific and error variance (Bollen, 1989; Rigdon, 1998).

The covariances of an array of variables are computed by CB-SEM, and each solution originates from covariances of those variables (common variance). Thus, CB-SEM employs a common factor model procedure in the prediction of the measurement models, which refers to the variance of a collection of items that can be correctly elucidated by the presence of a latent variable and individual random error (Spearman, 1927; Thurstone, 1947). CB-SEM employs a maximum likelihood (ML) prediction technique, and it intends "reproducing the covariance matrix [i.e., minimizing the difference between the observed and estimated covariance matrix], without focusing on explained variance" (Hair et al., 2011, p.139). The common factor prediction method rests on an approximation philosophy of reflective measurement. While doing so, CB-SEM requires strict restrictions concerning the multivariate normality of data and sample sizes, frequently driving to biased test statistics, which results in inadmissible solutions, and model identification problems (Hair et al. 2011; Willaby et al. 2015).

Partial Least Squares (PLS) path modeling method, VB-SEM, on the other hand, does not divide variances of observable variables into two. This method aims to reveal the overall variance of the constructs rather than demonstrating correlations among items (Reinartz et al. 2009). Therefore, PLS-SEM (VB-SEM) takes into consideration the total variance of the observed indicators in lieu of the correlations between indicators of the latent variables. The underlying idea is that variables can be connected linearly to shape composite variables that are inclusive illustrations of latent variables, and these linear amalgamations are accurate representations of the investigated structures (Sarstedt et al. 2016). PLS-SEM employs a regression-based ordinary least squares (OLS) prediction procedure to explain the variance of the latent variable "by minimizing the error terms [and maximizing] the R^2 values of the (target) endogenous constructs" (Hair et al., 2014, p.14). Therefore, PLS follows a composite model process, which rests on the approximation philosophy of formative measurement. Additionally, PLS path modeling can also cope with reflective measurement models. However, what makes PLS path modeling distinct is that it is appropriate for predictive and theory-testing research

(Henseler et al. 2009; 2014). Furthermore, it can also estimate complicated models that have a significant number of latent and manifest variables, and it has less rigorous premises in the distribution of variables and error terms (Henseler et al. 2009). However, Wold (1982) noted that regular PLS predictions specifically for path coefficients and loadings are just consistent within a high-volume sample size. To put it another way, as Gefen et al. (2011, p. vi) put forward, "parameter estimates for paths between observed variables and latent variable proxies are biased upward in PLS (away from zero), while parameter estimates for paths between proxies are attenuated." This situation is termed as PLS-SEM bias. A process that ignores random measurement errors may have serious consequences related to model results (Rigdon, 1994). Therefore, lack of consistency might exhibit substantial unfavorable consequences for research findings.

While PLS-SEM bias has been a known issue for over three decades, studies on the bias issue have been gaining momentum only recently (Dijkstra & Henseler, 2015a; Sarstedt, et al. 2016; Hair et al. 2017; Cheah et al. 2018; Yıldız, 2021). The proponents of PLS-SEM and CB-SEM have gotten into high-tension discussions on reciprocity, even making comments, such as "there is no use for PLS whatsoever" (Antonakis et al. 2010, p. 1103) or "researchers should discontinue the use of PLS" (Rönkkö et al., 2016, p. 24). These controversial views have resulted in uncertainty among researchers. To deal with PLS-SEM bias problem, Dijkstra and Henseler (2015a, 2015b) offered consistent Partial Least Squares (PLSc) as a significant improvement. The consistent PLS-SEM calculates path coefficients, correlations between structures, and factor loadings in a consistent technique. With the introduction of PLSc, there was even more confusion among many researchers. Academics were puzzled whether to employ PLS or PLSc on the same data. According to Sarstedt et al. (2016), the actual bias occurs when academics are unaware of the background of the data (common or composite population). Thus, Sarstedt et al. (2016) proposed that future research should perform a comparison among CB-SEM, regular and consistent PLS-SEM on the data where both models are suitable for the population. Hitherto research has not evaluated the performance of three methods in the mobile shopping context. To fill the gap in the literature, this paper seeks to evaluate CB-SEM and regular and consistent PLS-SEM in mobile shopping setting by analyzing the augmented TAM (Taylor & Todd, 1995), which is relatively complicated and rests on a reflective measurement model. Consequently, this paper seeks to help researchers and academics to pick up the most convenient and practical method among the three different structural equation modeling approaches.

Literature Review and Hypotheses

This paper tries to assess three structural path modeling approaches through augmented TAM in the mobile shopping context. The model consists of basic assumptions of Theory of Reasoned Action (Ajzen & Fishbein, 1980), TAM (Davis, 1989; Davis et al. 1989), as well as Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991). Even though TAM does not include the effects of social pressure and control factors on behavior, these conceptual structures are the essential determinants of the behavior in Theory of Planned Behavior (TPB). In effect, Theory of Reasoned Action (TRA) is the foundational theory for both TAM and TPB.

The augmented TAM, in the same fashion with TAM, considers that the behavior of people is shaped by behavioral intentions and consequently, behavioral intentions of individuals depend on individuals' attitudes towards the use of a new system, its "perceived ease of use" as well as its "perceived usefulness." (Davis et al. 1989). The augmented TAM also has more predictive capacity since it is a far-reaching model to

include the conceptual structures of "social norm" and "perceived behavioral control." According to Taylor and Todd (1995), these concepts are widely used in social sciences.

The basic assumptions of TAM have been analyzed in the mobile shopping context (Agrebi & Jallais, 2015; Marriott et al., 2017; Saprikis et al., 2018; Chen & Tsai, 2019), but this research takes into account the augmented TAM and proposes the following hypotheses:

H1: *The perceived usefulness of mobile shopping apps has a significant connection with attitudes toward adoption behavior.*

H2: *The perceived usefulness of mobile shopping apps has a significant connection with behavioral intention.*

H3: *The perceived ease of use of mobile shopping apps has a significant connection with attitudes toward adoption behavior.*

H4: *The perceived ease of use of mobile shopping apps has a significant connection with behavioral intention.*

As it has been mentioned above, augmented TAM has been partly built on TRA and TPB. The second factor of an intended desire to do a given behavior, according to these theories, is the person's impression of social influence, which is characterized as the subjective norm (Ajzen, 1991). The connection between subjective norm and behavioral intention, suggested by TPB, has been discussed in different mobile shopping context (Yang, 2013; Marriott et al., 2017). In light of what has been said above, the following hypothesis has been offered.

H5: *The subjective norm has a significant connection with behavioral intention in shopping through mobile apps.*

A second time, as it has been mentioned above, augmented TAM shares the connection between perceived behavioral control and behavioral intention as in the case of TPB. TPB is predicated on the idea that attitude, subjective norm, and perceived behavioral control influence behavioral intention, and that behavioral intention and perceived behavioral control then cause behavior (Ajzen, 1991). Behavioral control has been found as a fundamental component in the adoption of new technology research (Taylor & Todd, 1995). While performing a task or goal by utilizing mobile services, users or consumers want to ensure that they have control over these services, and they also want to ascertain the functionality and performance of these mobile services. The users, who do not feel control over these services, may switch to alternative outlets, such as traditional retail stores. Taking these discussions into account, perceived behavioral control has also been analyzed in the mobile shopping context (Yang, 2012; Yang, 2013).

H6: *The perceived behavioral control of mobile shopping apps has a significant connection with behavioral intention.*

H7: *The perceived behavioral control of mobile shopping apps has a significant connection with behavior*

Furthermore, according to augmented TAM, behaviors of individuals are influenced by "behavioral intentions," and "perceived behavioral control." Also, components of "behavioral intentions" include "attitudes," "social norms," and "perceived behavioral control." In addition, "attitudes towards the usage behavior" are determined by "perceived usefulness" and "perceived ease of use." These assumptions have been tested in the mobile shopping domain (Tak & Panwar, 2017; Zhu et al., 2017), and the following hypotheses have been proposed:

H8: *The attitude concerning mobile shopping apps has a meaningful connection with behavioral intention.*

H9: The behavioral intention has a meaningful connection with the acceptance of mobile shopping apps.

Research and Methodology

In this section, first, the authors will begin by providing a background pertaining to the research context. Ensuingly, an explanation will be provided concerning the research model. Mobile shopping is a common way to browse, compare, and buy products and services online whenever and wherever customers want to use a mobile device (Groß, 2014). By using mobile network services, such as 4.5G and LTE, the number of mobile broadband subscribers, who have been accessing internet services via mobile devices, reached 63 million in the second quarter of 2020 in Turkey (ICTA - Quarterly Market Report, 2020). Considering the market volume of 80 billion TRY, the e-trade market report also revealed that the mobile share of e-commerce turnover has increased to approximately 60 percent (Deloitte, 2019).

The augmented TAM, which sets the basis to compare three methods (CB-SEM, regular and consistent PLS-SEM), includes 7 structures, 22 indicators, and 9 relationships (Figure 1). The augmented TAM, first of all, considers that the behavior (BEH) is affected by behavioral intention (BI) and perceived behavioral control (PBC). Secondly, the behavioral intention is affected by attitudes (ATT), subjective norm (SN), perceived behavioral control (PBC) as well as perceived usefulness (PU), and perceived ease of use (PEOU). Last of all, attitude (ATT) is shaped by perceived usefulness (PU) and perceived ease of use (PEOU). The research employs adapted and established scales from previous examinations that predict variables on a five-point Likert scale.

The empirical data was accumulated through face-to-face surveys from 430 Turkish consumers who shop via mobile apps in the metropolitan city of Istanbul in December of 2019. Nevertheless, only 400 of these surveys have been accepted in the investigation. The descriptive data in this study reveals that the age of participants range from 18 to 55, of whom 43 % are female, and 57 % are male. All of the attendees stated that they earn more than the minimum wage on a monthly basis.

This research employed the "ten-times-rule" criteria to adjust for the PLS-SEM bias and CB-SEM requirements and population already exceeds the so-called threshold (Barclay et al. 1995).

In this section, the augmented TAM and hypotheses shall be analyzed by using SmartPLS 3 (regular and consisted PLS) and AMOS 24, then the results of each analysis shall be presented respectively. Based on these analyses, CB-SEM and VB-SEM methods shall be compared; then the theoretical model shall be evaluated, which is derived from the outputs of three different methods. Finally, drawing on these results, the pros and cons of these methods shall be discussed on the basis of the research model.

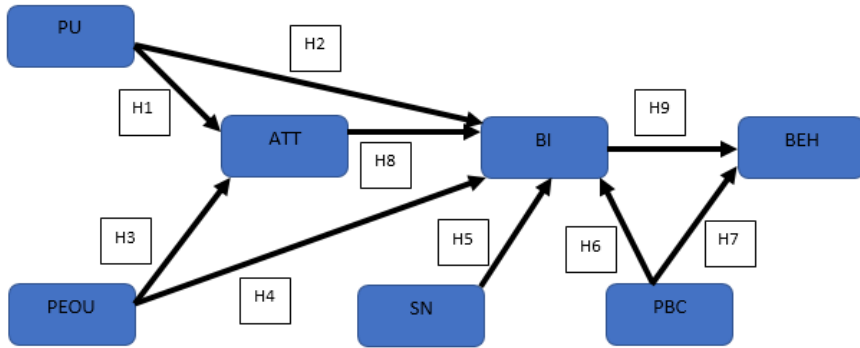


Figure 1. The Augmented TAM

Results of the SEM Analyses

Before performing the analyses, the authors verified whether the data is normally distributed to meet the assumptions of SEM. In effect, the normal distribution is considered a requirement only for CB-SEM. According to Kline (2016), the normal distribution requirement for data is considered acceptable if values are in the range of ± 3 . The data from this study has ascertained normal distribution requirements in agreement with Kline (2016).

CB-SEM Results

Confirmatory Factor Analysis (CFA) has been executed via AMOS 24 to verify the conceptual structures and measurement models for the research model. Initially, the authors examined the augmented TAM in terms of consistency, validity, and reliability. As it has been mentioned in the research and methodology section above, the augmented TAM consists of 7 structures, 22 indicators, and 9 relationships. Before proceeding, the indicators, which have the factor loadings (PEOU4, PU3, PU4, PBC2) below 0.6 in CFA process, have been removed since goodness of fit indexes are not considered acceptable. Subsequently, CFA has been reperformed with a new model, which consists of 7 structures and 18 indicators with the following results: $X^2 = 400.280$, $DF=113$, $X^2/DF=3.542$, $p=0.000$, $CFI=0.952$, $GFI=0.924$, $RMSEA=0.068$. Built on the new results, goodness of fit indexes for the measurement models stand within the recommended ranges (Hair et al. 2010). Table 1 presents convergent validity and reliability values.

Constructs and variables	Loadings PLS/PLSc/AMOS	AVE PLS/PLSc/AMOS	CR PLS/PLSc/AMOS	P _A PLS/PLSc
PEOU1	0.743/ 0.575 /0.660	0.594/ 0.554 /0.552	0.878/ 0.830 /0.830	0.851/ 0.843
PEOU2	0.841/ 0.828 /0.833			
PEOU3	0.826/ 0.793 /0.756			
PEOU4	0.625/deleted/deleted			
PEOU5	0.798/ 0.755 /0.713			
PU1	0.806/ 0.856 /0.790	0.580/ 0.607 /0.594	0.846/ 0.753 /0.745	0.770/ 0.768
PU2	0.801/ 0.693 /0.751			
PU3	0.683/deleted/deleted			
PU4	0.751/deleted/deleted			
ATT1	0.932/ 0.904 /0.912	0.722/ 0.633 /0.639	0.884/ 0.830 /0.833	0.881/ 0.882
ATT2	0.937/ 0.910 /0.919			
ATT3	0.648/ 0.504 /0.492			
SN1	0.945/ 0.906 /0.873	0.886/ 0.774 /0.773	0.940/ 0.872 /0.872	0.874/ 0.874
SN2	0.938/ 0.853 /0.885			
PBC1	0.879/ 0.838 /0.780	0.633/ 0.534 /0.515	0.837/ 0.690 /0.678	0.750/ 0.721
PBC2	0.743/deleted/deleted			
PBC3	0.758/ 0.604 /0.649			
BI1	0.894/ 0.879 /0.890	0.840/ 0.760 /0.659	0.940/ 0.905 /0.927	0.905/ 0.905
BI2	0.950/ 0.868 /0.895			
BI3	0.905/ 0.868 /0.914			
B1	0.869/ 0.713 /0.725	0.751/ 0.501 /0.505	0.858/ 0.668 /0.668	0.668/ 0.668
B2	0.863/ 0.703 /0.692			

Table 1. Measurement Model Results

In the structural model evaluation, except for an indicator (ATT3) of the attitude construct, all indicators have the factor loading of 0.6 and above. As presented in Table 1, since the AVE of attitude (ATT) exceeds the threshold value of 0.5 and CR value of 0.8, the indicator has not been removed from the study. As a general rule concerning reliability coefficients, scores above 0.7 are assessed as acceptable for the initial stages of research, while scores above 0.8 or 0.9 are attained as convincing (Nunnally & Bernstein, 1994). According to Henseler et al. (2009), all scores less than 0.6 are unacceptable in terms of reliability. In the present study, CR scores ranged from 0.668 to 0.872, thus representing reliability for all structures. Other than CR, AVE scores, ranging from 0.502 to 0.809, have confirmed convergent validity.

Since PLS-SEM requires assessing discriminant validity by analyzing heterotrait-monotrait ratio (HTMT) correlations, the same technique has also been employed during the CB-SEM analysis for confirmation (Gaskin, 2016). Henseler et al. (2015) recommend that a threshold value of HTMT exceeding 0.90 denotes a lack of discriminant validity, which means the structural model involves very similar constructs. The present study includes acceptable discriminant validity levels for all structures in the augmented TAM (Table 2).

The next phase in CB-SEM is to examine the structural model. Table 3 displays beta coefficients, and R² of endogenous structures. The outcomes of the structural model exhibit an acceptable model fit (X² = 515.482; DF = 118; X²/DF = 4.368; p = 0.000, CFI = 0.933; GFI = 0.903; RMSEA = 0.078). The coefficient of determination (R²) can range from 0 to 1. As a rule, R² scores of 0.67, 0.33, and 0.19 are labeled as substantial, moderate, and weak in PLS (Chin, 1998). The path coefficients are all significant at the p (0.05) level, except for PEOU => BI (H4); SN=>BI (H5); PBC=>BI (H6) (Table 3).

PLS/PLSc/AMOS	ATT	B	BI	PBC	PEOU	PU
B	0.809/0.809 / 0.809					
BI	0.868/0.868 / 0.868	0.739/0.739 / 0.739				
PBC	0.667/0.686 / 0.686	0.884/0.859 / 0.859	0.650/0.686 / 0.686			
PEOU	0.560/0.559 / 0.559	0.792/0.787 / 0.787	0.580/0.589 / 0.589	0.812/0.794 / 0.794		
PU	0.608/0.544 / 0.544	0.851/0.697 / 0.697	0.637/0.596 / 0.596	0.757/0.696 / 0.696	0.822/0.720 / 0.720	
SN	0.405/0.405 / 0.405	0.565/0.565 / 0.565	0.287/0.287 / 0.287	0.326/0.285 / 0.285	0.271/0.262 / 0.262	0.330/0.272 / 0.272

Table 2. Discriminant Validity (HTMT) Scores

In the present study, R² of "behavior" is 81%. "Perceived behavioral control" (0.806) has the greatest impact on "behavior," accompanied by "behavioral intention" (0.229). R² of "behavioral intention" is 69%. "Attitude" (0.684) has the greatest impact on "behavioral intention," accompanied by "perceived usefulness" (0.157), "perceived ease of use" (0.061), "subjective norm" (0.022), and "perceived behavioral control" (0.010). R² of "attitude" is 43%. "Perceived ease of use" (0.453) has the greatest impact on "attitude," accompanied by "perceived usefulness" (0.243). Table 3 (italic values) summarizes the hypotheses tests, beta coefficients, p values, and R² values based on the CB-SEM.

Hypothesis PLS/PLSc/AMOS	Standard beta	p-value	Decision	R ²
PU => ATT	0.307/ 0.280 / <i>0.243</i>	0.000/ 0.003 / <i>0.002</i>	+ / + / +	0.29/0.35/ <i>0.43</i>
PEOU => ATT	0.278/ 0.361 / <i>0.453</i>	0.000/ 0.000 / <i>0.000</i>	+ / + / +	
ATT => BI	0.615/ 0.712 / <i>0.684</i>	0.000/ 0.000 / <i>0.000</i>	+ / + / +	0.62/0.75/ <i>0.69</i>
PU => BI	0.144/ 0.145 / <i>0.157</i>	0.011/ 0.090 / <i>0.010</i>	+ / - / +	
PEOU => BI	0.072/ 0.039 / <i>0.061</i>	0.077/ 0.650 / <i>0.600</i>	- / - / -	
SN => BI	0.026/ 0.057 / <i>0.022</i>	0.386/ 0.109 / <i>0.526</i>	- / - / -	
PBC => BI	0.084/ 0.086 / <i>0.010</i>	0.064/ 0.474 / <i>0.938</i>	- / - / -	
PBC=>B	0.435/ 0.642 / <i>0.806</i>	0.000/ 0.000 / <i>0.000</i>	+ / + / +	
BI=>B	0.341/ 0.304 / <i>0.229</i>	0.000/ 0.003 / <i>0.000</i>	+ / + / +	0.46/0.77/ <i>0.81</i>

Table 3. Structural Model Results

Lastly, 6 of the 9 hypotheses are supported (p:0.05). As mentioned above, three hypotheses (H4, H5, H6) are rejected. In light of the findings above, while behavioral intention and behavior have a substantial level of R², "attitude" has a moderate level of R².

PLS-SEM Results

The augmented TAM, which consists of 7 structures, 22 indicators, and 9 relationships, has been analyzed with SmartPLS 3 both in regular and consisted PLS (Ringle et al. 2015). PLS can predict and evaluate both measurement and structural models simultaneously (Duarte & Raposo, 2010). The validity and reliability scores must be examined while evaluating the reflective measurement model (Hair et al. 2014). The outer loadings range from 0.4 to 0.7 should be evaluated for elimination from the scale if the CR and AVE scores increase as a result of their removal (Hair et al. 2014). The majority of the outer indicator loadings, which are presented in Table 1, are above the threshold

for regular PLS and PLSc. With regards to regular PLS results, loadings (PEOU4, PU3) between 0.4 and 0.7 have not been extracted from the study, considering acceptable CR and AVE scores. Conversely, based on PLSc results, four indicators (PEOU4, PU3, PU4, PBC2) have been removed from the study, while the others (PEOU1, PU2, ATT3, PBC3) have not been excluded, taking the above-mentioned criteria into account. All scores less than 0.6 demonstrate a lack of reliability. All latent variables except PBC (0.690 for PLSc) and BEH (0.668 for PLSc) have CR values of above 0.7, as indicated in Table 1. Besides, rho coefficients (ρ_A), which are an element of PLSc, are fulfilled for all measurement models. The results verify reliability of all constructs.

Pertaining to validity in the analysis, since AVE values, as indicated in Table 1, are higher than the threshold of 0.5 for both regular PLS and PLSc, the convergent validity of the structural measurements is also fulfilled. The discriminant validity analysis contains investigation of the heterotrait-monotrait ratio of correlations (HTMT), as mentioned earlier. Since HTMT values of the augmented TAM does not exceed the above-mentioned threshold, the discriminant validity criterion is also fulfilled. (Table 2).

The final sub-stage of PLS-SEM is the evaluation of the structural model. The collinearity diagnostic is an initial process for the assessment of the structural model, which requires an assessment of variance inflation factor (VIF) scores. If there is a VIF score greater than 3.3 at the factor level, this is an indication of both the collinearity problem and the common method bias problem (Kock, 2015 Gaskin, 2017). Since all VIF scores stand above the threshold in the model, there exists no collinearity and bias problem. After computing path coefficients in the structural model, the following stage in PLS-SEM is bootstrapping analysis, which is used to test hypotheses, which ensures the significance of the path coefficients. It is recommended to have 5,000 bootstrap samples as a rule of thumb. Table 3 presents hypotheses test results, path coefficients, significance values, and R^2 scores. Both regular and consistent PLS have the same results with the exception of the path from the "perceived usefulness" to "behavioral intention"; thus, H2 is rejected in PLSc. The path coefficients are all significant at the p (0.05) level, except for the paths for PEOU \Rightarrow BI (H4); SN \Rightarrow BI (H5); PBC \Rightarrow BI (H6); therefore, H4, H5, and H6 are rejected in both methods (Table 3).

R^2 of behavior for regular PLS is 46% in the research. "Perceived behavioral control" (0.435) has the greatest impact on "behavior", accompanied by "behavioral intention" (0.341). R^2 of "behavioral intention" is 62%. "Attitude" (0.615) has the greatest impact on "behavioral intention", accompanied by "perceived usefulness" (0.144), "perceived behavioral control" (0.084), "perceived ease of use" (0.072), and "subjective norm" (0.026). R^2 of "attitude" is 29%.

"Perceived usefulness" (0.307) has the greatest impact on "attitude," accompanied by "perceived ease of use" (0.278). On the other hand, R^2 of "behavior" in **PLSc** for the research model is 77%. "Perceived behavioral control" (0.642) has the greatest impact on "behavior," accompanied by "behavioral intention" (0.303). R^2 of "behavioral intention" is 75%. "Attitude" (0.712) has the greatest impact on "behavioral intention," accompanied by "perceived usefulness" (0.145), "perceived behavioral control" (0.086), "subjective norm" (0.057), and "perceived ease of use" (0.039). R^2 of "attitude" is 35%. "Perceived ease of use" (0.361) has the greatest impact on "attitude," accompanied by "perceived usefulness" (0.280). All R^2 values except "attitude" in regular PLS are at substantial level for both methods. R^2 value of attitude is at moderate level.

The next stage of the evaluation for structural model' predictive ability in PLS-SEM requires cross-validated redundancy (Q^2). Q^2 values greater than zero demonstrate that the accuracy of the path model predictions for the pertinent construct is satisfactory (Sarstedt et al. 2017). While the predictive relevance of "attitude" ($Q^2 = 0.157$) is medium, the relevance of "behavioral intention" ($Q^2 = 0.513$), and of "behavior" ($Q^2 = 0.353$) is large

in regular PLS. On the other hand, Q^2 values of "attitude," "behavioral intention," and "behavior" are 0.183, 0.492, and 0.311, respectively, in PLSc. Therefore, while the predictive relevance for "behavioral intention" and "behavior" is large, the relevance remains medium for "attitude" in PLSc (Hair et al. 2014).

Last but not least, even though PLS-SEM does not have a well-established goodness-of-fit measure (Sarstedt et al. 2017), an alternative way for goodness-of-fit measure is the use of standardized root mean square residual (SRMR), as suggested by Henseler et al. (2014). PLS-SEM carries two kinds of SRMR values, which are defined as saturated and estimated models. While the saturated model assesses the correlations among all constructs, the estimated one takes the model structure into consideration (SmartPLS, 2020). The SRMR values for saturated and estimated models are 0.065 and 0.089, respectively in regular PLS. Likewise, in PLSc, the SRMR values for saturated and estimated models are 0.042 and 0.077, respectively. In light of the findings above, all SRMR values except the estimated model in regular PLS, are below the thresholds of 0.08 for both methods (Hu and Bentler, 1999).

Comparative Discussion of the Results

In light of what has been presented so far, while the outcomes of CB-SEM, and PLS-SEM (both regular and consistent) exhibit minor differences in testing hypotheses, they show some considerable differences in the employment of method choice. Table 1 shows that regular PLS has relatively higher factor loadings than PLSc. As presumed by Gefen et al. (2011) and Sarstedt et al.'s. (2017) previous studies, this is a clear sign of PLS-SEM bias. In general terms, CB-SEM and consistent PLS-SEM produce closer factor loadings. Although regular PLS has not involved the removal of any indicator, the same indicators (PEOU4, PU3, PU4, PBC2) have been excluded from the study during the analysis for CB-SEM and consistent PLS-SEM. That being case, regular PLS-SEM, has provided greater validity and reliability values for the model constructs as consistent PLS-SEM and CB-SEM have lower levels of construct validity and reliability. In addition, consistent PLS-SEM and CB-SEM have generated relatively close values for construct validity and reliability.

In the present study, the authors analyzed the augmented TAM by employing three different methods and ascertained that the consumer adoption of mobile shopping is explained at a substantial level with the existing conceptual structures. As it could be seen in Table 3, both consistent PLS-SEM and CB-SEM exhibit greater R squares (81% for CB-SEM, 77% for PLS-SEM) compared to regular PLS-SEM (46%); thus, the former two methods are superior in explaining the total variance of adoption behavior. Therefore, the results of all three methods demonstrate that the acceptance of mobile shopping is explained by "behavioral intention," "perceived behavioral control," and antecedents of "behavioral intention" such as "attitude," "perceived ease of use," and "usefulness." This output is in alignment with the previous research in the literature (Yıldız, 2021). The analyses for all three methods demonstrate that "perceived behavioral control" has the strongest effect on "adoption behavior" (PLS:0.44; PLSc:0.64; CB-SEM:0.81). A meaningful connection between "perceived behavioral control" and "intention" is also supported by the previous research (Yang, 2013; Tak & Panwar, 2017; Zhu et al. 2017).

Apart from "behavior," which has been mentioned above, all three methods also explain "behavioral intention" substantially in the research model (CB-SEM: 69%; regular PLS: 62%; PLSc: 75%). Likewise, "attitude" has the strongest effect on "behavioral intention" in all three methods (regular PLS:0.62; PLSc:0.71; AMOS:0.68). While "attitude" is the only construct that has a significant effect on "behavioral intention," "perceived ease of use", "subjective norm," and "perceived behavioral control" exhibit insignificant relationships with "behavioral intention." Taking all three methods into consideration,

contrary to previous research (Yang, 2013; Yıldız, 2021), the results for all hypotheses, except for "perceived usefulness," which has an insignificant relationship with behavioral intention, exhibit similar results for regular and consistent PLS-SEM as well as CB-SEM. In addition, as opposed to TPB's (Ajzen, 1991) assumptions and prior research in the mobile context, "perceived ease of use," "social norm," and "perceived behavioral control" do not have a meaningful impact on "behavioral intention" (Yang, 2013; Tak & Panwar, 2017; Saprikis et al. 2018).

Taking all the above-mentioned results into consideration, the implications can be enumerated as:

- The judgment of significant others (family, close friends, or reference groups) does not have any impact on shopping behavior in the mobile context.
- The perception of control on behavior has no effect on intention; however, it influences behavior.
- In alignment with previous research, perceived usefulness does not establish any meaningful relationship with behavioral intention.

Lastly, all three methods explain "attitude" at a substantial level (CB-SEM: 43%; regular PLS: 29%; PLSc: 35%). The authors have verified that "perceived usefulness" and "ease of use" have a meaningful effect on "attitude" in all three methods, similar to the basic assumptions of TAM (Davis, 1989). While "perceived ease of use" has the strongest effect on "attitude" in both PLSc (0.36) and CB-SEM (0.45), "perceived usefulness" (0.30) has the greatest impact on "attitude." These outputs also refer to similar consequences for CB-SEM and consistent PLS-SEM. Taking the strongest path coefficients on "attitude", "behavioral intention", and "behavior" into consideration, parameter estimates for paths among proxies are attenuated for regular PLS-SEM, as it could be seen in Table 3, consequently leading to an indication for PLS-SEM bias.

Conclusions and Limitations

Drawing on Sarstedt et al.'s (2016) suggestion, which stresses the future need for comparison of CB-SEM, regular and consistent PLS-SEM on the data where common and composite factor models fit in the population, the authors compare the performance of three methods in the mobile shopping context by assessing the augmented TAM, which is proportionately complicated and a reflectively structured model.

In summary, the results suggest that all three methods explain shopping behavior of consumers via mobile apps at a substantial level in the augmented TAM. Also, when hypotheses tests are taken into consideration, the model exhibits similar results with CB-SEM as well as with regular and consistent PLS-SEM, with the exception of H2. Even though regular PLS-SEM is based on a composite factor model, considering the results of the hypotheses, it did not exhibit a significant difference compared to those of CB-SEM and consistent PLS-SEM. Thus, this paper reveals that regular PLS-SEM does not entail Type I and Type II errors. It is possible to conclude that regular PLS-SEM does not appear to have a serious impact on hypothesis testing for this case.

Pertaining to PLS-SEM bias, outer loadings of regular PLS-SEM are greater than those of the other methods. In addition, path coefficients, which have the greatest effect on "attitude," "behavioral intention," and "behavior," are attenuated for regular PLS-SEM that may result in PLS-SEM bias.

In sum, consistent PLS-SEM and CB-SEM have remarkably similar outputs at the measurement model level, such as indicator loadings, validity, and reliability scores. Still, further, the variances of conceptual variables are explained almost on par with each other

in the model. In general, therefore, these results suggest that performing CB-SEM and consistent PLS-SEM for common factor models or reflectively structured ones would have more robust outputs and would be more appropriate and beneficial for researchers in lieu of executing regular PLS-SEM, which is inherently based on composite factor model analysis. Owing to the fact that consistent PLS-SEM has softer provisions since it does not necessitate a two-step analysis (confirmatory and structural analyses) as well as high sampling sizes and normal distribution requirements, performing consistent PLS-SEM appears more viable and practical for researchers.

Finally, concerning the limitations, while this study tested the augmented TAM, which is a reflectively structured model, it did not examine three methods from a composite factor model standpoint. Furthermore, since this study has been performed in the mobile shopping setting, it would be more appropriate to validate the finding of the present study in some other contexts.

Theoretical and Practical Implications

Keeping Sarstedt et al.'s (2016) suggestion in mind, the present study seeks to examine and compare the results of CB-SEM as well as regular and consistent PLS-SEM methods. This study aims to test the augmented TAM, which is a relatively complicated model (Taylor and Todd, 1995) by comparing aforementioned methods in the mobile shopping setting. Hitherto previous research has employed CB-SEM and regular PLS-SEM to a large extent. Furthermore, no research has attempted to make a comparison concerning the performance of all three methods (CB-SEM, regular and consistent PLS-SEM) in the mobile shopping setting.

Considering the general inclination of researchers to employ the CB-SEM, the employment of PLS-SEM method is relatively limited. Bearing that in mind, the authors performed a literature search for the employment of regular and consistent PLS-SEM and searched both "mobile marketing" and "pls-sem" keywords simultaneously in assorted journal databases between the years 2015 and 2020. The search process had a result of 14 articles in Science Direct (Elsevier), 3 articles in Web of Science Core Collection, 21 articles in Emerald Insight, and 12 articles in Proquest ABI/INFORM Collection (in a total of 50 articles). The articles reviewed in the literature, by and large, are on mobile shopping (Jimenez et al. 2019; Tan & Ooic, 2018; Dakduk et al. 2020; Verkijika, 2018; Groß, 2016; Faqih, 2015; Mahapatra, 2017; Nel & Boshoff, 2019, 2020; Chen, 2018; Ghazali et al. 2018; Rezaei & Valaei, 2017; Thakur, 2018; Celik & Kocaman, 2017; Shukla et al. 2018; Liu et al, 2019; San-Martín et al. 2019); mobile application use and its adoption (Molinillo et al. 2019; Ameen et al. 2020; Schmitz et al. 2016; Tseng, 2020; Sung, 2020; Tan et al. 2017; Gong et al. 2018; Gupta et al. 2018; Hong et al. 2017; Kuo et al. 2019; Nakuze et al. 2019); mobile advertising (Tan et al. 2018; Lee et al. 2017; Bakare et al. 2017; Goh et al. 2020); mobile banking (Tran & Corner, 2016; Owusu Kwateng et al. 2019; Thaker et al. 2019; Singh & Srivastava, 2020); mobile payment (Gupta & Arora, 2019; Hariguna et al. 2020); mobile coupons (Souiden et al. 2019; Liu et al. 2015); mobile services (Rezaei et al. 2016, Smith, 2020; Alam et al. 2019); mobile marketing (Alzubi et al. 2018; Eneizan et al. 2019); mobile social media (Carlson et al. 2019) mobile instant messaging (Lee & Hsieh, 2019); and finally mobile location tagging (Hsieh & Lee 2020).

The authors scrutinized the above-mentioned articles and noted that most of the studies employed formative-based regular PLS-SEM with reflectively structural models, which leads to PLS-SEM bias. Most strikingly, none of these studies employed consistent PLS-SEM in mobile marketing. To resolve and clarify this issue, the authors put forth the pros and cons of each method and guide researchers and academics on which particular method is the most appropriate to employ in their studies. In essence, contrary to PLS-

SEM, which estimates parameters to maximize the variance explained for all endogenous structures in the model with a series of OLS regression, CB-SEM predicts model parameters with the aim of minimizing the inconsistency between the estimated and sample covariance matrices. For this reason, two methods have different approaches to SEM with distinct analyzing techniques. Cheah et al. (2018) posit that regular PLS-SEM should be preferred for estimating composite models with formative indicators. Contrastingly, CB-SEM should be preferred for predicting common factor models with reflective indicators. Thus, researchers should prefer to employ regular PLS in composite structured models, whereas they should opt for consistent PLS-SEM or CB-SEM method in reflectively structured measurement models. Considering strict prerequisites of CB-SEM, such as the performance of confirmatory analysis, normal distribution requirement, and high sample size, consistent PLS-SEM offers softer requirements to researchers and therefore should be preferred over CB-SEM as validated in our study. Nevertheless, researchers should bear in mind that bias is not just a PLS-SEM specific problem. On the occasions where researchers prefer to analyze composite factor models with formative indicators employing covariance-based analysis methods, such as AMOS and LISREL, they will again face biased results (Sarstedt et al. 2016). Keeping this in mind, researchers and academics should employ an analysis method only after determining measurement and structural models based on whether their research model rests on a common factor model with reflective indicators or a composite factor model with formative indicators.

REFERENCES

- AGREBI, S. and JALLAIS, J. (2015). Explain the intention to use smartphones for mobile shopping, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 22, No. 1, pp.16–23.
- AJZEN, I. (1991). The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, (50,2),179–211.
- AJZEN, I. and FISHBEIN, M. (1980) *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, New Jersey Prentice-Hall Inc., USA.
- ALAM, M.Z., HU, W., HOQUE, M.R. and KAIUM, M.A. (2019), "Adoption intention and usage behavior of mHealth services in Bangladesh and China: A cross-country analysis", *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 14(1), 37-60.
- ALZUBI, M.M., AL-DUBAI, M.M., FAREA, M.M., (2018). Using the technology acceptance model in understanding citizens' behavioural intention to use m-marketing among Jordanian citizen, *Journal of Business and Retail Management Research*; London, (12)2, 224-231.
- AMEEN, N., SHAH, M.H., SIMS, J., CHOUDRIE, J., WILLIS, R., (2020). Are there peas in a pod when considering mobile phone and mobile applications use: A quantitative study, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55(July), 969-989.
- ANTONAKIS, J., BENDAHAN, S., JACQUART, P., & LALIVE, R. (2010). On Making Causal Claims: A Review and Recommendations. *The Leadership Quarterly*, 21(6), 1086–1120.
- BAKARE, A. S., OWUSU, A., & ABDURRAHAMAN, D. T. (2017). The behavior response of the Nigerian youths toward mobile advertising: An examination of the influence of values, attitudes and culture, *Cogent Business & Management*, 4(1), 1-18.
- BARCLAY, D. W., HIGGINS, C. A., & THOMPSON, R. (1995). The partial least squares approach to causal modeling: Personal computer adoption and use as illustration. *Technology Studies*, 2, 285–309.

- BOLLEN, K. A. (1989). *Structural equations with latent variables*. New York: Wiley.
- CARLSON, J., RAHMAN, M. M., TAYLOR, A., & VOOLA, R. (2017). Feel the VIBE: Examining value-in-the-brand-page-experience and its impact on satisfaction and customer engagement behaviours in mobile social media. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 46, 149-162.
- CELIK, H., KOCAMAN, R. (2017). Roles of self-monitoring, fashion involvement and technology readiness in an individual's propensity to use mobile shopping, *Journal of Systems and Information Technology*, 19(3/4), 166-182.
- CHEAH, J-H, MEMON, M.A., CHUAH, F., Ting, H., & RAMAYAH, T., (2018). *Assessing Reflective Models in Marketing Research: A Comparison Between Pls And Plsc Estimates* *International Journal of Business and Society*, 19(1): 139-160.
- CHEN, H.-J. (2018). What drives consumers' mobile shopping? 4Ps or shopping preferences? *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(4), 797-815.
- CHEN, C. and TSAI, J. (2019) 'Determinants of behavioral intention to use the personalized location-based mobile tourism application: an empirical study by integrating TAM with ISSM', *Future Generation Computer Systems*, 96, 628-638.
- CHIN, W.W. (1998) 'The partial least squares approach to structural equation modeling', in Marcoulides, G.A. (Ed.): *Modern Methods for Business Research*, pp.295-358, Erlbaum, Mahwah.
- DAKDUK, S., SANTALLA-BANDERALI, Z., & Siqueira, J. R. (2020). Acceptance of mobile commerce in low-income consumers: evidence from an emerging economy. *Heliyon*, 6(11), 1-15.
- DAVIS, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology, *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- DAVIS, F.D., BAGOZZI, R.P. & WARSHAW, P.R. (1989) 'User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models', *The Institute of Management Science*, (35,8), 982-1002.
- DIJKSTRA T.K. & HENSELER, J. (2015a). Consistent and asymptotically normal PLS estimators for linear structural equations, *Computational Statistics & Data Analysis*, 81(1), 10-23.
- DIJKSTRA T.K. and HENSELER, J. (2015b). Consistent partial least squares path modeling, *MIS Quarterly*, 39(2), 297-316.
- DUARTE, P.A.O., RAPOSO, M.L.B. (2010). A PLS Model to Study Brand Preference: An Application to the Mobile Phone Market, in: V. Esposito Vinzi, W. W. Chin, J. Henseler, H. Wang (Ed.). *Handbook of partial least squares: Concepts, methods, and applications* Heidelberg/Dordrecht/London/New York: Springer, (pp.449-485).
- ENEIZAN, B., MOHAMMED, A.G., ALNOOR, A., ALABBOODI, A.S., and ENAIZAN, O. (2019). Customer acceptance of mobile marketing in Jordan: An extended UTAUT2 model with trust and risk factors, *International Journal of Engineering Business Management*, 11, 1-10
- FAQIH, K. M. S., & JARADAT, M.-I. R. M. (2015). Assessing the moderating effect of gender differences and individualism-collectivism at individual-level on the adoption of mobile commerce technology: TAM3 perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 37-52.
- GASKIN, J. (2016). *MasterValidity*, Gaskination's Statistics. <http://statwiki.kolobkreations.com>
- GASKIN, J. (2017). *Common Method Bias (CMB) in PLS (partial least squares)*, Gaskination's Statistics. <http://youtube.com/Gaskination>

GHAZALI, E. M., MUTUM, D. S., CHONG, J. H., & NGUYEN, B. (2018). Do consumers want mobile commerce? A closer look at M-shopping and technology adoption in Malaysia. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(4), 1064-1086.

GEFEN, D., STRAUB, D. W., & RIGDON, E.E. (2011). An Update and Extension to SEM Guidelines for Administrative and Social Science Research, *MIS Quarterly* (35:2), pp. iii-xiv.

GOH, M. L., ANG, H. C. TAN, S. H., OUN, W. L. (2020). Examining the Determinants of Consumer Purchase Intention towards Mobile Advertising, *Global Business and Management Research*; Boca Raton, 12(2), 89-103.

GONG, X., LIU, Z., ZHENG, X., & WU, T. (2018). Why are experienced users of WeChat likely to continue using the app? *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(4), 1013-1039

GROß, M. (2014) 'Exploring the acceptance of technology for mobile shopping: an empirical investigation among smartphone users', *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 25(3), 215-235.

GROß, M. (2016). Impediments to mobile shopping continued usage intention: A trust-risk-relationship. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 33, 109-119.

GUPTA, K. and ARORA, N. (2019), "Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model: An Indian perspective", *South Asian Journal of Business Studies*, Vol. 9 No. 1, pp. 88-114.

GUPTA, A., DOGRA, N., & GEORGE, B. (2018). What determines tourist adoption of smartphone apps? *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(1), 50-64.

HAIR, J. F., BLACK, W. C., BABIN, B. J., & ANDERSON, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). NJ: Prentice Hall

HAIR, J. F., RINGLE, C. M., & SARSTEDT, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 18(2), 139-152

HAIR, J.F., HULT, G.T.M., RINGLE, C.M. & SARSTEDT, M. (2014), *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, Sage, Thousand Oaks.

HAIR, J., HOLLINGSWORTH, C.L., RANDOLPH, A.B. & CHONG, A.Y.L. (2017). An updated and expanded assessment of PLS-SEM in information systems research, *Industrial Management & Data Systems*, 117(3),442-458

HARIGUNA, T., ADIANDARI, A.M. and RUANGKANJANASES, A. (2020), "Assessing customer intention use of mobile money application and the antecedent of perceived value, economic trust and service trust", *International Journal of Web Information Systems*, Vol. 16 No. 3, pp. 331-345.

HENSELER, J., RINGLE, C.M., RUDOLF R. & SINKOVICS, R.R. (2009), "The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing," *Advances in International Marketing*, vol. 20, Rudolf R. Sinkovics and Pervez N. Ghauri, eds., Bingley, UK: Emerald Group, 277-320.

HENSELER, J., DIJKSTRA, T. K., SARSTEDT, M., RINGLE, C. M., DIAMANTOPOULOS, A., STRAUB, D. W., ...CALANTONE, R. J. (2014). Common beliefs and reality about partial least squares: Comments on Rönkkö & Evermann (2013). *Organizational Research Methods*, 17(2),182-209.

HENSELER, J., RINGLE, C.M. & SARSTEDT, M. (2015) 'A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling', *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.

HONG, H., MUKUN, C., WANG, G. A., (2017) THE EFFECTS OF NETWORK EXTERNALITIES AND HERDING ON USER SATISFACTION WITH MOBILE SOCIAL APPS, *Journal of Electronic Commerce Research*, 18(1), 18-31.

HSIEH, S. H., & LEE, C. T. (2020). Traces of mobility: Examining location disclosure on social networks with mobile location tagging. *Telematics and Informatics*, 49, 1-14.

INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES AUTHORITY ICTA Quarterly Market Report) (2020) Electronic Communications Market in Turkey Market Data (2020 Q2) [online] <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/pazar-verileri/turkiye-haberlesme-raporu-002.pdf> (accessed 19 Jan 2021).

JIMENEZ, N., SAN-MARTIN, S., & PUENTE, N. (2018). The path to mobile shopping compatibility. *The Journal of High Technology Management Research*, 30(1), 1-12.

KLINE, R.B. (2016). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*, Fourth Edition, NY: The Guilford Press.

KUO T., HUANG, K., NGUYEN Q.T., NGUYEN, P.H. (2019). Adoption of mobile applications for identifying tourism destinations by travellers: an integrative approach, *Journal of Business Economics and Management*, 20(5), 860-877

KOCK, N. (2015). Common method bias in PLS-SEM: A full collinearity assessment approach. *International Journal of e-Collaboration*, 11(4), 1-10.

LEE, E.-B., LEE, S.-G., & YANG, C.-G. (2017). The influences of advertisement attitude and brand attitude on purchase intention of smartphone advertising. *Industrial Management & Data Systems*, 117(6), 1011-1036.

LEE, C. T., & HSIEH, S. H. (2019). Engaging consumers in mobile instant messaging: the role of cute branded emoticons. *Journal of Product & Brand Management*, 28(7), 849-863.

LEI, P. W., & WU, Q. (2007). Introduction to structural equation modeling: Issues and practical considerations. *Educational Measurement: Issues and Practices*, 26(3), 33-43.

LIU, F., ZHAO, X., CHAU, P. Y. K., & TANG, Q. (2015). Roles of perceived value and individual differences in the acceptance of mobile coupon applications. *Internet Research*, 25(3), 471-495.

LIU, Y., CUI, F., SU, X., DU, X., (2019). How Social Support Motivates Trust and Purchase Intentions in Mobile Social Commerce, *Review of Business Management*, 21(4), 839-860.

MAHAPATRA, S. (2017). Mobile shopping among young consumers: an empirical study in an emerging market. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45(9), 930-949.

MARRIOTT, H.R., WILLIAMS, M.D. and DWIVEDI, Y.K. (2017). What do we know about consumer m-shopping behaviour? *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45(6), 568-586.

MOLINILLO, S., NAVARRO-GARCÍA, A., ANAYA-SÁNCHEZ, R., & JAPUTRA, A. (2019). The impact of affective and cognitive app experiences on loyalty towards retailers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54(C), 1-10.

NAKUZE, C., HELEN, D., GUJRAL, I. (2019). Meenakshi Generation Y's brand satisfaction, continuance intention and loyalty to branded mobile apps, *Management Dynamics; Stellenbosch*, (28)3, 30-43.

NEL, J., and BOSHOFF, C. (2019). The psychological processes underlying online customers' mobile purchasing 'cognitive effort – resistance' behaviour, *Management Dynamics; Stellenbosch*, 28(4), 15-28.

NEL, J. and BOSHOFF, C (2020). Status quo bias and shoppers' mobile website purchasing resistance, *European Journal of Marketing*, 54(6), 1433-1466.

NUNNALLY, J.C. and BERNSTEIN, I.H. (1994) *Psychometric Theory*, 3rd ed., McGraw-Hill, New York, NY.

OWUSU KWATENG, K., OSEI ATIEMO, K. A., & APPIAH, C. (2018). Acceptance and use of mobile banking: an application of UTAUT2. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(1), 118-151

REINARTZ, W., HAENLEIN, M., and HENSELER, J. (2009), "An empirical comparison of the efficacy of covariance-based and variance-based SEM," *International Journal of Research in Marketing*, 26 (4), 332 – 44

REZAEI, S., AMIN, M., MOGHADDAM, M. and MOHAMED, N. (2016), "3G post adoption users experience with telecommunications services: A partial least squares (PLS) path modelling approach", *Nankai Business Review International*, Vol. 7 No. 3, pp. 361-394.

REZAEI, S., & VALAEI, N. (2017). Crafting experiential value via smartphone apps channel. *Marketing Intelligence & Planning*, 35(5), 688-702.

RIGDON, E.E. (1994). "Demonstrating the Effects of Unmodeled Random Measurement Error," *Structural Equation Modeling* 1(4), pp. 375-380.

RIGDON, E. E. (1998). Structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 251-294). Mahwah: Erlbaum.

RINGLE, C., WENDE, S. and BECKER, J. (2015) *SmartPLS 3 (Version 3.2.3)*, SmartPLS GmbH, Boenningstedt, Germany.

RÖNKÖ, M., MCINTOSH, C. N., ANTONAKIS, J., & EDWARDS, J. R. (2016). Partial least squares path modeling: Time for some serious second thoughts. *Journal of Operations Management* 47-48, 9-27.

SAN-MARTÍN, S; JIMÉNEZ, N; PUENTE, N., (2019). Bridging the gap between customer experience management and mobile shopping, *Review of Business Management*, 21(2), 213-233.

SAPRIKIS, V., MARKOS, A., ZARMPPOU, T. & MARO, V. (2018). Mobile shopping consumers' behavior: an exploratory study and review, *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 13(1),71-90.

SARSTEDT, M., HAIR, J. F., RINGLE, C. M., THIELE, K. O., & GUDERGAN, S. P. (2016). Estimation issues with PLS and CB SEM: Where the bias lies! *Journal of Business Research*, 69(10), 3998-4010.

SARSTEDT, M., RINGLE, C.M. and HAIR, J.F. (2017). Partial least squares structural equation modeling, in C., Klarmann, M. and Vomberg, A. (Eds.): *Handbook of Market Research*, Chapter 15, Springer, Homburg.

SCHMITZ, C., BARTSCH, S., & MEYER, A. (2016). Mobile App Usage and its Implications for Service Management – Empirical Findings from German Public Transport. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224, 230-237.

SHUKLA, A., & SHARMA, S. K. (2018). Evaluating Consumers' Adoption of Mobile Technology for Grocery Shopping: An Application of Technology Acceptance Model. *Vision: The Journal of Business Perspective*, 22(2), 185-198.

SINGH, S., & SRIVASTAVA, R. K. (2020). Understanding the intention to use mobile banking by existing online banking customers: an empirical study. *Journal of Financial Services Marketing*, 25, 86-96.

SMITH, T. A. (2020). The role of customer personality in satisfaction, attitude-to-brand and loyalty in mobile services. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, ahead-of-print(ahead-of-print). doi:10.1108/sjme-06-2019-0036

SOUIDEN, N., CHAOUALI, W., & BACCOUCHE, M. (2019). Consumers' attitude and adoption of location-based coupons: The case of the retail fast food sector. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47, 116-132.

SPEARMAN, C. (1927). *The abilities of man*. London: MacMillan.

SUNG, E (2020). Consumers' responses to mobile app advertisements during holiday periods, *Journal of Consumer Marketing*, 37(3), 341-352

TAK, P. and PANWAR, S. (2017) 'Using UTAUT 2 model to predict mobile app-based shopping: evidences from India', *Journal of Indian Business Research*, 9(3), 248-264.

TAN, G. W.-H., LEE, V.-H., HEW, J.-J., OOI, K.-B., & WONG, L.-W. (2018). The interactive mobile social media advertising: The imminent approach to advertise tourism products and services? *Telematics and Informatics*, 35(8), 2270-2288

TAN, G. W.-H., & OOI, K.-B. (2018). Gender and age: Do they really moderate mobile tourism shopping behavior? *Telematics and Informatics*, 35(6), 1617-1642.

TAN, G. W.-H., LEE, V. H., LIN, B., & OOI, K.-B. (2017). Mobile applications in tourism: the future of the tourism industry? *Industrial Management & Data Systems*, 117(3), 560-581.

TAYLOR, S., & TODD, P. (1995). Assessing IT Usage: The Role of Prior Experience, *MIS Quarterly*, 19(4), 561-570.

THAKER, M.T., M. A. B., AMIN, M. F. B., THAKER, H. B. M. T., & ALLAH Pitchay, A. B. (2018). What keeps Islamic mobile banking customers loyal? *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 525-542

THAKUR, R. (2018). The role of self-efficacy and customer satisfaction in driving loyalty to the mobile shopping application. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(3), 283-303.

THURSTONE, L. L. (1947). *Multiple factor analysis*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.

TRAN, H. T. T., & CORNER, J. (2016). The impact of communication channels on mobile banking adoption. *International Journal of Bank Marketing*, 34(1), 78-109.

TSENG, T.H. (2020), "Facilitation of "strong" branded application outcomes – the self-concept perspective", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JPBM-03-2020-2783>

VERKIJKA, S. F. (2018). Factors influencing the adoption of mobile commerce applications in Cameroon. *Telematics and Informatics*, 35(6), 1665-1674.

WILLABY, H.W., COSTA, D.S.J., BURNS, B.D., MACCANN C., ROBERTS R.D. (2015). Testing complex models with small sample sizes: A historical overview and empirical demonstration of what Partial Least Squares (PLS) can offer differential psychology, *Personality and Individual Differences*, 84, 73-78.

WOLD, H.O.A. (1982). Soft modeling: The basic design and some extensions. In K. G. Jöreskog, & H. O. A. Wold (Eds.), *Systems under indirect observations: Part II* (pp. 1-54). Amsterdam: North-Holland.

WU, J. and WANG, S. (2005) 'What drives mobile commerce? An empirical evaluation of the revised technology acceptance model', *Information & Management*, 42(5), 719-729.

WU, Y., TAO, Y. and YANG P. (2008) 'The use of unified theory of acceptance and use of technology to confer the behavioral model of 3G mobile telecommunication users', *Journal of Statistics & Management Systems*, 11(5), 919-949.

YANG, K. (2012) 'Consumer technology traits in determining mobile shopping adoption: an application of the extended theory of planned behavior', *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(5), 484-491.

YANG, H.C. (2013) 'Bon Appetit for Apps: young American consumers' acceptance of mobile applications', *Journal of Computer Information Systems*, 53(3), 85-95.

YANG, H. and ZHOU, L. (2011) 'Extending TPB and TAM to mobile viral marketing: an exploratory study on American young consumers' mobile viral marketing attitude, intent and behavior', *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 19(2), 85-98.

YILDIZ, O. (2021). A PLS-SEM approach to the consumer adoption of shopping via mobile apps, *International Journal of Marketing* (Forthcoming). DOI: 10.1504/IJMC.2021.10032505

ZHANG, L., ZHU, J. and LIU, Q. (2012) 'A meta-analysis of mobile commerce adoption and moderating effect of culture', *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1902–1911.

ZHU, G., So, K.K.F. and HUDSON, S. (2017). Inside the sharing economy: understanding consumer motivations behind the adoption of mobile applications, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(9), 2218–2239.

Özet

Araştırma, nispeten karmaşık bir model olan artırılmış Teknoloji Kabul Modelini kullanarak geleneksel ve tutarlı PLS-SEM ile CB-SEM yöntemlerini incelemeyi ve karşılaştırmayı amaçlamaktadır. CB-SEM yöntemi literatürde araştırmacılar tarafından geniş bir kullanım alanı bulmasına karşın araştırmalarda PLS-SEM metodunun tercih edilmesinde göreceli bir artış olduğu görülmektedir. CB-SEM yöntemi örtük değişkenlerin göstergelerinin birlikte paylaştığı kovaryanstan yola çıkarak bir çözüm üretmekte ve modelin uyumunu ön plana çıkarmaktadır. Diğer taraftan PLS-SEM yöntemi örtük değişkenlerin göstergelerinin ilgili faktör boyutunu biçimlendiren birer vekil değişken olarak kabul etmekte ve modelin yüksek bir açıklama gücüne sahip olmasını amaçlamaktadır. Literatür incelendiğinde CB-SEM taraftarı araştırmacılarla PLS-SEM taraftarı araştırmacılar arasında bir tartışma olduğu görülmektedir. Araştırma; regular ve consistent PLS-SEM ile CB-SEM yöntemlerinin avantajları ve dezavantajlarını ortaya konmakta böylelikle araştırmacılara ve uzmanlara çalışmalarında hangi yöntemin kullanımının uygun olduğu konusunda rehberlik etmektedir. Çalışmanın bulguları ikiye ayrılmaktadır. İlk olarak çalışma, reflektif olarak yapılandırılmış modellerde geleneksel PLS-SEM yöntemini tercih etmek yerine CB-SEM veya consistent PLS-SEM yöntemlerini kullanmanın daha sağlam sonuçlar sağladığına işaret etmektedir. İkincisi ise CB-SEM yönteminin aksine consistent PLS-SEM yönteminin, iki aşamalı analiz, yüksek örneklem hacmi ve normal dağılım şartları gibi katı koşullar gerektirmemesi araştırmacılar için daha elverişli bir yöntem olduğunu göstermektedir.

The Use of the Personal Data Collected Through Digital Footprints by Corporations in Understanding the Target Audience: An Analysis on Dot-com Companies

Sezgin SAVAŞ*, Emre ERGEN**

Abstract

This study aims to reveal the categories in which companies collect data the most as well as the changes occurring in terms of these categories. The study, within this context, explores the connexion between the tendency to collect data, revenue, and customer satisfaction in order to lay bare the contribution of data collection to understanding the customer. The findings of the study suggest that the considerable amount of personal data collected by companies has no more than little bearing on customer satisfaction. The study also shows that companies request more data in certain categories. Furthermore, there appears to be an ambiguity in terms of the link between the tendencies of data collection and revenue/customer satisfaction. Another striking point that the findings of the study make is that the data that the companies request to collect vary by sectors with little difference.

Keywords: Digital footprint, passive footprint, active footprint, personal data, target audience

Kurumların Hedef Kitlelerini Tanıma Aşamasında Dijital İzler Yardımıyla Toplanan Kişisel Verilerin Kullanımı: İnternet Şirketleri Üzerinden Bir Değerlendirme

Öz

Bu çalışma, kurumların bireyler hakkında depoladığı kişisel veri tercihlerinin hangi kategorilerde yoğunlaştığı ve ilgili kategorilerin sektörel anlamda değişimlerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaçla bağlantılı olarak çalışma, veri toplama eğilimi ile ciro ve memnuniyet arasındaki bağlantıyı da irdelemekte ve veri toplamanın tüketiciyi tanıma aşamasında sağladığı katkıyı tartışmaktadır. Çalışmanın sonuçlarına göre kurumların önemli düzeyde kişisel veri toplamasına rağmen bunların tüketiciler üzerindeki memnuniyet yansımalarının sınırlı olduğu görülmüştür. Çalışmada, kurumların özellikle kişisel veri talep etme anlamında bazı kategorilerde yoğunluk gösterdiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte şirketin sahip olduğu ciro ve müşteri memnuniyeti ile veri



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 19.11.2021

Kabul/Accepted: 04.01.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.1025833>

* Assoc. Prof. Dr., İstanbul Gelişim University, Faculty of Fine Arts, İstanbul, Türkiye.

E-mail: ssavas@gelisim.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2141-1055>

** Res. Assist., İstanbul Gelişim University, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences İstanbul, Türkiye. E-mail: ergen@gelisim.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8214-0204>

toplama eğilimleri arasındaki bağlantının belirsiz olduğu ve sektörel anlamda kurumların elde etmeyi talep ettiği verilerde küçük ölçekli de olsa değişiklik bulunduğu da çalışmanın diğer önemli sonuçları arasında yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital iz, pasif iz, aktif iz, kişisel veri, hedef kitle

1. Introduction

Digitalisation caused a significant transformation in people's lives. One of the most significant outcomes of digitalisation, at a macro scale, is the issue of privacy. The issue of privacy through the use of the social media applications is being discussed nowadays in general terms, but this discussion should focus particularly on digital footprints. It is safe to assert that the individual, who has to go beyond the boundaries of his/her traditional life style, would be stepping into the uncharted territories of digital world where s/he might face certain challenges. In other words, stepping into the digital world would mean another arena for the individual to protect his/her personal data— that is, his/her digital footprints.

Over the course of their digital lives, individuals leave behind their digital footprints as long as they are online. Whether the individual leaves these trails of information behind intentionally is one thing, but the storage of these data by a third party is another thing. Collecting and storing digital footprints are done for certain purposes and have certain consequences. These purposes and consequences can be viewed from the individual perspective as well as from the institutional vantage point. The personal data, whose collecting made possible via digital footprints, are proven to be quite beneficial for institutions. To be more specific, digital footprints play a significant role in identifying the thoughts, feelings, and behaviours of the consumers and thus in designing products as well as providing services for the consumers.

This study, accordingly, explores corporations' tendency to collect and store the personal data of their customers via the digital footprints that the customers leave behind. By putting 100 dot-com companies operating in Turkey under scrutiny, the study will focus on the following: under which categories companies collect information, industry-specific changes in the tendency of data collection, and the connexion of the collected data with revenue and customer satisfaction rates.

2. Digital Footprint and Digital Privacy of Personal Data

New media, as a medium, emerged as a result of the technological developments that has been occurring at present times. This has made the traces that individuals left behind open to further discussion. As the lives of the people have been digitalised, so have the traces that they left behind. Consequently, these traces have come to be explored in the digital world. The concept of digital footprint, accordingly, emerged as an extension of this development.

Digital footprint can be described as the trail of data that individuals leave behind in the digital world. To put it differently, digital footprints are the data which documents an individual's interactions with digital devices or services (Jungherr, 2018). Alternatively, digital footprints can also be described as the traces generated out of a particular human behaviour (Gerhard & Hepp, 2018, pp.687). Furthermore, digital footprints, in a broader sense, represent the information and data that individuals intentionally or unintentionally create when they are online (Buchanan et al., 2017, pp.275). The comments that a person make on the internet, reading newspapers and/or

blogs online, instant messaging, browsing history, the use of wearable technologies (i.e. smart watches and sensors), accessing films and songs, and attending an online event leave specific trails of data behind (Buchanan et al., 2018, pp.54; Gerhard & Hepp, 2018, pp.687). A condition for existence is a must in order to leave digital footprints behind. To exist means the accumulated experience of having been to a place (Benyon et al., 2014, pp.522). This suggests that digital footprints spread through and accumulate within a particular timeline.

People leave behind traces in every stage of their lives. Similarly, online interactions and activities leave behind digital footprints. The form of the trail of data that is left behind is also important within this context. An individual can leave behind traces knowingly or unknowingly. These traces are called active digital footprints and passive digital footprints. Active digital footprint stands for the web sites that an individual intentionally visit and the social media posts that an individual intentionally shares (Hussein, 2018, pp.153). Passive digital footprint, on the other hand, represents activities and interactions that an individual unknowingly takes part in. Passive digital footprints can be cookies, search history, location information, and so on that emerge due to the daily usage of mobile network (Hengstler, 2011, pp.93; Sürmelioglu & Seferoglu, 2019, pp.49; Girardin et al., 2008, pp.37). Therefore, it would be safe to argue that individuals share information about themselves via each online interaction and activity.

In comparing these two types of digital footprints, one can argue that passive digital footprints are much more important than the active ones because individuals have control over the active digital footprints. The individual has the option to share only a part of his/her views in the process of leaving behind active digital footprints. The information shared through the active digital footprints may not be based on true information about the individual, who left these trails of data behind, at all. In the process of passively leaving behind digital footprints, however, the information shared about the individual would be much more substantial. Since the individual is not aware of the fact that s/he is leaving behind trails of data, s/he tends to unveil the thoughts and behaviour that s/he would like to keep to himself/herself. The increased use of smartwatches and smartphones, which track the activities of the individual wearing them, have caused people to leave behind more digital footprints. Whereas some people are aware of the fact that they leave behind certain trails of data, most of the people who use digital devices that track their activities have no idea about the amount of digital footprint they leave behind (Gerhard & Hepp, 2018, pp.683).

The trails of data that the individuals leave behind compose their digital profile. Every bit of data about the individual is stored and used to generate the whole picture of the individual's profile. This picture of the individual, which can also be called the digital shadow, represents what kind of person that individual is. With every piece of data that is added to this picture, the scope of the information obtained about the individual widens and much more data can be collected about the individual's thoughts and behaviour, which s/he thinks to keep to himself/herself.

Digital footprints are associated with acquiring information about people and social phenomena (Sen et al., 2021, pp.399). This begs the question why the digital footprints that belong to individuals are being collected. This process of data collection has certain consequences at both macro and micro scale. Digital footprints are analysed in terms of cyberbullying, surveillance, and data privacy. These analyses usually point out negative aspects of digital footprints. Collecting digital footprints for the purpose of cyberbullying would usually include sending threatening/disturbing messages or mails, sharing a mail that was not meant to be shared with anyone else, creating a website that causes someone embarrassment, publishing a photo or a video to insult someone, constantly ignoring or targeting someone in a chat room, and so on (Campbell, 2005,

pp.70). Tracing digital footprints, therefore, are crucial in order to know how to intimidate and abuse an individual. Within the context of surveillance, collecting an individual's trails of data plays an important role in monitoring and overseeing an individual's online interactions. If one takes Foucault's (1984, pp.206) concept of panopticon (which he borrowed from Jeremy Bentham) into consideration, one would come to realise that storing individuals' digital footprints would allow those individuals to be monitored and controlled by the governing system. In broader terms, digital footprints would mean a threat to an individual's data security. In addition to their thoughts and habits, people share valuable information about themselves online. Amongst these are credentials, date of birth, information about credit cards, and so on (Dülger, 2016, pp.117-118). Leaking these details about the individual would violate the individual's privacy. What's more, it can also give rise to various financial problems.

Thanks to the trails of data an individual leaves behind due to his/her digital activities, s/he might find himself/herself in one of these above-mentioned situations. Since digital footprints can be stored and kept for a long period of time because nothing in the digital world can ever be removed completely and for good, individuals can face these harsh consequences. Everything that a person thinks s/he deleted continues to exist in the digital world. This means that the digitalised data of an individual will outlive that individual.

Storing digital footprints are carried out by certain individuals and groups as well as by governments and corporations. Certain individuals store the digital footprints of others for cyberbullying and fraud, whereas governments for surveillance. Corporations, on the other hand, track and store digital footprints to find out about customer taste. Within the context of this study, identifying target audience and customer taste will be put under scrutiny.

Personal data, as mentioned above, are collected through digital footprints. Little by little, digital footprints in time create the whole picture of an individual. This process allows the information about an individual's potential behaviour to be collected. This prediction of the individuals' possible behaviours bears serious consequences especially in politics and marketing. Therefore, digital privacy of personal data has become important. Furthermore, collecting personal data is proven to have serious consequences for the individual.

3. The Use of Personal Data to Identify Target Audience

The discussions about the use of personal data in today's world are mainly centred around institutions and corporations. Many government agencies and private corporations collect and store personal data in order to make use of them. This process of storage has gone beyond the traditional boundaries and spread into the digital world. Thus storing digital footprints of people has gained further significance. Surely personal data can be collected for various reasons, but for private corporations one of the main reasons for tracking and collecting personal data is to understand the marketing environment. This brings the concept of target audience to the fore.

Target groups or target audience stands for a group of people sharing a common interest (Skodvin et al., 2010, pp.855). In other words, it represents certain groups that share similar expectations and affiliations with a company or institution (Peltekoğlu, 2004, pp.143). Target audience, accordingly, is necessary for the longevity of corporations.

Target audience might sound like a small group of people at first glance, but its scope may expand or narrow down depending on the resources that a corporation has (Bülbül, 2004, pp.63). To put it differently, corporations, based on their resources, may

target a small group of people or a large group of people. Who the target audience is or whether its scope is to be widened or not are determined by the activity carried out by the corporation. Thus knowing the target audience is a permanent necessity.

Target audience governs the resources that the policymakers need (Skodvin et al., 2010, pp.855). The resources can be vote or money. Corporations make products for consumers to buy, therefore; it would be safe to say that the target audience controls the resources. In order to understand how to obtain these resources from the consumers, corporations must know the target audience. It is crucial to understand the values, needs, preferences, and behaviours of this certain group of people to succeed at this endeavour (Zenker, 2009, pp.23).

A corporate's existence depends upon whether the target audience prefers to buy its product and/or service or not (Elden, 2013, pp.367). In order to maintain customer satisfaction, corporations need to provide either the best service or the best product. Therefore knowing the needs and the expectations of the target audience is crucial (Gonzalez, 2019, pp.867). Although the concepts of need and expectation sound similar, these two concepts have different meanings. Consumer needs are divided into three parts: must-be needs, one-dimensional needs, and attractive needs. Must-be needs are that which are fundamental to the product or the service that is offered. Although their presence would not necessarily make the customers feel completely satisfied with the product or the service, lack of them would make the customers extremely unsatisfied. One-dimensional needs are the ones that are demanded by the customers. They are closely associated with customer satisfaction. Attractive needs, which are also called latent needs, are the ones that customers do not realise that they need. Attractive needs ensure customer satisfaction. Furthermore, since latent needs are a complex mixture that includes customer needs and expectations, this means that fulfilling these needs means exceeding all expectations. In other words, latent needs refer to the rather more complex expectations that are located in the subconscious instead of the ones that are conscious, accessible, and specific (Bonfanti, 2016, pp.889-890).

Accordingly, the problem of identifying the needs and the expectations of customers by corporations has gained significance. One of the possible solutions to this problem is to access personal data through tracing digital footprints. It is claimed that traditional approaches not only fall short of identifying customer needs but are also costly. This failure occurs particularly in the identification of the latent needs of customers (Yang, 2013, pp.1333). Because the passive digital footprints are thought to represent the actual reality of the customer, they are believed to be more advantageous in understanding the customer. Thus digital footprints are of great importance in identifying customer needs and ensuring sales success. The trails of data left behind by the individual generate the whole picture of the individual's profile, which includes all kinds of information about the individual. This improves customer predictability. To be more specific, it allows the individual's psychological traits as well as personalities to be predicted (Lambiotte & Kosinski, 2014, pp.1934). These predictions are essential in maintaining customer satisfaction and thus corporations attempt to collect personal data to make such predictions possible. Customer expectations, however, are influenced by the factors like word of mouth communication, personal needs, previous experiences, and external communication (Tseng & Hung, 2013, 175). That being said, various market segments have various needs and expectations (Matzler et al., 1996, pp.14). Therefore, it is important to know the overall impact of customer needs and expectations. The quality and the use of the collected footprints are also significant.

It has been observed that individuals' tendencies of leaving behind digital footprints have changed due to social, personal, and safety factors (Muhammad et al., 2018). This makes it difficult for corporations to collect digital footprints. The trails of

data left behind by each individual is different and thus unique. When online behavioural tendencies change, so do the advertisements that the individual comes across (Kumar and Raj, 2020, pp.17). Corporations, accordingly, use the data collected through the tracing of digital footprints to make the products and/or services more appealing to the customers. Moreover, these data are also used in advertisements made specifically for a certain individual.

Taking into consideration all that has been discussed so far, corporations collecting personal data via digital footprints can be regarded as something both positive and negative. For the former, the collection of personal data by corporations would be beneficial in making products and services more appealing and satisfactory to the customers. What's more, it also makes the advertisements of the products and the services that the customer wants to buy come his/her way. For the latter, collecting and using personal data violate privacy and can also be used as a tool of manipulation in order to make the customer buy the products that s/he does not actually need.

4. An Analysis of the Corporations' Tendency to Categorically Store Personal Data

4.1 The Problem that the Study Intends to Solve

Corporations collect the personal data of their customers through digital footprints. Nowadays the collection of personal data is no longer a hidden process. Rather, it occurs through the consciousness of the customer. With the emergence of smartphones, the interest in mobile phones has increased and many dot-com companies, accordingly, started to rely on mobile applications in tracing and collecting personal data. Mobile phones being constantly used by people has made corporations trace the footprints of their customers much easier. This also made the intended uses of the digital personal data stored by corporations to be questioned. Besides the very act of collecting personal data, the types of personal data that is most collected are also quite significant within this context. This study, accordingly, explores the collection of personal data via digital footprints in terms of these above-mentioned aspects.

4.2 The Aim of the Study

This study aims to lay bare under which categories companies collect information the most and the industry-specific changes of these categories. In relation to this, the connexion of the tendency of collecting data with revenue and the customer satisfaction rates is also put under scrutiny.

4.3 The Scope of the Study and the Identified Gap in the Scholarship

The scope of the data that will be presented by this study are limited to the dot-com companies located in Turkey. AppStore's classification is used in the categorisation of personal data in the study. The reason why is that AppStore's categorisation of personal data is much more detailed compared to others. Seventy-nine of the companies, which are included in Fast Company's top 100 list, have applications on AppStore. This study, accordingly, focuses on these corporations and their customers as target audience.

The gap that this study aims to fill in the scholarship is that it focuses on the consequences of using the collected personal data rather than whether the collected personal data are used or not. To be more specific, analysing storing and using the digital personal data in terms of the interaction between the customer and the company

(revenue growth and customer satisfaction) will be the unique contribution of this study to the scholarship.

4.4 The Universe and Sample of the Study

The study's universe encompasses all of the dot-com companies operating in Turkey, whereas its sample consists of Fast Company's top 100 list. Because there are no other available lists on the dot-com companies in Turkey, Fast Company's list is used in this study, which conducts 'purposive sampling'. Purposive sampling is conducted when all of the elements in the universe share similar characteristics (Ergin, 1994, pp.93).

4.5 Method of Research

The study implements content analysis. Content analysis means the analysis of the content of the object of study by dividing the content into categories. Because there are no standardised or predetermined categories in content analysis, the categories are formed through the materials of analysis found in every study (Çilingir, 2017, pp.151; Elo & Kyngas, 2007, pp.109). In this study, accordingly, the personal data collected by the corporations are subjected to a certain process of categorisation. As mentioned above, AppStore's classification is used in the categorisation of personal data in this study. The categories formed are as follows:

DATA CATEGORY	CONTENT
Contact Information	Name, address, email address, phone number etc.
Health and Fitness	Medical history: HealthKit, movement disorder, researches with a guinea pig, clinical/general data on health, data on fitness and exercise
Financial Information	Payment methods, account information, salary, income, assets, debts etc.
Location	Information on location in the form of the exact or approximate latitude and longitude
Sensitive Information	Ethnicity, sexual orientation, date of birth, religious belief, union membership, political information etc.
Phone Book	Contact list, directory etc.
User-generated Content	Email and texts, pictures and videos, recordings, contents produced in games, customer support data etc.
Browsing History	Various viewed contents such as web sites, which are not part of an application
Search History	Information on in-app searches
Identifiers	Nicknames, account identity and assigned identity, account defining identities, device id, customer number etc.
Purchase History	Information on purchases made and on purchase intention
Usage Data	Application launching, swipes, data on music/video, product interaction, advertisement etc.
Diagnostics	Time of launch, energy use, performance data, malfunction data etc.
Other Data	Types of data not mentioned above

Source: APPLE (n.d.). Privacy definitions and examples, Date of access: 30.10.2021, <https://apps.apple.com/story/id1539235847>"

Table 1. Categories of Personal Data

Following the determination of categories, the study examines the categories that the applications of the biggest (in terms of revenue) dot-com companies in Turkey request the data of. Afterwards in the study, the extent and the characteristic of the personal data

required by these 100 companies from their consumers are identified. Through this identification, the meaning of collecting personal data for companies (as well as for the overall industry) and the importance of the tendency to collect personal data in understanding the consumer are explored. Furthermore, the possible consequences of requesting and storing personal data on revenue and customer satisfaction are discussed in the study.

5. Findings

The study includes the analyses of seventy-nine companies from various categories. The industries that these companies are in are classified based on their line of business in table 2.

Category	Overall Rate
Shopping	30
Travel	13
Finance & Business	10
Technology & Software	8
Sports	7
Lifestyle & Entertainment	6
Social Network	5
Total	79

Table 2. A Review of the List on the Basis of Industry

Table 2 shows that thirty companies in the biggest 100 dot-com companies in Turkey list operate in shopping industry. It is followed by the categories of travel, finance & business, technology & software, sports, lifestyle & entertainment, and social network.

Data Category	Overall Rate
Diagnostics	58
Identifiers	56
Contact Information	54
Usage Data	52
User-generated Content	34
Location	33
Financial Information	27
Purchase History	27
Search History	23
Other Data	12
Phone Book	8
Sensitive Information	4
Health and Fitness	3
Browsing History	2

Table 3. Categories in which the Most Data is Collected by the Companies

When one puts under scrutiny the data obtained through the study in terms of the categories of data collection, one realises that there are certain differences between these categories. It is displayed that the category in which the most data is collected by companies is 'diagnostics'. It is followed by the categories of identifiers, contact

information, usage data, user-generated contents, location, financial information, purchase history, search history, other data, phone book, sensitive information, health and fitness, and browsing history. Table 3 shows that the overall rates drop significantly following the category of 'usage data'.

Total Number of Categories Whose Information is Requested	Company Name
14	Facebook
13	Amazon
12	LinkedIn
11	Google
10	-
9	Trendyol, Yemeksepeti, Getir, Sahibinden, Çiçekspeeti, Banabi, Bitaksi, Hopi
8	Nesine.com, N11.com, Peak Games, Netflix, Dolap, Yolcu360
7	Bilyoner, Misli, Modanisa, En Uygun, ETA Borusan, Armut, Supplementler, Narcade Games
6	Gittigidiyor, Ebebek, Tuttur, Sefamerve, Obilet, İstegelsin, İyzico, Modacruz, Moov, Gamegos Game, Paynet, Maçkolik, Meditopia
5	Gram Games, Rollic Games, Mynet, Voltlines, Martı, Türk Para, BluTv, Apsiyon
4	İkinciye, Tapu.com, Kitapyurdu, PayTR
3	Masomo Games, Good Job Games, OtelZ, Fırsat Bu Fırsat
2	EPTTAvm, Papara, Garajsepeti, Biletall, Connected2me, Tatilbudur, Ucuzabilet, Odamax, Lidyana
1	Hepsiburada, Morhipo, Rentiva
None	Otonet, Oley, Tatilsepeti, Turna, Kitapseç, Nadirkitap, App Samurái
Ones that Provide no Information on the Data Collected	İncehesap, Birebin, MenaPay, Birleşik Ödeme

Table 4. Categories of Data Collection by Companies

Table 4 illustrates that whereas most of the companies tend to collect data from the categories which are ranked average, companies like Facebook, Amazon, LinkedIn, and Google tend to collect data in many categories. Moreover, table 4 displays that while the companies that tend to collect data in many categories are US-based, the Turkey-based companies do not collect information more than in 9 categories in total.

Data Category	Overall Rate
Contact Information	10
Diagnostics	9
Identifiers	9
Usage Data	9
User-generated Content	9
Location	7
Financial Information	7
Purchase History	6
Search History	5
Other Data	4
Phone Book	3
Browsing History	2
Sensitive Information	1
Health and Fitness	1

Table 5. The Most Collected Data Categories by the Top 10 Companies

The information on table 5 is similar to the information on table 4, which details out the whole picture. Whereas the list, from top to down, goes on like this on table 4: Diagnostics, Identifiers, Contact Information, Usage Data, and so on; it goes on like this on table 6: Contact Information, Diagnostics, Identifiers, Usage Data, and so on. The comparison of the aforementioned tables demonstrate that companies find the category of 'user-generated content' quite significant.

Company Name	Total Number of Data Request Categories
Trendyol	9
Hepsiburada	1
Nesine.com	8
N11.com	8
Bilyoner	7
Gittigidiyor	6
Yemeksepeti	9
Google (Youtube)	11
Peak Games (Toon Blast)	8
Facebook	14

Table 6. Largest Companies by Revenue and Data Requests

Table 6 provides accurate and consistent information to explore the connexion between data request and revenue. Although there is not much gap between the revenues of the top 10 companies, the total number of categories of data request differs considerably. What's more, the companies that have the same amount of data request attempts as the ones at the top differs from them considerably in terms of revenue. Hepsiburada is significant in analysing the link between data collection and revenue mainly because of two reasons: (1) it requests the data in only one category and (2) still manages to be ranked second in terms of revenue.

It is also possible to establish an industry-specific approach in the analysis of data request categories. Companies operating in various industries need various personal data. An industry-specific comparison, accordingly, will also be conducted below.

Company Name	Total Number of Data Request Categories
Trendyol	9
Hepsiburada	1
N11.com	8
Gittigidiyor	6
Yemeksepeti	9
Getir	9
Sahibinden	9
Ebebek	6
EPTTAvm	2
Modanisa	7
Çiçeksepeti	9
Otonet	0
Morhipo	1
Amazon (Amazon Shopping)	13
Banabi	9
Sefamerve	6
İstegelsin	6
Garaj Sepeti	2
Dolap	8
Rentiva (Garajyeri)	1
Gardrops	0
Tapu.com	4
Modacruz	6
Kitapyurdu	4
Kitapseç	0
Supplementler	7
Nadir Kitap	0
Hopi	9
Fırsat Bu Fırsat	3
Lidyana	2

Table 7. Data Request Numbers in the Category of Shopping (Rank by Revenue)

Amazon, through 'Amazon Shopping' application, is the company with the most requests (in 13 categories) for access to personal data. The companies such as Otonet, Nadir Kitap, and Gardrops are seen to be not requesting any access to any forms of data.

Data Category	Overall Rate
Contact Information	30/23
Diagnostics	30/21
Identifiers	30/20
Usage Data	30/18
Search History	30/15
User-generated Content	30/14
Location	30/13
Purchase History	30/12
Financial Information	30/11
Other Information	30/4
Phone Book	30/3
Health & Fitness	30/1
Sensitive Information	30/1

Table 8. The Type of Data Requested the Most in the Category of Shopping

Table 8 lays bare that the data categories listed here are consistent with the general picture provided so far. However, it is interesting that the category of search history, which is ranked 8th on table 3, is ranked 5th on table 8. When this list is narrowed down on the basis of the top 10 companies in the shopping category, the category of 'search history' appears to go up as far as the 2nd rank with the score of 10/8.

Company Name	Total Number of Data Request Categories
En Uygun	7
Obilet	6
Biletall	2
Bitaksi	9
OtelZ	3
Tatilbudur	2
Tatilsepeti	0
Moov	6
Ucuzabilet	2
Turna	0
Yolcu360	8
Marti	5
Odamax	2

Table 9. Data Request Numbers in the Category of Travel (Rank by Revenue)

'Bitaksi' appears to be the company with the most requests (in thirteen categories) for access to personal data in the category of travel. Companies such as Tatilsepeti and Turna seem to be not requesting any access to any forms of data.

Data Category	Overall Rate
Diagnostics	13/10
Contact Information	13/7
Identifiers	13/7
Usage Data	13/7
Purchase History	13/5
Financial Information	13/4
Location	13/4
Search History	13/4
Other Data	13/2
Sensitive Information	13/1
User-generated Content	13/1

Table 10. The Type of Data Requested the Most in the Category of Travel

Table 10 shows that the data categories listed here are consistent with the general picture provided so far. Although there is not much difference to be observed between the categories in general, it can be seen that the category of 'purchase history' goes up and there are changes to be observed in the order of the first four categories. When this list is narrowed down on the basis of the top 10 companies in the shopping category, there is not much difference to be observed at all.

Company Name	Total Number of Data Request Categories
ETA Borusan	7
Papara	2
İyzico	6
Voltlines	5
Paynet	6
Türk Para (Param)	5
MenaPay	-
PayTR	4
Apsiyon	5
Birleşik Ödeme (Gazmatik)	-

Table 11. Data Request Numbers in the Category of Finance & Business (Rank by Revenue)

'ETA Borusan' appears to be the company with the most requests (in seven categories) for access to personal data in the category of finance & business. Companies like MenaPay and Birleşik Ödeme do not appear to be sharing any information related to data categories.

Data Category	Overall Rate
Contact Information	10/8
Identifiers	10/8
Usage Data	10/6
User-generated Content	10/5
Diagnostics	10/5
Financial Information	10/4
Location	10/3
Phone Book	10/1

Table 12. The Type of Data Requested the Most in the Category of Finance & Business

Table 12 illustrates that the data categories listed here are consistent with the general picture provided so far. However, it can be observed that whereas the category of 'user-generated content' goes up, the category of 'diagnostics' does down when comparing table 12 with the general picture. Another striking thing about table 12 is that it displays that there are no data collected in the categories of health and fitness, sensitive information, browsing history, search history, purchase history, and other data.

Company Name	Total Number of Data Request Categories
Peak Games (Toon Blast)	8
Gram Games (Merge Dragons)	5
Rollic Games (Hair Challenge)	5
Masomo (Kafa Topu 2)	3
Good Job – Games (Fun Race 3D.)	3
Gamegos Game (Cafeland - World Kitchen)	6
App Samurai (Storyly)	0
Narcade Games (Trick Me: Logical Brain Teaser)	7

Table 13. Data Request Numbers in the Category of Technology & Software (Rank by Revenue)

'Peak Games' appears to be the company with the most requests (in eight categories) for access to personal data in the category of technology & software. App Samurai seems to be not requesting any access to any forms of data.

Data Category	Overall Rate
Identifiers	8/7
Usage Data	8/7
Diagnostics	8/7
Purchase History	8/5
User-generated Content	8/4
Location	8/3
Other Data	8/2
Contact Information	8/1
Phone Book	8/1

Table 14. The Type of Data Requested the Most in the Category of Technology & Software

Table 14 demonstrates that the data categories listed here are consistent with the general picture provided so far. However, it could be seen that the category of 'purchase history' goes up when compared to the general picture provided so far. Table 14 also shows that technology & software companies do not collect data in the categories of health and fitness, financial information, sensitive information, browsing history, and search history.

Company Name	Total Number of Data Request Categories
Nesine.com	8
Bilyoner	7
Misli	7
Tuttur	6
Oley	0
Birebin	-
Maçkolik	6

Table 15. Data Request Numbers in the Category of Sports (Rank by Revenue)

'Nesine.com' is the company with the most requests (in eight categories) for access to personal data in the category of sports. Oley seems to be not requesting any access to any forms of data.

Data Category	Overall Rate
Contact Information	7/5
User-generated Content	7/5
Identifiers	7/5
Usage Data	7/5
Diagnostics	7/5
Financial Information	7/4
Location	7/4
Purchase History	7/1

Table 16. The Type of Data Requested the Most in the Category of Sports

Table 16 displays that the data categories listed here are consistent with the general picture provided so far. However, it can be observed that the category of 'user-generated content' rises up in terms of rank when compared to the general picture provided so far. Table 16 also illustrates that sports companies do not collect data in the following categories: health and fitness, sensitive information, phone book, browsing history, search history, and other data.

Company Name	Total Number of Data Request Categories
Netflix	8
İkinciye	4
İncehesap	-
Armut	7
BluTV	5
Meditopia	6

Table 17. Data Request Numbers in the Category of Lifestyle & Entertainment (Rank by Revenue)

'Netflix' is the company with the most requests (in eight categories) for access to personal data in the category of lifestyle & entertainment. There is no company in the category of lifestyle & entertainment that does not collect personal data.

Data Category	Overall Rate
Contact Information	6/5
Identifiers	6/5
Usage Data	6/5
Identifiers	6/5
Location	6/2
User-generated Content	6/2
Purchase History	6/2
Health and Fitness	6/1
Financial Information	6/1
Search History	6/1
Other Data	6/1

Table 18. The Type of Data Requested the Most in the Category of Lifestyle & Entertainment

Table 18 demonstrates that the data categories listed here are consistent with the general picture provided so far. Table 18 also shows that lifestyle & entertainment companies do not collect data in the following categories: sensitive information, phone book, and browsing history.

Company Name	Total Number of Data Request Categories
Google (Youtube)	11
Facebook	14
LinkedIn	12
Mynet	5
Connected2me	2

Table 19. Data Request Numbers in the Category of Social Network (Rank by Revenue)

'Facebook' is the company with the most requests (in fourteen categories) for access to personal data in the category of social network. There is no company in the category of social network that does not collect personal data.

Data Category	Overall Rate
Contact Information	5
Diagnostics	5
Location	4
Identifiers	4
Usage Data	4
Financial Information	3
Phone Book	3
User-generated Content	3
Search History	3
Other Data	3
Sensitive Information	2
Browsing History	2
Purchase History	2
Health and Fitness	1

Table 20. The Type of Data Requested the Most in the Category of Social Network

Table 20 illustrates that the data categories listed here are consistent with the general picture provided so far. However, it can be seen that the category of 'location' goes up in terms of rank when compared to the general picture so far provided. It is also significant that social network companies collect data in each data category.

The tendency to collect data can also be analysed through customer satisfaction. It is common knowledge that companies access personal data in order to provide the products and the services that would appeal to the overall taste of the customer. Accordingly, the tendencies of the companies (with at least 1.000 users) that scored at least 4.5 out of 5 to collect data are identified in order to explore the connexion between data collection and customer satisfaction.

Company Name	Total Number of Data Request Categories	Score and Number of Participants
Trendyol	9	4.6 • 2.2M
Hepsiburada	1	4.7 • 754.1K
Nesine.com	8	4,5 • 169,3K
N11.com	8	4,7 • 570,9K
Gittigidiyor	6	4.7 • 292.7K
Yemeksepeti	9	4.7 • 1.4M
Google (Youtube)	11	4,5 • 1,7B
Peak Games (Toon Blast)	8	4.7 • 62.1K
Getir	9	4.8 • 470.9K
Sahibinden	9	4.7 • 1.7M
Gram Games (Merge Dragons)	5	4.8 • 5.9K
Modanisa	7	4,6 • 21,9K
Çiçeksepeti	9	4.6 • 459K
En Uygun	7	4.8 • 46.7K
Morhipo	1	4.6 • 65K
Amazon (Amazon Shopping)	13	4.6 • 16.5K
Banabi	9	4.7 • 1.4M

Obilet	6	4,7 • 49,5K
Papara	2	4,8 • 159,7K
Armut	7	4,7 • 45,6K
Dolap	8	4,6 • 209,8K
Biletall	2	4,6 • 4,5K
Mynet	5	4,5 • 37,6K
Bitaksi	9	4,8 • 169,2K
Gardrops	0	4,7 • 166,6K
Modacruz	6	4,6 • 58,9K
Yolcu360	8	4,7 • 6,9K
Martı	5	4,7 • 53,7K
Gamegos Game (Cafeland - World Kitchen)	6	4,5 • 10,3K
Supplementler	7	4,8 • 17,4K
BluTV	5	4,5 • 105,7K
Hopi	9	4,6 • 19,7K
Lidyana	2	4,6 • 2,7K
Meditopia	6	4,8 • 62,2K

Table 21. A Comparison of Companies' Scores (4.5+) and Data Category Numbers (Rank by Revenue)

Table 21 lays bare that there is ambiguity in terms of the link between data collection and customer satisfaction. When the scores that the users give are taken into consideration, both the companies with the highest and the lowest number of data request categories enjoy considerably high rates of participation in customer satisfaction surveys. The companies such as Hepsiburada, Morhipo, Papara, Biletall, Gardrops, and Lidyana, which collect either a very little amount of data or not at all, cause the link between data collection and customer satisfaction to be questioned. Moreover, many companies on the list appear to collect data at an average level.

Data Category	Overall Rate
Contact Information	34/30
Identifiers	34/29
Diagnostics	34/29
Usage Data	34/27
Purchase History	34/22
Location	34/19
User-generated Content	34/19
Search History	34/17
Financial Information	34/16
Other Data	34/5
Phone Book	34/4
Health and Fitness	34/2
Sensitive Information	34/2
Browsing History	34/1

Table 22. Data Request Numbers of the Companies with the Highest Score

Table 22 shows that the data categories collected are consistent with the general picture provided so far. There are little changes to be observed in the order of a few

categories, whereas the category of 'purchase history' seems to considerably go up in rank. The data provided in the category of 'purchase history' appear to be an important category for the companies that enjoy the highest rates of participation in customer satisfaction surveys. This begs the question whether the data category of 'purchase history' has anything to do with customer satisfaction or not.

6. Conclusion

The data collected by companies can be approached from two different vantage points: individual and institutional. Whereas individuals regard this process of collecting data as an issue of privacy, institutions view it as an attempt of understanding the customer. However, when the tendency of data collection by corporations is taken into consideration, the total amount of data collected outweighs the intended use of these data. The process of data collection by companies contains various categories of personal data.

According to the results of the study, the category of 'diagnostics' is the type of data requested the most by the companies. The category of diagnostics is related to performance and malfunction data of the product and/or the device that is offered by a company. Particularly during the coronavirus outbreak, accordingly, technology & software companies experienced revenue growth. The second in rank is the category of 'identifiers', which means that corporations are quite interested in their customers' account identity, customer number, and so on. It also appears that most of the companies tend to collect data in the categories which are ranked average. Only one company collects data in all of the categories. The corporations that collect data in many categories are observed to be US-based or to operate on a global scale.

The study also suggests that there is simply not enough data to explore the link between the companies' tendency to collect data and revenue. While the general picture illustrates that all of the top ten companies, with the exception of Hepsiburada, collect data in more than six categories, there is still not enough data to work on the connexion between revenue and data collection. The study furthermore states that regardless of the amount of revenue, all corporations tend to collect data.

Application owners on AppStore have the right to not provide information about the data they access. The study shows that the less the revenue is, the more the tendency to not provide information on data collection. To illustrate, the first company on the lists that does not share information on data collection is İncehesap, which is ranked last on the list. İncehesap is followed by Birebin, MenaPay, and Birleşik Ödeme, which likewise do not provide any information on the data collected. A company not sharing any information on data collection might have the potential to make that company look unreliable for customers. Thus, the companies with the highest revenue provide exact and detailed information on data collection. The negative response of the customers to the companies that do not provide information on data collection is manifested in customer satisfaction surveys. The companies that do not share information on the data collected (except for MenaPay) suffer in terms of both the total number of votes and the overall score: İncehesap with 2.8/117, Birebin with 2.5/117, MenaPay with 4.5/54, and Birleşik Ödeme with 1.7/24.

It is also important to notice that eight companies do not collect data through their applications on Apple Store. An interesting fact is that four of these are shopping companies. Amongst the hundred companies on the list, only three are applications on selling books. Two of these companies, strikingly, do not collect any data. The scores that the companies which do not collect data receive from customers appear to be high. One striking company in terms of that is Gardrops with 4.7/166.6. Therefore not collecting

data does not mean that the potential to manifest the products and/or to provide the services that satisfy the customer would diminish.

When the data provided by this study are analysed from the vantage point of an industry-specific approach, the sectoral data appear to be consistent with the general picture. The tendency to collect data increases in terms of the category of 'search history' in the shopping category, 'purchase history' in the category of travel, 'user-generated content' in the category of finance & business, 'purchase history' in the category of technology & software, 'user-generated content' in the category of sports, and 'location' in the category of social network.

Last but not least, the study puts forward that some of the categories of data collection are regarded unimportant by the corporations. Two of these are the categories of health and fitness and sensitive information. There are only three dot-com companies (Facebook, Amazon, and Mediopia) that collect data on health and fitness. Similarly, there are only four dot-com companies (Facebook, Amazon, LinkedIn, and Bitaksi) that collect data on sensitive information. Browsing history is the other category whose data is not collected by the companies.

Taking into consideration the findings of the study, it is safe to say that the advantages that the tendency to collect data and the scale of the data collected provide in understanding the customer is not clear. The findings of the study suggest that there is no linear-by-linear association between the tendency to collect data, the scores that the companies receive in surveys (except for the category of purchase history), and the revenue. Whereas some of the companies that enjoy the highest rates of participation in customer satisfaction surveys or the largest ones by revenue request high amounts of data, the others request very little amount of data. Companies tend to identify the target audience in order to offer products or services that appeal to the customer. Moreover, the tendency to collect data has certain consequences on companies as its repercussions can be observed on customer satisfaction surveys. All in all, it is impossible to talk about the whole picture as some parts of the puzzle are still missing. Hence, the companies' tendency to collect data should be analysed in a much more comprehensive manner.

REFERENCES

- APPLE (n.d). Privacy definitions and examples, Date of access: 30.10.2021, <https://apps.apple.com/story/id1539235847>
- BENYON, D., QUIGLEY, A., O'KEEFE, B. & RIVA, G. (2014). Presence and digital tourism. *AI & Society*, 29(4), 521-529.
- BONFANTI, A. (2016). Customers' needs and expectations on servicescape surveillance management. *The TQM Journal*, 28(6), 887-906.
- BUCHANAN, R., SOUTHGATE, E., SMITH, S. P., MURRAY, T. & NOBLE, B. (2017). Post no photos, leave no trace: children's digital footprint management strategies. *E-Learning and Digital Media*, 14(5), 275-290.
- BUCHANAN, R., SOUTHGATE, E., SCEVAK, J. & SMITH, S. P. (2018). Expert insights into education for positive digital footprint development. *Scan: The Journal for Educators*, 37(2), 49-64.
- BÜLBÜL, R. (2004). *Halkla ilişkiler*. Ankara: Nobel Yayınları.
- CAMPBELL, M. A. (2005). Cyber bullying: an old problem in a new guise?. *Journal of Psychologists and Counsellors in Schools*, 15(1), 68-76.
- ÇİLİNGİR, A. (2017). İletişim alanında içerik analizi yöntemi kullanılarak yapılan yüksek lisans ve doktora tezleri üzerine bir inceleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(1), 148-160.

- DÜLGER, M. V. (2016). Kişisel verilerin korunması kanunu ve türk ceza kanunu bağlamında kişisel verilerin ceza normlarıyla korunması. *İstanbul Medipol Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 3(2), 101-168.
- ELDEN, M. (2013). *Reklam ve reklamcılık*. İstanbul: Say Yayınları.
- ELO, S., KYNGÄS, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107-115.
- ERGİN, D. Y. (1994). Örneklem türleri. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(6), 91-102.
- FASTCOMPANY (2021). En büyük 100 internet şirketi, Date of access: 30.10.2021, <https://fastcompany.com.tr/calisma-hayati/en-buyuk-100-internet-sirketi/>
- FOUCAULT, M. (1984). *Panopticism, in the foucault reader*. New York: Pantheon Books.
- GERHARD, U., HEPP, A. (2018). Digital traces in context| appropriating digital traces of self-quantification: contextualizing pragmatic and enthusiast self-trackers. *International Journal of Communication*, 12, 683-700.
- GIRARDIN, F., CALABRESE, F., DAL FIORE, F., RATTI, C. & BLAT, J. (2008). Digital footprinting: uncovering tourists with user-generated content. *IEEE Pervasive computing*, 7(4), 36-43.
- GONZALEZ, M. E. (2019). Improving customer satisfaction of a healthcare facility: reading the customers' needs. *Benchmarking: An International Journal*, 26(3), 854-870.
- HENGSTLER, J. (2011). Managing your digital footprint: ostriches v. eagles. *Education For A Digital World*, 2.0, 89-139.
- HUSSEIN, H. A. (2018). A passive digital footprint for extranet environment. *AL-Qadisiyah Journal of pure Science*, 23(1), 152-158.
- JUNGHER, A. (2018). Normalizing digital trace data. Natalie Jomini Stroud, Shannon Mcgregor (Ed.) *In Digital discussions (ss. 9-35)*. Routledge.
- KUMAR, H., RAJ, P. (2020). An indagation on experiences and awareness of digital footprint among pupils of higher education. *Academic Research International*, 11(3), 16-31.
- LAMBIOTTE, R., KOSINSKI, M. (2014). Tracking the digital footprints of personality. *Proceedings of the IEEE*, 102(12), 1934-1939.
- MATZLER, K., HINTERHUBER, H. H., BAILOM, F. & SAUERWEIN, E. (1996). How to delight your customers. *Journal of Product & Brand Management*, 5(2), 6-18.
- MUHAMMAD, S. S., DEY, B. L. & WEERAKKODY, V. (2018). Analysis of factors that influence customers' willingness to leave big data digital footprints on social media: a systematic review of literature. *Information Systems Frontiers*, 20(3), 559-576.
- PELTEKOĞLU, F. B. (2004). *Halkla ilişkiler nedir?*. İstanbul: Beta Yayınları.
- SEN, I. & FLÖCK, F., WELLER, K., WEIß, B. & WAGNER, C. (2021). A total error framework for digital traces of human behavior on online platforms. *Public Opinion Quarterly*, 85(S1), 399-422.
- SKODVIN, T., GULLBERG, A. T. & AAKRE, S. (2010). Target-Group influence and political feasibility: the case of climate policy design in europe. *Journal of European Public Policy*, 17(6), 854-873.
- SURMELIOĞLU, Y., SEFEROĞLU, S. S. (2019). An examination of digital footprint awareness and digital experiences of higher education students. *World Journal on Educational Technology: Current Issues*, 11(1), 48-64.
- TSENG, S. C., HUNG, S. W. (2013). A framework identifying the gaps between customers' expectations and their perceptions in green products. *Journal of Cleaner Production*, 59, 174-184.
- YANG, C. C. (2013). An analytical methodology for identifying the latent needs of customers. *Total Quality Management & Business Excellence*, 24(11-12), 1332-1346.

ZENKER, S. (2009). Who's your target? The creative class as a target group for place branding. *Journal of Place Management and Development*, 2(1), 23-32.

Özet

Bu çalışma, bireylerin dijital ortamda bırakmış oldukları izlerin depolanması ve depolanan izlerin kullanım amaçlarına irdelemektedir. Günümüzde dijital izlerin pek çok farklı alanda kullanıldığı bilinmektedir. Özellikle kurumsal açıdan konu değerlendirildiğinde kurumların bu izleri paydaşlarını ve paydaşları özelinde tüketicilerini tanımak için depoladıkları düşünülmektedir. Bu doğrultuda bu araştırma da kurumların bireyler hakkında depoladığı kişisel veri tercihlerinin hangi kategorilerde yoğunlaştığı ve ilgili kategorilerin sektörel anlamda değişimlerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmada Fast Company Dergisi tarafından gerçekleştirilmiş index referans alınarak Türkiye'de faaliyet gösteren en büyük yüz internet şirketi değerlendirmeye alınmıştır. İlgili kurumların dijital izler yardımıyla kişisel veri toplama eğilimleri çeşitli veri kategorileri üzerinden tespit edilmiş ve veri toplama eğiliminin hem kurumsal hem de sektörel açıdan yansımaları irdelenmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre kurumlar tarafından en çok toplanan veri kategorileri göz önüne alındığında "tanılar" kategorisinin birinci sırada yer aldığı görülmektedir. Bu kategoriye sırasıyla kimlik tanıtıcılar, iletişim bilgileri ve kullanım verileri kategorilerinin takip ettiği söylenebilmektedir. Kurumların veri toplama eğilimleriyle ciroları arasındaki bağlantı incelendiğinde ise bu tür bir bağlantı kurabilme aşamasında yeterli veri olmadığı görülmektedir. Cirosu hem düşük hem de yüksek olan kurumların birbiriyle benzer olmayan bir şekilde veri topladığı görülmektedir. Ancak araştırma kapsamında özellikle kurumun cirosu düştükçe veri toplama hakkında bilgi vermeme eğiliminde artış görülmeye başlandığı da belirtilebilmektedir. Bu doğrultuda ilk bilgi vermeyen kurumun otuz altıncı sırada yer aldığı görülmektedir. Araştırma kapsamında veri toplama işlemi hakkında bilgi vermeyen kurumların yanında veri toplamayan kurumlara da bir parantez açmak gerekmektedir. İlgili listede toplam sekiz adet kurumun veri toplamadığı görülmektedir. Araştırma sonuçları sektörel açıdan incelendiğinde, genel olarak sektörel verilerin genel tablo ile uyumlu olduğu görülse de sektörel anlamda bazı veri kategorilerinin de öne çıktığı söylenebilmektedir. Dolayısıyla kurumların hangi veri kategorilerine daha fazla önem verdiğinin ilgili kurumun hangi sektörde bulunduğuyla bir bağlantısı olduğunu söylemek mümkündür. Araştırma kapsamında değinilmesi gereken bir diğer nokta ise özellikle bazı veri kategorilerinin kurumlar tarafından önemli görülmediğidir. Bu doğrultuda "sağlık ve fitness", "hassas bilgiler" ve "göz atma geçmişi" gibi kategorilerinin oldukça az toplanan veri türleri olduğu söylenebilmektedir. Araştırma sonuçları göz önüne alındığında veri toplama eğilimi veya tüketiciler hakkında toplanan verilerinin boyutunun müşteriye tanıma anlamında kesin çıkarımlar sağlamadığı söylenebilmektedir. Kurumların veri toplama eğilimleri ile tüketicilerinden aldıkları oylar veya ciroları değerlendirildiğinde doğrusal bir bağlantının yokluğu göz çarpmaktadır. Sonuçlar, yüksek düzeyde ciroya veya yüksek oranda beğenilme düzeyine sahip kurumların bazılarının yüksek oranda veri talep ederken bazılarının çok az veya hiç veri talep etmediğini göstermektedir. Bu anlamda dijital izlerin depolanması ve tüketiciyi tanıma anlamında kullanımının yansımalarının tüketici memnuniyeti yaratma açısından tartışılması gerektiği söylenebilmektedir.

The Effects of Social Media on the Purchasing Behaviour of Airline Customers (Generation Y and Z)

Emre KARŞIGİL*, Fatma Selin SAK**

Abstract

In recent years, the widespread use of the internet and the developments in communication networks have increased the use of social media networks and applications of enterprises operating in the aviation sector. In parallel with this, most airline companies have started to sell their tickets through social media. In fact, social media has become a means of solving the problems of airline customers, platforms where passengers share their experiences, and competitive tools that affect the purchasing criteria of potential customers. In this direction, it is aimed to determine the effects of social media tools on the purchasing behavior of airline customers. In the study, a questionnaire was used as a data collection method. Surveys were collected online from 139 respondents between 12 March -31 March 2022. In the study, it was concluded that there were changes in the ticket purchasing behaviors of the customers before and after the purchase, under the influence of different social media.

Keywords: Social media, airlines, passenger, purchasing behaviour, Y and Z generations

Sosyal Medyanın Havayolu Müşterilerinin (Y ve Z kuşağı) Satın Alma Davranışı Üzerine Etkileri

Öz

Son yıllarda internet kullanımının yaygınlaşması ile iletişim ağlarındaki gelişmeler, havacılık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin sosyal medya ağlarının ve uygulamalarının kullanım oranlarını arttırmıştır. Buna paralel olarak, çoğu havayolu işletmesi bilet satışlarını sosyal medya üzerinden gerçekleştirmeye başlamıştır. Hatta, sosyal mecralar havayolu müşterilerinin sorunlarını çözme aracı, yolcuların tecrübelerini paylaştıkları platformlar ve potansiyel müşterilerin satın alma kriterlerini etkileyen rekabet araçları haline gelmiştir. Bu doğrultuda çalışmada, sosyal medya araçlarının havayolu müşterilerinin satın alma davranışı üzerindeki etkilerinin saptanması amaçlanmıştır. Çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket uygulaması



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 09.04.2022

Kabul/Accepted: 24.07.2023

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.1100826>

* Res. Assist., Necmettin Erbakan University, Faculty of Astronautics and Cosmonautics, Aviation Management, Konya, Türkiye, E-mail: ekarsigil@erbakan.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0001-6243-9746>

** Assist. Prof. Dr., Giresun University, School of Civil Aviation, Aviation Management, Giresun, Türkiye, E-mail: selin_sak@giresun.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0001-7105-7387>

gerçekleştirilmiştir. Anketler çevrimiçi olarak 139 katılımcıdan, 12 Mart - 31 Mart 2022 tarihleri arasında toplanmıştır. Çalışmada, müşterilerin satın alma öncesinde ve sonrasında farklı sosyal mecraların etkisinde kalarak bilet satın alma davranışlarında değişiklikler olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, havayolları, yolcu, satın alma davranışı, Y ve Z kuşakları

1. Introduction

Using social media networks, businesses can identify services that meet the changing demands and needs of their audience and gain competitive advantage over their competitors. Consumer buying behaviour varies between generations. Similarly, the usage rates of social media applications vary from generation to generation (Şahin & İçil, 2019). The applications are seen to be preferred by consumers, covering the generation Y and Z, which were born after the year of 1980. That's why businesses are actively using social media applications to make customers, especially those in these generations.

As businesses actively start producing content for users, users have started to create their own content on a variety of forums, media and content sharing sites and social networks, so they can share content with their environment, other users and even the world (Ceyhan, 2019).

As social factions become so involved in the lives and business world of users, different businesses that operate in all areas try to connect with existing and potential customers using social media channels to market their products or services. One of these businesses, airline businesses, is increasingly using social media, and most airline businesses are actively involved in networks such as Facebook, Twitter and LinkedIn (Koch & Tritscher, 2017). According to this, increased interest in social media and digital interaction requires further research of social media marketing to promote products and services.

The purpose of the study is to determine the impact of social media networks on the purchasing behaviour of airline customers (called generations Y and Z). The study uses a sectional scanning model, one of the quantitative research methods. It was then attempted to determine what trends the purchasing behaviour has in advance, during and after the purchase and how much customers are affected by social media. This means that the following questions are sought in the study:

RQ1: It is aimed to show how the social media tools used by passengers influence consumer behaviour before and after purchase.

RQ2: It is intended to determine whether there is a positive relationship between the level of use of social media tools and consumer behaviour before and after purchase.

The contribution of the study to the literature is that it provides a different perspective by revealing the purchasing behaviours of airline customers under the influence of social media. As a contribution to the practice of the study, it is aimed at guiding airline decision makers through the knowledge of new strategic marketing approaches that drive airline customers to buy.

2. Theoretical Background

2.1. Consumer Behaviour

The concept of consumer behaviour can be defined as "a workspace that examines processes and factors affecting the processes involved in choosing, purchasing, using or disposing of products, services, thoughts or experiences to satisfy the wishes and needs of individuals or groups" (Odabaşı, 1998). Consumer behaviour does not only cover the purchase phase, but also the previous, the next, the experiences related to this stage and many different influences (Odabaşı & Barış, 2002).

To understand, analyze and succeed a business's consumer expectations and direction; Consumers need to try to understand their demands and needs, to produce products and services that best meet these needs, to make sure that these products and services are different from those offered by competitors, and to drive consumers to purchase with a value that will make the consumer happy (Durmaz et al., 2011).

There are many buying models on consumer behaviour. When the economic, behavioural, psychoanalytical and socio-psychological models are examined, consumers are influenced and acted in different ways. For example, in the micro-economic model, one of the economic models, consumer income, price of goods, type of goods, and sales-enhancing activities of the business are effective in the purchase process. In contrast, socio-psychological model, it is seen that the needs and behaviours of the consumer are determined by the group they wish to be a member of. According to this, consumers are directed toward objects such as clothing, cars, houses similar to society (Tuğcu, 2014).

In this context, when looking at generations created by groups of the same age through the phenomenon of consumption, baby Boomers developed a sense of loyalty to the product they were satisfied with by being rational to consumption because they were the generation of the period after war and absence (Altuntuğ, 2012). Given that the next generation X has a high level of education, a more informed and responsive purchase in terms of consumption is becoming widespread, while consumption is being realized for the purpose of gratification. For the millennials born in technological breakthroughs with the discovery of the Internet, consumption is seen as an expression and a source of entertainment, not only as a simple and imperative action. Concepts such as fashion passion, brand search or online shopping are the typical expectations of consumers of this generation. For the consumers of the youngest generation of Z, it is also impossible to describe a consumption behaviour without technology, without a smartphone or without a tablet (Bayrakdaroğlu & Özbek, 2018).

2.2. Social Media

The Internet is technically a interconnected global computer network system and is considered a new environment of communication. Many changes have been made since the Internet process and the needs of internet users have been developed according to their wishes. The most important step in this change is Web 2.0 technologies (Kara, 2013). In this sense, social media has started to emerge during the transition from Web 1.0 to Web 2.0, and has been a tool developed in the Web 3.0 period and continuing its development in the process of moving to the Web 4.0 period (Arslan & Yavuz, 2020).

The term social media is defined in different ways in the literature. According to Boyd and Ellison (2004), users are defined as a virtual environment where they can create profiles, make a list of people they are associated with, share, and observe profiles and lists of other users. In other words, it can be expressed as social network factions that allow internet users to communicate with each other through personal comments, expressions, image and content sharing (Kirtiş & Karahan, 2011). The foundation of social

media is emphasized here as environments where people are constantly, instantaneously and actively participating (Özgen & Elmasoğlu, 2016).

The tools that make up these environments differ as a species and interactivity, and are seen to affect potential audience, as well as the development and rapid change in both the internet and social media, as well as a transformation in marketing and advertising assemblies (Arslan & Yavuz, 2020). The main social media tools are available as platforms where various visual and content can be shared, such as microblogs (Twitter), social networks (Facebook, Instagram), media sharing sites (YouTube, Tiktok, IGTV), instant messaging networks (Whatsapp, Facebook Messenger, Instagram Direct, Twitter DM), passenger experiences on the internet (Skytrax, TripAdvisor).

The development of the mentioned social media networks has increased rapidly, especially in recent years. This speed is proportional to the increase in the power of communication and interaction. The speed at which the radio reaches 50 million users is 38 years, while the TV is 13 years, Twitter has only 9 months to reach this number (Kara, 2013).

Today, social media users are not just individual users. The internet has created a new channel for businesses and consumers. This allows businesses to connect their products with consumers and create an alternative source of communication with consumers. In this way, consumers can choose products, order products, and deliver product complaints, requests and questions to the manufacturer by comparing product specifications (Kara, 2016).

Social media use is a rapidly growing platform in our country, especially among young and young adults, and therefore has an important place especially for businesses with a target audience of young and young adult consumers (Barutçu & Tomaş, 2013). Businesses that are well-assessing social media platforms where young people spend a lot of time and are active users also have significant achievements in the competition environment (Şener & Yücel, 2020).

One of the sectors in which social media quickly expanded its coverage and increased its importance was the aviation industry. In this study, the behaviour of airline customers before and after purchasing tickets will be reviewed in the context of social media use.

2.3. Generation Theory

The concept of generation is defined as the default human communities that are born and raised and living in a given period of time and have common features and perspectives because they are affected by the events that occur in this process (Berkup, 2014). The theory of generation groupings or generations was first suggested in a book written in 1928 by Karl Mannheim, a German sociologist. The classifications and discussions that took into today's generations were first started to accelerate with the book published by Inglehart and then by Strauss and Howe in 1991, and some researchers called it the "Strauss-Howe belt Theory" (Arslan & Staub, 2015).

In the determination of generations, the social, economic and cultural conditions of the period in which the generations are present are affected, as well as developments in technology in particular (Aka, 2018). In this respect, a number of characteristics of technology use, business perspective, social values can be attributed to generations (Deniz & Tutgun Ünal, 2019).

In general, five generations are encountered when looking at society (Kavalcı & Ünal, 2016):

	Traditionalist (1900-1945)
Generation Name	Baby Boomers (1946-1964)
	Generation X (1965-1979)
	Generation Y (1980-1999)
	Generation Z (2000-...)

Source: Kavalcı & Ünal, 2016.

Figure 1. Generations

Members of the traditional generation, also known as the silent generation, are characterized by financial and social conservatism. The members of this generation, who trust the state very much, are considered Patriots after living the great Depression, New Deal and the second World War. The primary goal of the traditional is to study at the university, find a good job, buy a house and retire. The next baby boomers represent the largest generation of today's adult U.S. population, which is about a third of the population. They are highly competitive, highly self-respecting and often considered optimistic. They are also cliché as workaholic and prominent consumers. This generation is the first generation to have television for their lives (Stern, 2002).

The workers of the X-generation, the children of the silent generation, are flexible, confident and comfortable to use technology. They prefer to make more than one career. They are questioning the way they work and the authority by creating a range of transferable careers for their skills and experiences. They are prioritizing security and salary elements in business life (Adıgüzel et al., 2014). Generation X demonstrates the motivation to look for strong information in technology usage and interaction with technology. Individuals of this generation focus more on the usefulness of technology (Calvo-Porrall & Pesqueira-Sanchez, 2020).

Born between 1980-1999, millennials are narcissistic, individualistic, easily able to present their wishes, entrepreneurial, unsatisfied, defying authority, and independent of their freedom, he's a technologically enthusiast, he's got a lot of demands, he's got little sense of loyalty, he's got a sense of comfort, he doesn't like to work, it is seen as individuals who love to win, who are ambitious, who have little patience for criticism. They prefer the personalized one rather than the standard products that appeal to the general (Kavalcı & Ünal, 2016). It is also accepted that these people are very interested in trends. The reason these generation members' lives are often fast, versatile and extremely intense is because they grow in environments where rapid change occurs. In the absence of speed, teamwork and versatile work to meet their expectations, their quick tightening is inevitable (Kuyucu, 2017). The individuals of this generation, who spend more time on social media platforms, are more confident in sharing and commenting on generations X (Bahar & Şayka, 2021).

The individuals born in the middle of technological advancements and living introverted are called the Z-belt. Internet generation, digital generation, or always online. In addition, research on this generation is known as the mysterious children of the future because it is limited (Kavalcı & Ünal, 2016). More equipped than other generations in

education and economic terms, the Zs are living time very quickly. One of the common characteristics of young people in this age group is their multi-screen skills and their drive to perform many tasks at the same time. In the study of the behaviour of taking multiple actions at the same time, such as studying while eating, eating while shopping, it is evident that Z-generation in this age range feels more than 24 hours a day (Köktener & Algül, 2020). Although there are similarities in the technology of their time between generation Z and generation Y, the most important feature that separates the Z belt from the Y-belt is that it is born into a different technology. In the 90 years, Generation Z has introduced the Internet into our lives and has eventually met a virtual world that smartphones and social media have made (Hariadi et al., 2016).

3. Literature Review and Determination of Hypotheses

There are many studies in the literature that study the impact of social media on consumer behaviour.

Kara (2016) has investigated how passenger-carrying businesses in Turkey use social media tools and whether these tools create competition. The study selected 12 airline businesses that only carry passengers and used the content analysis method. As a result of the study, social media is a new way of marketing to get a return on services and create new customers. In addition, the use of social media tools has reached a very important point, indicating that businesses should use social media more effectively and efficiently.

İşlek (2012), conducted a survey to measure the impact of social media marketing on consumer behaviour. The survey of 845 social media users revealed how often they use social media tools and how much consumer behaviour is affected by their purchasing processes over social media networks. As a result, it was revealed that social networking sites are the most used by consumers, and users are reading messages that share the most experience and experience. It has been seen that they are primarily researching the products or services they want to purchase through social media networks and are influenced by the comments of people they know. Also, if they were satisfied with the purchase, they often mentioned it in their profile. It was understood that they had given their negative impression at a higher rate.

Erdemir (2017), studied the impact of social media on consumer behaviour in his study. In particular, he studied whether social media use has a positive impact on what direction and brand image consumers have in terms of brands. In the study, the survey application has been applied to 250 people aged between 18 and 65. More than half of the work (53,2%) consists of people called the "Y" generation, which is 18-27 years old. As a result of the study, they stated that social media is very important to consumers and that they use such factions for purchasing. In addition, it was emphasized that the expectations, demands and demands of the younger generation in this age range should be followed, as most of their participants are millennials, and this is important for the image of the brand.

Kurt (2017), analyzed the data of the passengers who revealed their service experience with low-cost carriers through Twitter, a social media tool, and created a study. For example, Pegasus Airlines has been selected, and 2200 tweets of social media subject tags and sharing of passenger experiences have been reviewed using NVivo11 software through a tumevarative analysis method. Different types of categories have been obtained in the study and have shown why the passengers communicate. According to this study, passengers were seen sharing the most adverse experiences, and found that they often use social media to react to delays (delays), disruptions, cancelations and changes in flights. Another important finding is that by comparing passengers with other

airline businesses due to their positive circumstances and negativity, other potential passengers may have a direct influence on ticket purchase behaviour.

İmir (2018), in the study, took a sample of two airline businesses and case study of their posts on social media. The study conducted a review focusing on Twitter posts for Turkish Airlines and Pegasus Airlines businesses. In the study, the study found that Twitter was used because of the creation of a fast and effective communication for passengers. The primary reason for the shares is to attract customers. Another goal is to maintain positive perception on passengers, especially by sharing information about flights regularly and momentarily. In this study, social media has been found to have a positive impact on passengers' buying tendencies.

Özgen ve Elmasoğlu (2016), reviewed the tweets shared with the content analysis method, using three of the most monitored airline businesses on Twitter to review the use of social media in terms of brand image and communication. As a result of the study, it has been concluded that airlines should use social media more effectively, and it has been stated that it plays a huge role in brand communication.

Ekicikol (2016), has conducted a study to determine what impact airline services have on the occupants' buying behaviour. In the study, questions were managed by survey method to 402 passengers and the data obtained was analyzed. The analysis revealed that students were very closely monitoring advertising, promotions and campaigns, especially for discounted airline tickets, and that there was an approach in parallel with the importance of social media.

İlhan (2019), studied how the services that airlines provide to investigate the effects of social media marketing were perceived. A survey was conducted on 253 airline passengers using social media tools using the relational screening method as a method. As a result of the research, social media marketing has been found to be a positive approach for passengers. There have been significant differences in the size of use in relation to the demographic characteristics of the passengers. It has been stated that there are 18-25-year-olds as the age group that share the most social media sharing views and adopt the concept of using social media as marketing communications. This age group has concluded the age group that uses social media most effectively. The study also states that social media marketing communication is the most important factor affecting purchasing decisions.

Genç (2015), has reviewed the relationship between the purchasing behaviour of university students' social media use. The study revealed which social media factions university students use and how this affects purchasing behaviour. In addition, it has been investigated how effective it is before and after the purchase, considering the demographic characteristics of the students. The survey was used as a method of data in the study. The survey found that almost all participants (96,2%) were aged 18-25 years old. It is stated that the participants are investigating the service prior to the purchase and taking into account the comments from other consumers of the services. This study also states that social media tools are important for millennials.

Önen (2019), conducted face-to-face survey management using four different scales in the study in which the impact of social media on consumer behaviour in airway transport has been examined on the purchase request. The descriptive factor used reliability and linear regression analysis methods to ensure validity of scales and testing of the model. The purpose of the study is to study how affected the social media are in the way that passengers are behaving before and after purchasing tickets and in which direction they are influencing the trend to purchase airline passenger tickets. The survey has been applied to 384 people who have purchased airline tickets at least once. According to the findings, it has been found that there is a meaningful, positive and strong tendency to buy.

In the literature, it was not found that social media research together on the purchasing behaviour of airline customers (Y and Z generation). This study has been carried out to close this gap in the literature. Within the scope of the research, the following hypotheses have been established to test whether the level of use of social media tools has a meaningful relationship between the impact of consumers buying airline tickets to consumer behaviour before and after purchase:

H1: There is a meaningful relationship between the level of use of microblog (Twitter) and consumer behaviour before purchase on social media.

H2: There is a meaningful relationship between social network usage level and consumer behaviour before purchase on social media.

H3: There is a meaningful relationship between the level of use of media sharing sites and consumer behaviour before purchase on social media.

H4: There is a meaningful relationship between the level of communication in social networking groups and consumer behaviour before purchase on social media.

H5: There is a meaningful relationship between the level of use of passenger experiences online sites and consumer behaviour before purchasing on social media.

H6: There is a meaningful relationship between the level of use of passenger experiences over the Internet sites and the post-purchase consumer behaviour on social media.

H7: There is a meaningful relationship between the level of communication on social media and consumer behaviour before purchasing on social media.

H8: There is a meaningful relationship between the level of communication on social media and the post-purchase consumer behaviour on social media.

H9: There is a meaningful relationship between the level of use of all social media tools and consumer behaviour before purchase on social media.

4. Method of Research

The study was done using quantitative research methods. Designed as a sectional scan model, this study uses a relational model to examine direct and indirect relationships between variables. Given the sampling technique, the sample technique was applied to an unlikely (judicial) purpose, as the study would cover people born between 1980-2004 (generation Y and Z) and over 18 years old. So, purposeful sampling technique was used.

Questionnaire was used as a data collection method in the research. The scale used in the study was applied to people (Y and Z generations) who have traveled with airline companies at least once, based on the study of İşlek (2012). The questions asked to the participants were prepared by adapting them to the current social media tools suitable for the air transport sector. In the survey questions used in the research, first of all, the statements aimed at determining how often and for what purpose social media tools are used were asked to the participants. The scale was used as judgments (1=Never, 2=Very rarely, 3=Sometimes, 4=Often, and 5=Always). In addition, statements were asked to determine the effect of social media on consumer behaviour before and after airline ticket purchase (1=Strongly Disagree, 2=Disagree, 3=Neither Agree or Disagree, 4=Agree, 5=Strongly Agree). Adhering to these statements, hypotheses were formed and the accuracy of the hypotheses was tested by analyzing the collected data.

The survey form was prepared electronically (Google Forms) considering the current pandemic process, and the participants were reached and shared over the internet. The survey was conducted between 12 March - 31 March 2022 with 139 participants. Survey data were analyzed with IBM SPSS 25 software.

	Questions	Number of items	Explanation
1 st Section	1-5	28	It measures how often Social Media tools are used and which features are used and how much.
2 nd Section	6-8	23	It measures the extent to which social media influences the airline customer's purchasing behaviour before and after the purchase.
3 rd Section	9-17	37	Includes Demographic Questions.
Total	17	88	

Table 1. Survey Questions Content

At the stage of evaluating the research outputs, firstly, the frequency analysis of the demographic characteristics of the participants participating in the survey was put forward. After frequency analysis of demographic information, descriptive statistical data results were created. In the third stage, scale items were determined by performing factor analysis, and then reliability analyzes were made. In the last stage, correlation analysis between the scales was made and the validity of the hypotheses was checked with regression analysis.

5. Findings

In the first part of the study, demographic questions such as gender, age range, occupation, education level, monthly income, how many times they travel by plane per year, how many hours they spend on the internet and social media on average per week, and which tools they use to access social media were asked. Accordingly, approximately two-thirds of the respondents were female (64% female and 36% male). In addition, 55.4% of the respondents are Z generation (18-21 years old), 44.6% are Y generation (22-40).

In this study, considering that a significant majority of social media users are in these age ranges, it is important to determine the purchasing behaviours of people. In the research, it can be said that the desired sample has been reached since the level of influence of airline customers from social media has been investigated. When the data showing the occupations of the participants were examined, it was seen that three-quarters (75.5%) of the participants were students in parallel with the age data. In addition, when their educational status is evaluated, it is seen that the majority of them have high school (41%), associate degree (5%) and undergraduate (47.5%) degrees. Looking at the frequency of the monthly income data, 64.7% of the students with income between 0-1000 TL and only 12.9% of the participants with income between 1001-2000 TL due to the participants, of which the majority of the students are. 61.9% of the participants travel by plane only once a year, while 30.9% travel by plane 2-5 times. In addition, it was found that the majority of the respondents spend 6-15 hours a week on social media and the Internet. Finally, when asked which device they use to access social media, a large majority (91.4%) stated that they accessed social media via mobile phones.

Demographic Questions	Answers	Total Number	%
Age	18-21	77	55,4
	22-40	62	44,6
Sex	Female	89	64
	Male	50	36
Profession	Student	105	75,5
	Unemployed	10	7,2
	Private Sector Employee	9	6,5
	Civil Servant	8	5,8
	Akademician	3	2,2
	Self-employment	2	1,4
	Labour	2	1,4
Educational status	Primary Education	2	1,5
	High School	57	41
	Associate Degree	7	5
	Bachelor degree	66	47,5
	Postgraduate(Master's and Doctorate)	7	5
How many times do you travel by plane on average per year?	Once	86	61,9
	2-5 Times	43	30,9
	6-9 Times	9	6,5
	10 or more	1	0,7
Monthly Income	0-1000 TL	90	64,7
	1001-2000 TL	18	12,9
	2001-3000 TL	6	4,3
	3001 TL or more	25	18
How many hours do you spend on the internet on average per week?	0-5 Hours	11	7,9
	6-15 Hours	48	34,5
	16-25 Hours	33	23,7
	26 Hours or more	47	33,9
How many hours do you spend on social media on average per week?	0-5 Hours	39	28
	6-15 Hours	50	36
	16-25 Hours	30	21,6
	26 Hours or more	20	14,4
What types of devices do you use to access social media tools more?	Mobile Phone	127	91,4
	Personal Computer	10	7,2
	Tablet/Handheld	2	1,4

Table 2. Frequency Analysis

In the second part of the study, firstly, the analysis of normality was performed. In this analysis, the "Skewness and Kurtosis" values of the questions asked to the participants were examined. According to the literature, these values are expected to be between "-2" and "+2" (George & Mallery, 2020, p. 114). In this study, it was seen that all the items used in the questionnaire were between these values. For this reason, factor analysis was used to determine the scales, which is the next step. Factor analysis is carried out in order to determine the dimensions in which the items are explained, that is, to reduce the number of variables. In factor analysis, before the dimensions are determined, factor analysis of the items is done in general and the results of the sampling adequacy statistics (KMO) and Bartlett sphericity test are checked as a result of the analysis. In the literature, it has been stated that the p value of the Bartlett test should be less than 0.05 significance level, the KMO value should be between "0-1" and at least 0.5 value is suitable

for factor analysis (George & Mallery, 2020, p. 268). In the factor analysis, it was seen that the general KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) value of the items was 0.825 and the significance level (p value) was 0.000. Since the P value is 0.000, it can be said that the variables in the study are suitable for analysis. Since the KMO value is higher than 0.8, it is seen that the suitability of the variables for factor analysis is at an excellent level.

In factor analysis, questions were analyzed using principal components method and Varimax rotation method. Looking at the "Anti-Image Matrices" table of the analysis results, it was seen that the MSA values of all the items on their own were above 0.5. For this reason, it has been seen that there is no need to remove any problem at this stage. In the analysis, when the "Rotated Component Matrix" result is taken into consideration, the questions "1.4, 6.5 and 6.6" were excluded from the analysis because they were only under the factor. In the analysis performed again, these questions were removed from the analysis because the factor weights of the questions "3.7, 4.1, 6.10, 7.8, 7.9 and 8.1" were close under more than one factor. As a result of the re-analysis, the questions "8.2 and 8.3" were excluded because they remained single under the factor, and the question "7.7" was excluded from the analysis because it had close values in different factor columns. As a result of factor analysis, it was concluded that there are 9 factors (scales).

After this analysis to test the construct validity of the study, a "reliability analysis" was conducted to find the reliability of each sub-dimension numerically. In this reliability test, the Alpha test was used, and it was stated in the literature that the scale was considered reliable when the correlation value (Cronbach Alpha) was 0.70 and above (George & Mallery, 2020, p. 244). Accordingly, since the internal consistency of the first 8 factors was above the 0.70 reliability level, but the "Cronbach's Alpha" value of the 9th Factor was below 0.70 (0.528), the questions constituting this factor were not used in the subsequent analyses. The questions in the factor were removed from the data set and factor analysis was performed again, and it was seen that the factors were meaningful and suitable for data analysis. As a result of the analysis, 8 factors were obtained. The total explained variance was 71.549%. The factors are "Post-purchase consumer behaviour in social media (SAS_TukDav)", "Twitter usage level (Tw_KulDuz)", "Social networks usage level (SosAg_KulDuz)", "Internet passenger experience sites usage level (IUYD_KulDuz)", "Social media purchases", respectively. consumer behaviour before purchasing (SAO_TukDav), "Social network grouping usage level (SosAg_Grup)", "Communication over social media (SosMed_Iletisim)" and "Communication on media sharing sites (MedPaySit_Ilet)".

Scale	Number of Questions	Number of items	Cronbach Alpha
Post-Purchase Consumer Behaviours in Social Media	Q7.1, Q7.2, Q7.3, Q7.4, Q7.5, Q7.6	6	.931
Microblogging (Twitter) Usage Level	Q1.1, Q2.1, Q2.2, Q2.3, Q2.4, Q2.5	6	.931
Social Networks (Facebook, Instagram) usage level	Q1.2, Q3.1, Q3.2, Q3.3, Q3.4, Q3.5, Q3.6	7	.889
Online Passenger Experiences (SkyTrax, Tripadvisor, etc.) usage level	Q1.5, Q5.1, Q5.2, Q5.3, Q8.4	5	.858

Pre-Purchase Consumer Behaviours in Social Media	Q6.1, Q6.2, Q6.3, Q6.4	4	.801
Level of Intergroup Communication in Social Networks	Q3.8, Q3.9, Q3.10	3	.865
Communication Level in Social Media	Q6.7, Q6.8, Q6.9	3	.798
Media Sharing Sites (YouTube, Tiktok, IGTV) Communication Level	Q4.3, Q4.4, Q4.5	3	.725

Table 3. Reliability Analysis

In the last stage, correlation and regression analyzes were performed. As a result of the correlation analysis, it is seen that there is a significant relationship between the variables (Table 1.4). The highest correlation was found between "Using level of passenger experience sites on the Internet (IUYD_KulDuz)" and "Post-purchase consumer behaviour in social media (SAS_TukDav)" (0.544, $p < 0.01$). Since the highest correlation between variables was less than 0.9, no multicollinearity problem was observed (Tabachnick & Fidell, 2007). Therefore, the precondition of its regression is satisfied.

1. SAS_TukDav	1							
2. Tw_KulDuz	379**	1						
3. SosAg_KulDuz	352**	180*	1					
4. IUYD_KulDuz	544**	400**	280**	1				
5. SAO_TukDav	476**	240**	211*	352**	1			
6. SosAg_Grup	379**	226**	463**	331**	255**	1		
7. SosMed_iletisim	444**	381**	282**	263**	500**	254**	1	
8. MedPaySit_Ilet	396**	310**	318**	370**	274**	451**	331**	1
*. $p < 0.05$, **. $p < 0.01$.								

Table 4. Correlation Analysis

After being found suitable for regression analysis, linear regression method was used to test whether the hypotheses formed were in a significant relationship. As shown in the Table 5, in the H_1 hypothesis, it was thought that there was a significant relationship between the Twitter usage level of consumers who bought airline tickets and their purchasing behaviour in social media, and it was seen that there was a significant relationship between them (0.004, $p < 0.05$). In the H_2 hypothesis, it was thought that there was a significant relationship between the level of social network (Facebook, Instagram) usage and pre-purchase consumer behaviour in social media, and it was concluded that there was a significant relationship between them (0.013, $p < 0.05$). In the H_3 hypothesis, it was thought that there was a significant relationship between the level of use of media

sharing sites (YouTube, TikTok, IGTV) and pre-purchase consumer behaviour in social media, and the analysis revealed a significant relationship between them (0.001, $p < 0.05$). In the H₄ hypothesis, it was suggested that there is a significant relationship between the level of communication in social network groups and consumer behaviour before purchasing in social media, and it was seen that there was a significant relationship between them (0.002, $p < 0.05$). In the H₅ hypothesis, it was thought that there was a significant relationship between the level of use of passenger experience sites on the internet (SkyTrax, TripAdvisor, etc.) and pre-purchase consumer behaviour in social media, and it was found that there was a significant relationship between them (0.000, $p < 0.05$). In the H₆ hypothesis, the same independent variable was considered to have a significant relationship with post-purchase consumer behaviour in social media, and in the analysis made, it was determined that there was a significant relationship between them (0.000, $p < 0.05$). In the H₇ hypothesis, it was concluded that there is a significant relationship (0.000, $p < 0.05$) between the level of communication in social media and consumer behaviour before purchasing in social media. The counterpart of this independent variable can be explained as the airline companies in social media communicating with the passengers and solving the problems. In the H₈ hypothesis, the same independent variable was considered to have a significant relationship with post-purchase consumer behaviour in social media, and in the analysis made, it was seen that there was a significant relationship between them (0.000, $p < 0.05$). Finally, in the H₉ hypothesis, which was established to see the holistic effect by expanding the scope further, it was hypothesized that all social media tools have a positive and significant relationship between pre-purchase consumer behaviour in social media, and in the analysis, the model was at a significant level (0.000, $p < 0.05$) but independent. When the variables were examined, it was concluded that only two of the six variables had a significant effect (0.010 and 0.000, $p < 0.05$), and the hypothesis was partially accepted.

Hypotheses	Sig. (p)
H ₁	0.004
H ₂	0.013
H ₃	0.001
H ₄	0.002
H ₅	0.000
H ₆	0.000
H ₇	0.000
H ₈	0.000
H ₉	0.000
$p < 0.05$	

Table 5. Regression Analysis Result

6. Conclusion and Recommendations

Social media tools, which developed rapidly in the late 1990s and early 2000s, continue to develop by including individuals of the same generation. The generation that

first met with computers, then the internet and social media, and finally smart phones, was considerably affected by these developments. Determining the changes in the needs, expectations, goals and behaviours of the individuals of the generation caused by the developments and making arrangements for these are the requirements of the modernist structure in today's modern marketing approach (Odabaşı, 2014). In this study, the effect of social media on the ticket purchasing behaviour of airline customer groups was examined.

With the hypotheses created in the study, it was investigated whether there is a significant relationship between the use of social media and the effect of consumer behaviour before and after purchasing in social media. Accordingly, it was seen that the use of microblogging (Twitter), the use of social networks, the use of media sharing sites and the level of communication in social network groups had an effect before purchasing airline tickets, and there was a significant relationship between them. In addition, it has been observed that the use of passenger experience sites on the internet and the level of communication in social media have an effect on consumer behaviour both before and after purchasing in social media. These results are similar to the study of İşlek (2012), which constitutes the starting point of the study and the results are in line with other studies in the literature (Ekicikol, 2016; Erdemir, 2017; Kurt, 2017; İmir 2018; İlhan, 2019; Önen 2019; Şener and Yücel 2020). In the last hypothesis, it has been determined that there is a partially significant relationship between the behaviour of the airline customer before purchasing the airline ticket and the general social media tools. According to (Moslehpour et al., 2021) seems to be in line with the study they carried out for Indonesian Airlines.

Airlines should attach great importance to the use of social media and communication in order to correctly analyze the wishes, expectations and needs of customers, who are young customers and closely follow technological developments and adapt to these developments, and take action. In addition, airline companies should manage their social media channels in a professional manner and operate actively and efficiently in all channels, rather than just the most used social media tools such as Facebook and Twitter. Apart from the popular social media tools in which airline customers comment on their journeys, it has been concluded that although the low usage rate for younger generations (Y and Z generations) is mentioned in the websites where passenger experiences are shared on the internet such as SkyTrax and TripAdvisor, which they evaluate in detail, it is effective before and after ticket purchase. This result shows similarity to the result of (Şahin & İcil, 2019) that social media applications are effective on Z generation customers. Bahar & Şayka (2021) and Şener & Yücel (2020) revealed in their studies that young consumers exhibit purchasing behaviour by being influenced by social media. In addition, the importance of communication levels in social media has been seen to be important for airline companies both before and after ticket purchase. For this reason, it is recommended that airline companies quickly resolve the uncertainties experienced by their potential customers and the problems they encounter during the purchase before purchasing tickets via social media. In addition, it has been observed that airlines can maintain the perception of trust of their passengers if they solve the problems, problems and grievances experienced by their customers after their journey through social media, and passengers tend to buy the same airline ticket again.

In addition, it can be stated that the answers to the questions determined in the introduction part of the study were found with this research. In the research, it has been determined which social media tools are used more intensively by passengers with different demographic characteristics. In addition, it has been observed that the social media tools used affect consumer behaviour before and after ticket purchase. Finally, it

has been observed that there is a positive and significant relationship between the level of use of social media tools and consumer behaviour before and after purchasing.

As an advanced dimension of the research, it will be possible to make intergenerational comparisons by including other generations in the scope of the study. In addition, different studies in other cultures will enrich the literature. In this way, suggestions on the management of social media can be presented to airline companies with a broader perspective.

REFERENCES

- ADIGÜZEL, O., BATUR, H. Z., & EKŞİLİ, N. (2014). Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı ile Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 1*(19), 165–182. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sbe/247307>
- AKA, B. (2018). Bebek Patlaması, X ve Y Kuşağı Yöneticilerin Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin Kamu ve Özel Sektör Farklılıklarına Göre İncelenmesi: Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, Cilt 9*(20), 118–135. <https://doi.org/10.21076/VIZYONER.341626>
- ALTUNTUĞ, N. (2012). Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu ve Geleceğin Tüketici Profili. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt 4*(1), 203–212. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/oybd/171095>
- ARSLAN, A., STAUB, S. (2015). Kuşak Teorisi ve İçgirişimcilik Üzerine Bir Araştırma. *KAÜ İİBF Dergisi, 6*(11), 1-24. <https://www.kafkas.edu.tr/dosyalar/iibfdergi/file/11/001.pdf>
- ARSLAN, İ. K., YAVUZ, A. (2020). Sosyal Medyanın Tüketici Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi, Cilt 4*(8), 151–170. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tje/804508>
- BAHAR, O., & ŞAYKA, H. (2021). Tüketicilerin Turistik Ürün Satın Alma Süreçlerinde Sosyal Medyanın Rolü ve Önemi: X ve Y Kuşaklarına Yönelik Karşılaştırmalı Bir Analiz. *International Journal of Social Sciences and Education Research, Cilt 7*(3), 220–234. <https://doi.org/10.24289/IJSSER.701579>
- BARUTÇU, S., & TOMAŞ, M. (2013). Sürdürülebilir Sosyal Medya Pazarlaması ve Sosyal Medya Pazarlaması Etkinliğinin Ölçümü. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi, Cilt 4*(1), 5–24. <https://doi.org/10.5505/IUYD.2013.69188>
- BAYRAKDAROĞLU, F., & ÖZBEK, Ç. (2018). Kadınların Tüketim Alışkanlıklarının Kuşaklararası Boyutu. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi, Cilt 19*(42 Kadın Çalışmaları Özel Sayısı), 1–12. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sobbiad/441448>
- BERKUP, S. B. (2014). Working with generations X and Y In generation Z period: Management of different generations in business life. *Mediterranean Journal of Social Sciences, Vol 5*(19), 218-229. Doi:10.5901/mjss.2014.v5n19p218
- BOYD, D. & ELLISON, J. (2004). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication, Vol 13*(1), 210-230. Doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
- CALVO-PORRAL, C., & PESQUEIRA-SANCHEZ, R. (2020). Generational differences in technology behaviour: comparing millennials and Generation X. *Kybernetes, Vol 49*(11). Doi: 10.1108/K-09-2019-0598
- CEYHAN, A. (2019). The Impact of Perception Related Social Media Marketing Applications on Consumers' Brand Loyalty and Purchase Intention. *Emerging Markets Journal, Vol 9*(1), 87-100. Doi: 10.5195/emaj.2019.173

DENİZ, L., & TUTGUN ÜNAL, A. (2019). Sosyal Medya Çağında Kuşakların Sosyal Medya Kullanımı ve Değerlerine Yönelik Bir Dizi Ölçek Geliştirme Çalışması. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, Cilt 11(18)*, 1025–1057. Doi: 10.26466/OPUS.557240

DURMAZ, Y., ORUÇ, R. B., & KURTLAR, M. (2011). Kişisel Faktörlerin Tüketici Satın Alma Davranışlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi, Cilt 2(1)*, 114–133. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ayd/46151>

EKİCİKOL, D. (2016). *Türkiye'deki Hava yolu Şirketlerinin Uyguladıkları Rekabet Stratejileri ve Yolcuların Satın Alma Davranışları Üzerine Etkileri (İzmir İli Örneği)* (Yüksek Lisans Tezi). İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, İzmir.

ERDEMİR, N. (2017). *Tutundurma Karmaşı Mecrası Olarak Sosyal Medya: Tüketici Satın Alma Davranış Sürecindeki Yeri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, Küresel Pazarlama ve Marka Yönetimi, İstanbul.

GENÇ, Y. E. (2015). *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı ve Bunun Satın Alma Davranışlarına Etkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İzmir.

GEORGE, D. & MALLERY, P. (2020). *IBM SPSS statistics 26 step by step: a simple guide and reference*. New York: Routledge/Taylor & Francis Group.

HARIADI, B., SUNARTO, M. J. D., & SUDARMANINGTYAS, P. (2016). Development of Web-Based Learning Application for Generation Z. *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE), Vol 5(1)*. Doi: 10.11591/ijere.v5i1.4523

İLHAN, E. (2019). *İşletmeler Açısından Sosyal Medya Pazarlamasının Önemi: Hava yolu Yolcularına Yönelik Bir Araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

İMİR, A. (2018). *Kurumsal İletişimde Sosyal Medya: Thy ve Pegasus Örnekleri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kadir Has Üniversitesi, İstanbul.

İŞLEK, M. S. (2012). *Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Karaman.

KARA, T. (2013). *Sosyal medya endüstrisi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

KARA, T. (2016). *Sosyal Medya'nın Kaldıraç Etkisi: Türk Sivil Havacılık Endüstrisi Sosyal Medya Gücünü Nasıl Kullanıyor? The Turkish Online Journal of Design Art and Communication Cilt 6(1)*, 62–73. <http://194.27.151.52/handle/11413/1148>

KAVALCI, K., & ÜNAL, S. (2016). Y ve Z Kuşaklarının Öğrenme Stilleri ve Tüketici Karar Verme Tarzları Açısından Karşılaştırılması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 20(3)*, 1033-1050. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataunisosbil/283442>

KİRTİŞ, K. A., KARAHAN, F. (2011). To Be or Not To Be in Social Media Arena as the Most Cost-Efficient Marketing Strategy After The Global Recession. *Procedia Social and Behavioral Sciences, Vol 24*, 260-268. Doi: 10.1016/j.sbspro.2011.09.083

KOCH, S., & TRITSCHER, F. (2017). Social Media in the Airline Industry: Acceptance of Social Seating. *Journal of Hospitality and Tourism Technology, Vol 8(2)*. Doi: 10.1108/JHTT-11-2016-0078

KÖKTENER, A., & ALGÜL, A. (2020). YouTube Use Motivations of Generation Z. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 18(4)*, 417–434. Doi: 10.18026/CBAYARSOS.679505

KURT, Y. (2016). Sosyal Medya Etkileşimi: Pegasus Hava yolları Twitter Analizi. *The Journal of Academic Social Science Studies, Vol 6(1)*, 465–491. Doi: 10.9761/JASSS7255

- KUYUCU, M. (2017). Y Kuşağı ve Teknoloji: Y Kuşağının İletişim Teknolojilerini Kullanım Alışkanlıkları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Cilt 5(2)*, 845–872. Doi: 10.19145/E-GIFDER.285714
- MOSLEHPOUR, M., DADVARI, A., NUGROHO, W., & DO, B. R. (2021). The Dynamic Stimulus of Social Media Marketing on Purchase Intention of Indonesian Airline Products and Services. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol 33(2)*. Doi: 10.1108/APJML-07-2019-0442
- ODABAŞI, Y. (1998). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejisi*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- ODABAŞI, Y. & Barış, G. (2002). *Tüketici Davranışı*. Kapital Medya Hizmetleri, İstanbul.
- ÖNEN, V. (2019). Tüketici Motivasyonları ile Sosyal Medyanın Tüketici Davranışına Etkisinin Satın Alma Niyetine Etkisinin Hava Yolu Yolcu Taşımacılığında İncelemesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi, Cilt 11(3)*, 1866-1882. shorturl.at/nHORO
- ÖZGEN, Ö., & ELMASOĞLU, K. (2016). Sosyal Medya ve Marka İletişimi: Havayolu Şirketlerinin Twitter Kullanımına Yönelik Bir Araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Cilt 43*. shorturl.at/jmuL4
- STERN, P. J. (2002). Generational differences. *Journal of Hand Surgery, 27(2)*, 187-194. Doi: 10.1053/jhsu.2002.32329
- ŞAHİN, E., & İÇİL, H. B. (2019). Sosyal Medya Uygulamalarının, Marka Bağlılığı ve Tüketici Davranışlarına Etkisi: Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma. *International Journal of Multidisciplinary Studies and Innovative Technologies, Vol 3(2)*, 188–195. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijmsit/654642>
- ŞENER, A., & YÜCEL, S. (2020). Sosyal Medyanın Y Kuşağı Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi: Bir Literatür İncelemesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 65*, 265–284. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/dpusbe/741540>
- TABACHNICK, B. G., FIDELL, L. S., & ULLMAN, J. B. (2007). *Using multivariate statistics* (Vol. 5, pp. 481-498). Boston, MA: Pearson.
- TUĞCU, Ş. T. (2014). Tüketim Kültüründe Satın Alma Davranışının Oluşması. *Selçuk İletişim, Cilt 3(1)*, 143–149. Doi: 10.18094/SI.58707

Özet

İşletmeler sosyal medya ağlarını kullanarak hedef kitlesinin değişen istek ve ihtiyaçlarına uygun hizmetleri belirleyip rakiplerine karşı rekabet avantajı sağlayabilmektedir. Tüketicilerin satın alma davranışları kuşaklar arasında farklılık göstermektedir. Benzer şekilde sosyal medya uygulamalarının kullanım oranları da kuşaktan kuşağa değişmektedir (Şahin & İçil, 2019). Uygulamaların 1980 yılından sonra doğan Y ve Z kuşağını kapsayan tüketiciler tarafından daha çok tercih edildiği görülmektedir. Bu nedenle işletmeler özellikle bu kuşaklarda yer alan kişileri müşterileri haline getirebilmek için sosyal medya uygulamalarını aktif bir şekilde kullanmaktadır. Bu işletmelerden biri olan havayolu işletmeleri de sosyal medya giderek daha fazla kullanmakta ve çoğu havayolu işletmesi Facebook, Twitter ve LinkedIn gibi ağlarda aktif olarak yer almaktadır (Koch & Tritscher, 2017). Buna göre sosyal medyaya ve dijital etkileşime artan ilgi, ürün ve hizmetleri tanıtmak için sosyal medya pazarlamasının daha fazla araştırılmasını gerektirmektedir.

Bu doğrultuda çalışmanın amacı, sosyal medya ağlarının havayolu müşterilerinin (Y ve Z kuşağı olarak adlandırılan) satın alma davranışı üzerindeki etkilerinin saptanmasıdır. Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden biri olan kesitsel tarama modeli kullanılmıştır. Böylece satın alma davranışlarının satın alma öncesinde, sırasında ve sonrasında hangi

eğilimlerde olduğu ve müşterilerin sosyal medyadan ne derece etkilendikleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket uygulaması yapılmıştır. Anket çalışmasında kullanılan ölçek İşlek (2012)'in çalışması baz alınarak yapılmış ve en az bir kere havayolu işletmesi ile seyahat eden kişilere (Y ve Z kuşağı) uygulanmıştır. Katılımcılara sorular hava taşımacılığı sektörüne uygun ve güncel sosyal medya araçlarına uyarlanarak hazırlanmıştır. Anket formu, içinde bulunan pandemi süreci göz önüne alınarak elektronik ortamda (Google Forms) hazırlanarak katılımcılara internet üzerinden ulaşılarak paylaşılmıştır. Anket, 139 katılımcı ile 31 Aralık 2020 - 9 Ocak 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Anket verileri IBM SPSS 25 programı ile analiz edilmiştir.

Araştırma çıktılarının değerlendirilmesi aşamasında ilk olarak ankete katılan katılımcıların demografik özelliklerinin sıklık analizi ortaya konulmuştur. Demografik bilgilerin frekans analizinden sonra açıklayıcı istatistik veri sonuçları oluşturulmuştur. Üçüncü aşamada ise, faktör analizi yapılarak ölçek maddeleri belirlenmiş ve sonrasında güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Son aşamada ise, ölçekler arasındaki korelasyon analizi yapılmış ve regresyon analizi ile hipotezlerin geçerliliği kontrol edilmiştir.

Havayolu müşterilerinin yolculuklarını yorumladıkları popüler sosyal medya araçlarının dışında, ayrıntılı bir şekilde değerlendirdikleri SkyTrax, TripAdvisor gibi internet üzerinden yolcu deneyimlerinin paylaşıldığı sitelerde kuşaklar (Y ve Z kuşağı) özelinde kullanım oranının düşüklüğünden bahsedilse de bilet satın alım öncesi ve sonrasında etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, çalışmanın giriş bölümünde belirlenen sorulara yanıtların bu araştırma ile bulunduğu belirtilebilir. Araştırmada, farklı demografik özelliklere sahip olan yolcuların hangi sosyal medya araçlarını daha yoğunlukta kullandıkları belirlenmiştir. Buna ek olarak, kullanılan sosyal medya araçlarının bilet satın alma öncesi, süresince ve sonrasında tüketici davranışlarını etkilediği görülmüştür. Son olarak ise, sosyal medya araçlarının kullanım düzeyi ile satın alma öncesi ve sonrasındaki tüketici davranışları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit edildiği görülmüştür.

Araştırmanın ileri boyutu olarak, diğer kuşaklarında çalışma kapsamına alınması ile kuşaklararası karşılaştırmaların yapılması mümkün olacaktır. Ayrıca diğer kültürlerde farklı araştırmalar yapılması literatürü zenginleştirecektir. Bu sayede havayolu işletmelerine daha geniş bir perspektifle sosyal medyanın yönetimine dair öneriler sunulabilir.

COVID-19 Salgını Sırasında Çalışan ve Çalışmayan Annelerin Stres Düzeylerinin Karşılaştırılması

Alev ÜSTÜNDAĞ*

Öz

Araştırma, çalışan ve çalışmayan annelerin COVID-19 salgını sebebiyle yaşadıkları stres düzeyinin belirlenmesi ve karşılaştırılması amacıyla yapılmıştır. Araştırma iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiş olup hem nicel hem de nitel araştırma teknikleri bir arada kullanılmıştır. Araştırmanın birinci aşamasında çalışan ve çalışmayan 420 anneye ölçek uygulanmış ve sonucunda da COVID-19 salgını sebebiyle yaşadıkları stres düzeyinin çalışan ve çalışmayan annelerde farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Çalışmayan annelerin yaşadıkları stres düzeyinin çalışan annelere oranla daha yüksek olduğu bulunmuştur. Araştırmanın ikinci aşamasında gönüllü 20 anne ile online görüşme yapılmıştır. Bu aşamada annelerin yaşadıkları stresi etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda annelerin pandemi sürecinde yaşadıkları stres durumlarının temelinde çocuklarının olduğu tespit edilmiştir. Annelerin çocukları ile ilgili stres yaşadıkları alanlar sağlık, eğitim, ruh hali, sosyal ilişkiler ve önlem temaları kapsamında incelenmiştir. Sağlık temasının beş, eğitim temasının beş, ruh hali temasının beş, sosyal ilişkiler temasının beş ve önlem temasının da yirmi alt teması bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: COVID-19, stres ve ebeveynlik, annelik, anne, çocuk

Comparison of Stress Levels of Working and Unemployed Mothers During the COVID-19 Pandemic

Abstract

The research was conducted to determine and compare the stress levels experienced by working and non-working mothers due to the COVID-19 outbreak. The research was carried out in two stages and both quantitative and qualitative research techniques were used together. In the first phase of the study, 420 working and non-working mothers were administered the scale, and as a result, it was determined that the stress level they experienced due to the COVID-19 outbreak differed between working and non-working mothers. It was found that the stress level experienced by non-working mothers was higher than that of working mothers. In the second phase of the study, 20 volunteer mothers were interviewed online. At this stage, it was aimed to determine the factors affecting the stress experienced by mothers. As a result of the interviews, it was



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 26.04.2021

Kabul/Accepted: 19.09.2023

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.928174>

* Doç. Dr., Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Gülhane Sağlık Bilimleri Fakültesi, Çocuk Gelişimi Bölümü, Ankara, Türkiye. E-posta: alev.ustundag@sbu.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0001-5832-6810>

determined that their children were the basis of the stress situations mothers experienced during the pandemic process. The areas where mothers experience stress related to their children were examined within the scope of health, education, mood, social relations and precaution themes. Five sub-themes were determined in the health theme, five in the education theme, five in the mood theme, five in the social relations theme and twenty in the precaution theme.

Keywords: COVID-19, stress and parenting, motherhood, mother, child

Giriş

COVID-19 salgın hastalığının başlayıp yaygınlaşmasından bu yana, virüsün ülke geneline yayılmasını engellemek için Sağlık Bakanlığı tarafından bir dizi salgın önleme ve kontrol stratejisi geliştirilmiş ve uygulanmıştır (Sağlık Bakanlığı, 2020). Virüsün bulaşma ihtimalinin azaltılması için alınan önlemler insanların yaşamları üzerinde farklı etkilere sebep olabilmektedir. Yapılan araştırmalar korona virüs salgınının her yaşta bireyin korku, yalnızlık, panik, endişe ve depresyon yaşamasına sebep olduğunu ifade etmektedir (Duan ve Zhu, 2020).

Pandeminin aile dinamikleri üzerindeki etkisi şu anda bilinmemekle birlikte, ailelerin üçte birinden fazlasının COVID-19 önlemleri kapsamında evde karantinada kalmaktan kaynaklanan aile stresi konusunda çok veya aşırı derecede endişeli hissettikleri belirlenmiştir (Statistics Canada, 2020). COVID-19, toplumu tehdit eden tek küresel halk sağlığı sorunu olmasa da günümüzün çocukları ve aileleri üzerinde muhtemelen uzun vadeli olumsuz etkileri olacaktır. Küresel COVID-19 salgını, aile sisteminin dışından kaynaklanan bir stres kaynağıdır, ancak bu hastalığa ilişkin yenilik ve belirsizlik göz önüne alındığında, birçok ebeveyn ve çocuk için önemli bir stres unsuru olarak algılanması muhtemeldir (Chung, Lanier ve Ju, 2020). Virüse doğrudan maruz kalmamış ailelerin bile COVID-19 pandemisi kapsamında alınan bir dizi önlem ve hayatlarımızda meydana gelen değişiklikler sebebiyle virüsün dolaylı etkilerini yaşama olasılıkları yüksektir (Van Bavel ve ark., 2020). Aslında sadece sosyal izolasyon bile strese yakınlığı artırmaktadır ve hem zihinsel hem de fiziksel sağlık üzerinde olumsuz etkileri bulunmaktadır (Hawkey ve Cacioppo, 2010).

Virüsün bulaşmasını önleme kapsamında alınan tedbirler arasında esnek çalışma uygulaması bulunmaktadır. Okulların kapalı olması sebebiyle de bazı aileler çocuklarına bakarken ve onları eğitirken evden çalışmak gibi zorluklarla karşılaşmaktadır. Evden çalışma uygulamasının yanı sıra bazı aileler değişen ekonomi ve artan işsizliğin bir sonucu olarak daha fazla mali sıkıntı yaşayabilmektedir. Özetle; virüs bulaşma olasılığı, artan sosyal izolasyon, belirsizlik, destek hizmetlerine erişememe, uzaktan eğitim ve ekonomik zorluklar yaşama olasılığı gibi sebepler birçok ailenin stres yaşamasına sebep olabilir. COVID-19 sebebiyle değişen sosyal koşulların ebeveynlerin genel stres ve ebeveynlik algıları üzerinde etkili olabileceği düşünülmektedir.

Ebeveynlerin stres yaşayıp yaşamadıkları belirlenmeli ve bu konuda önleyici çalışmalar yapılmalıdır. Özellikle, uygulanabilir başa çıkma stratejileri ve destekleyici aile ortamları, stres yaşayan aileler için koruyucu faktörler olarak hizmet edebilir ve yaşanan stresin olası olumsuz sonuçlarını farklı şekilde etkileyebilir. Örneğin, ebeveynlerin algıladıkları kontrol, yaşadıkları stresi fark etmeleri ve başa çıkma yöntemleri geliştirmeleri üzerinde önemli bir rol oynamaktadır (Dijkstra ve Homan, 2016). Gerçekte kişinin yaşam olayları üzerinde etkisi olduğu inancı farklı psikolojik ve davranışsal sonuçlarla ilişkilidir. Mevcut olaylar üzerinde algılanan kontrol, genel stres, anksiyete ve

depresyondaki düşüşlerin yanı sıra yaşam olaylarına daha iyi uyum sağlama ile ilişkilidir (Grote ve ark., 2007).

Uyarlanabilir başa çıkma stratejilerine ek olarak, destekleyici aile ortamları da ebeveynlik bağlamında teşvik edici olabilir. Yapılan araştırmalar annenin aile desteği algısının daha az ebeveynlik stresi ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu nedenle daha fazla desteğe sahip ebeveynler, uygun desteğe sahip olduklarında pozitif ebeveynlik konusunda daha başarılı olurlar (Sanders ve ark., 2014).

Doğal afetler genellikle üç ana türe ayrılmaktadır (OFDA/CRED, 2006). Bunlar: 1) hava ile ilgili (sel, fırtına, aşırı sıcaklıklar); 2) jeofizikle ilgili (deprem, tsunami, volkanik patlama); 3) biyoloji ile ilgili (salgın hastalıklar, istila). Diğer doğal afetlerde olduğu gibi biyolojik afetler de aniden meydana gelmektedir ve uzun süreli etkileri, kısa ve uzun vadede çeşitli sonuçlar doğurmaktadır (Breslau, 2001). Breslau (2001)'a göre doğal afetlere maruz kalma, travma sonrası stres bozukluğu (TSSB), depresyon, anksiyete, uyku bozuklukları veya madde bağımlılığı dahil olmak üzere çeşitli sağlık sorunları geliştirme riskiyle ilişkilidir. Yaşanan olaya ve duruma atfedilen bireysel anlam; yaşanan olay, kişilik yapısı, mizaç, bireyin başa çıkma stratejileri, gelecekte beklenenleri ve biyolojik özellikleri arasındaki karmaşık etkileşimin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır (Maj ve ark., 1989). Bu faktörler birbirleriyle iç içe geçmiş olup bireyin psikolojik yapısı ve yaşam kalitesi üzerindeki etkilidir (Maj ve ark., 1989). Psikolojik stres durumu yalnızca yaşanan olayın özellikleriyle ilişkili olmaktan çok, önceden var olan bireysel, ailevi ve sosyal risk faktörleri ile ilgilidir (Bland ve ark., 1996).

Literatür incelendiğinde ebeveyn tarafından algılanan stres, çocuklar üzerindeki etkisi, risk faktörleri ve koruyucu önlemlerle ilgili yapılan pek çok araştırmanın olduğu görülmüştür. Ancak, küresel pandemilerden kaynaklanan stres kaynaklarının genel stres ve ebeveynlik algısını ne ölçüde şekillendirdiğini incelemek için çok az araştırma yapılmıştır. Aslında COVID-19 salgını sebebiyle yaşanan stresle ilgili çok az makale yayınlanmıştır (Campbell, 2020; Prime, Browne ve Wade, 2020). Çocuklarla ve ailelerle çalışan meslek elemanlarının COVID-19'un aileler üzerindeki olası sonuçlarını anlaması son derece önemlidir. Bu nedenle çalışan ve çalışmayan annelerin COVID-19 salgını sebebiyle yaşadıkları stres düzeyinin belirlenmesi ve karşılaştırılması bu araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır.

Yöntem

Araştırma Modeli

Araştırma iki aşamalı olarak tasarlanmıştır. Bu nedenle nicel ve nitel araştırma yöntemleri bir arada kullanılmıştır. Araştırmanın birinci aşamasında, çalışan ve çalışmayan annelerin COVID-19 salgını sebebiyle yaşadıkları stres düzeyinin belirlenmesi ve karşılaştırılması amaçlanmaktadır. Bu nedenle betimleyici araştırma modeli kullanılmıştır. Betimleyici araştırma, betimsel bir durum saptama niteliğinde olup, durum çalışmalarının "nasıl" ve "niçin" sorularını temel alarak, araştırmacının kontrol edemediği bir olgu ya da olayı derinlemesine incelemesine olanak verdiğini söylemek mümkündür. Betimleyici araştırmalarda araştırma problemine bağlı olarak nicel ya da nitel veri toplama teknikleri kullanılabilir (Karasar, 2015).

Araştırmanın ikinci aşamasında, uygun örnekleme yöntemiyle seçilmiş olan 20 kişiyle (10 çalışan ve 10 çalışmayan anne) derinlemesine görüşme yapılmış ve örneklem grubunda bulunan annelerin COVID-19 salgını sebebiyle yaşadıkları stres faktörlerinin ve başa çıkmak için belirledikleri yöntemlerin neler olduğu anlaşılmasına çalışılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2005).

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Ankara İli Etimesgut İlçesi Bağlıca Mahallesiinde yaşamakta olan anneler oluşturmaktadır.

Araştırmanın birinci aşamasının örneklem grubu belirlenirken gelişigüzel örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Gelişigüzel örnekleme yönteminde araştırmacı, belirlenen örneklem büyüklüğüne göre evrenin bir parçasını seçebilmektedir.

Araştırmanın ikinci aşamasında nitel veri toplama yönteminden yararlanılmıştır. Çalışma grubunda Bağlıca Mahallesiinde yaşamakta olan 10 çalışan ve 10 çalışmayan anne bulunmaktadır (Yıldırım A, Şimşek, 2005; Karasar, 2015).

Verilerin Toplama Araçları

Araştırmanın birinci aşamasının temel veri toplama aracı Aydoğan (2014) tarafından geliştirilmiş olan Ebeveynlik Stres Ölçeğidir. Normal gelişim özelliklerine sahip olan çocukların ebeveynlerinin, ebeveyn olmaya ilişkin yaşadıkları stres durumunu belirlemek amacıyla geliştirilen ölçek 18 maddeden oluşmaktadır. Ebeveyn, ebeveyn-çocuk ilişkisi ve çocuğun özelliklerini içeren tek boyuttan oluşan bir yapıya sahiptir. Ebeveynlik Stres Ölçeği, beşli likert tipi değerlendirilen bir ölçme aracıdır. Ölçekten alınabilecek puan aralığı, 0-72 arasında olup, puanın yüksekliği ebeveynlik stres düzeyini göstermektedir.

Ölçeğe ilişkin yapı geçerliliğini incelemek için açımlayıcı faktör analizi tekniğinden yararlanılmıştır. Yapılan varimax döndürme sonrasında, tek faktörlü yapının toplam varyansın %63.436'sını açıkladığı görülmüştür. Aynı zamanda açımlayıcı faktör analizinden elde edilen yapıyı test etmek üzere, doğrulayıcı faktör analizi tekniği kullanılmıştır. Bununla birlikte ölçeğe ilişkin madde toplam korelasyonları ve güvenilirlik hesaplamaları için iç tutarlılık katsayısı incelenmiştir. Ölçeğin güvenilirlik için hesaplanan iç tutarlılık katsayısı .96 olarak bulunmuştur (Aydoğan, 2014).

Araştırmanın ikinci aşaması görüşme tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Görüşme tekniği, bir araştırmaya dahil olan bireylerin belirli bir konu hakkındaki deneyimlerini, tutumlarını, duygularını, amaçlarını, düşüncelerini, yorumlarını, tepkilerini ve bakış açısını ortaya koyma yöntemi olarak tanımlanmaktadır. Bu yöntemde amaç, bireyin bakış açısını anlamaya ve ortaya çıkarmaya çalışmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2005).

Araştırmanın ikinci aşamasında görüşme tekniklerinden yapılandırılmamış görüşme tekniğinin kullanımı tercih edilmiştir. Yapılandırılmamış görüşme tekniğinin kullanımındaki amaç anneler için sınırlayıcı olmamaktır. Her ailenin dinamiği farklı olduğu için yaşadıkları stres yapıcı etkenlerin de farklı olabilme ihtimalleri bulunmaktadır. Bu nedenle görüşme soruları hazırlanmadan görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Ebeveynlerden izin alınarak her bir görüşme ses kaydına da alınmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2005).

Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmanın birinci aşaması kapsamında çalışan ve çalışmayan annelerin COVID-19 salgını sebebiyle yaşadıkları stres düzeyinin belirlenmesi için Ebeveynlik Stres Ölçeği uygulanmıştır. Araştırmaya katılım gönüllülük esasına dayalıdır.

Araştırmaya başlamadan önce Bağlıca mahallesiinde yaşamakta olan çalışan ve çalışmayan annelerin bilgileri muhtarlık aracılığıyla alınmıştır. Ölçek uygulaması için online form oluşturma, posta kutuları, telefon görüşmesi, yüz yüze iletişim, muhtarlık ve site yöneticileri aracılığıyla formların dağıtılması gibi farklı yöntemler denenmiştir.

Evrenin büyüklüğüne göre belirlenen örneklem sayısına ulaşıncaya kadar ölçek doldurulması sürecine devam edilmiştir.

Uygulanan ölçek sonuçları SPSS 22 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışan ve çalışmayan annelerin ölçek sonuçları arasında fark olup olmadığını belirleyebilmek için t testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar tablo halinde sunulmuştur.

Araştırmanın ikinci aşamasında Bağlıca Mahallesinde yaşamakta olan 10 çalışan ve 10 çalışmayan anne ile yapılandırılmamış görüşme tekniği kullanılarak görüşme yapılmıştır. Her anne ile tek bir görüşme yapılmıştır ve görüşmeler 60 dakika sürmüştür. Görüşmeler gönüllü olan anneler ile gerçekleştirilmiştir.

Yapılan görüşmelerin analizi için üç yöntem bir arada kullanılmıştır. Öncelikle, görüşme kayıtlarından elde edilen veriler mümkün olduğunca özgün halleri korunmaya çalışılarak betimsel bir yaklaşımla sunulmuştur. Görüşme yapılan annelerin ifadelerinden doğrudan alıntılar yapılarak veriler sunulmuş ve böylelikle araştırmanın özgünlüğünün geçerliği sağlanmaya çalışılmıştır. Daha sonra elde edilen veriler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Benzerlik gösteren veriler için kodlar belirlenmiş, kodlardan kategoriler oluşturulmuş ve kategorilerden de temalar hazırlanmıştır. Üçüncü yöntem kapsamında ise, veriler araştırmacının yorumları kullanılarak analiz edilmiştir (Baltacı, 2017; Miles ve Huberman, 1994).

Araştırmanın ikinci aşamasının güvenilirliğini sağlamak için ayrıca elde edilen veriler üzerinden kodlayıcılar arası güvenilirlik çalışması yapılmıştır. Bir diğer kodlayıcı tarafından görüşme ses kayıtları ve alınan notların en az %20'si incelenmiştir. İncelenen veriler ve kodlamalar üzerinden Güvenirlik=Görüş Birliği/(Görüş Birliği+Görüş Ayrılığı)X100 formülü ile analiz yapılmıştır (Miles ve Huberman, 1994).

Araştırmanın Etik Onayı

Araştırma için Sağlık Bilimleri Üniversitesi Hamidiye Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'ndan 11.09.2020 tarih ve 16/11 sayılı karar numarası ile Etik Kurul Onayı alınmıştır.

Bulgular

Araştırmanın Birinci Aşamasına İlişkin Bulgular

Demografik Bulgular.

Araştırmaya 210 tanesi çalışan, 210 tanesi çalışmayan toplamda 420 anne katılmıştır. Çalışan annelerin %26'sının bir çocuğu, %69'unun iki çocuğu ve %5'inin de 3 çocuğu bulunmaktadır. Çalışmayan annelerin %88'inin iki çocuğu, %12'sinin de üç çocuğu bulunmaktadır. Çocukların yaşı 7-12 arasında değişim göstermektedir. Çocukların yaşlarının dağılımı Tablo 1'de gösterilmektedir:

Çocuğun yaşı \ Çalışma durumu	Çalışan anne		Çalışmayan anne	
	n	%	n	%
7	25	12	45	20
8	40	19	30	15
9	35	17	35	17
10	35	17	35	17
11	30	15	40	19
12	45	20	25	12
Toplam	210	100	210	100

Tablo 1. Çocukların Yaşlarına Göre Dağılımları

Çocukların Genel Durumları ile İlgili Bulgular

Olumsuz Etkilenme Durumu:

Çalışan annelerin %86'sına göre COVID-19 çocuğunu olumsuz yönde etkilemişken, çalışmayan annelerin %88'ine göre çocukları olumsuz etkilenmiştir.

Davranış Değişikliği:

Çalışan annelerin %62'sine göre COVID-19 sürecinde çocuğunda meydana gelen farklı davranışlar olmuşken, bu oran çalışmayan annelerde %76 olarak tespit edilmiştir.

Uyku Düzeni:

Çalışan annelerin %55'ine göre COVID-19 sürecinde çocuğunun uyku düzeni olumsuz anlamda değişmemişken, çalışmayan annelerin %67'sine göre çocuğunun uyku düzeni olumsuz anlamda değişmiştir.

Yeme Alışkanlıkları:

Çalışan annelerin %42'sine göre COVID-19 sürecinde çocuğunun yeme alışkanlıkları değişmişken, çalışmayan annelerde bu oran %58 olarak tespit edilmiştir.

Mutlu Olma Hali:

Çalışan annelerin %57'sine göre COVID-19 sürecinde çocuğunun mutlu olma hali değişmişken, çalışmayan annelerin %62'sine göre çocukların mutlu olma halinde değişiklik olmamıştır.

Arkadaşlık İlişkileri:

Çalışan annelerin %54'üne göre COVID-19 sürecinde çocuğunun arkadaşlık ilişkileri değişmişken, çalışmayan annelerin %60'ına göre çocukların arkadaşlık ilişkilerinde olumsuz bir değişiklik olmamıştır.

Korku:

Çalışan annelerin %58'ine göre COVID-19 sürecinde çocuğunda daha önce olmayan korkular ortaya çıkmamışken, çalışmayan annelerin %57'sine göre çocuğunda daha önce olmayan korkular ortaya çıkmıştır.

Eğitim:

Çalışan annelerin %69'una göre COVID-19 sürecinde çocuğunun eğitime olan ilgisi değişmemişken, çalışmayan annelerin %55'ine göre çocuğunun eğitime olan ilgisi değişmiştir.

Araştırmanın birinci aşaması kapsamında çalışan ve çalışmayan annelerin COVID-19 salgını sebebiyle yaşadıkları stres düzeyinin belirlenmesi için Ebeveynlik Stres Ölçeği uygulanmıştır. Çalışan ve çalışmayan annelere uygulanan bu ölçekte birbirinden bağımsız iki farklı örneklem grubunun ortalamalarının karşılaştırılması amaçlandığı için öncelikle normallik testi yapılmıştır. Normallik testi sonuçları Tablo 2'de yer almaktadır.

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Anne stres düzeyi	,248	420	,000	,766	420	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Tablo 2. Normallik Testi Sonuçları

Araştırmaya 420 kişi katıldığı için Kolmogorov-Smirnov testi sonucu incelenmiş olup, annelerin stres düzeyi verilerinin anlamlılık değeri 0,000 olarak elde edilmiştir. Bu değer 0,05'ten küçük olması nedeniyle verilerin normal dağılım göstermediği söylenebilir. Veriler normal dağılım göstermediği için, annelerin stres düzeylerinin çalışma durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirleyebilmek amacıyla Mann-Whitney U testi kullanılmıştır. Test sonuçları Tablo 3'te yer almaktadır.

Değişken	Faktör	n	Sıra ortalaması	Sıra toplamı	U	z	p
Anne çalışma durumu	Çalışıyor	210	173,81	36500,00	14345	-	,000
	Çalışmıyor	210	247,19	51910,00			

Tablo 3. Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Yapılan analiz sonucunda çalışan anneler ile çalışmayan annelerin stres düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Stres düzeyi çalışan ve çalışmayan annelerde farklılık göstermektedir. Çalışmayan annelerin COVID-19 salgını sebebiyle yaşadıkları stres düzeyinin çalışan annelere oranla daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Araştırmanın İkinci Aşamasına İlişkin Bulgular

Araştırmanın ikinci aşamasında anneler ile yapılandırılmamış görüşme tekniği kullanılarak görüşme yapılmıştır. Önceden belirlenmiş sorularla sınırlandırıcı olmamak adına bu tekniğin kullanımı tercih edilmiştir. Önceden belirlenmiş temalar üzerinde yoğunlaşmak yerine, yanıtlardan ortaya çıkan temalara göre alt kategoriler belirlenmiş ve tek tek maddeler temalara göre sıralanmıştır.

Yapılan görüşmelerin analizinde annelerin çocukları ile ilgili stres yaşadıkları temalar sağlık, eğitim, ruh hali, sosyal ilişkiler ve önlem olarak belirlenmiştir.

Sağlık tema analizinde beş alt tema belirlenmiştir. Bu alt temalar (a) Çocuğunun sağlığından endişe duyma, (b) Çocuğunun hastalanmasından endişe duyma/korkma, (c) Çocuğunun ölmesinden korkma, (d) Çocuğunun başkalarına hastalık bulaştırmasından korkma, (e) Ölmekten ve çocuğunu annesiz bırakmaktan korkma olarak tespit edilmiştir.

Eğitim tema analizinde beş alt tema belirlenmiştir. Bu alt temalar (a) Çocuğunun eğitimi hakkında endişe duyma, (b) Çocuğunun okuldan uzaklaşmasından endişe duyma, (c) Çocuğunun okula devam etmek istememesinden korkma, (d) Çocuğunun okul başarısının/notlarının düşmesinden korkma, (e) Çocuğunun akademik ortalamasının düşmesinden korkma olarak tespit edilmiştir.

Ruh hali tema analizinde beş alt tema belirlenmiştir. Bu alt temalar (a) Çocuğunun psikolojisinin bozulmasından endişe duyma/korkma, (b) Çocuğunun mutsuz olmasından endişe duyma, (c) Çocuğunun sıkılmasından korkma (d) Çocuğunun hastalığı takıntı haline getirmesinden korkma, (e) Çocuğunda ölüm ve hastalanma korkularının başlamasından endişe duyma olarak tespit edilmiştir.

Sosyal ilişkiler tema analizinde beş alt tema belirlenmiştir. Bu alt temalar (a) Çocuğunun arkadaşsızlıktan dolayı sosyal becerilerinde gerileme olmasından korkma, (b) Çocuğunun arkadaşlarından uzaklaşmasından korkma, (c) Çocuğunun yalnız kalmasından korkma, (d) Çocuğunun insanlardan uzaklaşmasından korkma, (e) Çocuğunun ekran bağımlısı olmasından korkma olarak tespit edilmiştir.

COVID-19 salgını sebebiyle yaşadıkları stres alanları hakkında görüşmenin ardından annelerin yaşadıkları bu stresli durumlarla başa çıkabilmek için neler yaptıkları

üzerinde durulmuştur. Annelerin yaşadıkları stresle başa çıkma yöntemleri önlem teması kapsamında değerlendirilmiştir.

Önlem tema analizinde annelerin hem kendileri hem de çocukları için aldıkları önlemler hakkında açıklama yaptıkları belirlenmiştir. Belirlenen alt temalar (a) Olumsuz düşünmemeye çalışma, (b) Tedbirli davranma/tedbirlere uyma, (c) Çocuğu ile oyun oynama, (d) Çocuğunu güvenli açık alanlara götürme, (e) Çocuğu ile daha fazla vakit geçirme, (f) Çocuğunu rahatlatmak amacıyla anlayabileceği seviyede pandemi süreci hakkında bilgilendirme yapma ve ilgilenme, (g) Çocuğunun sevdiği etkinlikleri yapma (kitap okuma, film/dizi izleme, dans etme, spor yapma), (h) Evde fiziksel aktiviteyi artırma, (ı) Dua etme, (j) Örgü örme, (k) Temizlik kurallarına uyma/Sıkça evi temizleme, (l) Çocuğuna özel ders aldırma, (m) Çiftçiliğe başlama, (n) Bisiklet sürme, (o) Online derslere katılarak kendini geliştirme ve kendine odaklanma, (ö) Çocuğunun beslenmesini yakından takip etme, (p) Psikolojik destek alma, (r) Hobi edinme, (s) Yemek yapma, (t) Maske kullanma olarak tespit edilmiştir.

COVID-19 salgını sürecinde çocuklarının davranışlarında gözlemledikleri değişiklikler olup olmadığı sorusu ölçek uygulaması sırasında çocukların genel durumları ile ilgili kısımda yer almaktadır. Görüşmeler sonlandırılmadan önce annelere "Çocuğunuzun değişen davranışlarına örnek verebilir misiniz?" diye sorulmuştur. Verilen yanıtlardan örnekler aşağıda yer almaktadır:

A1: "Davranış sorunları ve enerjisi ile baş edememe gibi problemlerimiz oluyor"

A2: "Dışarı çıkma korkusu"

A3: "Gelecek kaygısı arttı. Sokağa çıkmak istemiyor"

A4: "Daha stresli, daha neşesiz, daha isteksiz, daha agresif, daha sıklıgan"

A5: "Tüm planlarını virüsün bitmesinden sonrasına planlıyor. Bazen geçip geçmeyeceğini sorguluyor. Aksam eve ulaştığımızda hemen sınımsız sarılamıyor. Oyunlarında COVID olan oyuncakları tedavi ediyor. Pelüş eşeğine çoraptan maske yaptığını gözlemledim"

A6: "Derslere karşı ilgisi azaldı. Sıklıganlık süresi kısaldı, sürekli evde olmaktan TV/tablet izlemeye eğilimi arttı"

A7: "Evde kaldığı için arkadaş bulmak ve devam ettirmekte zorlanıyor"

A8: "Okul olmasa da olur dedi. Daha önce çok severek gidiyordu. Ders çalışmak da istemiyor"

A9: "Kaygılı ve endişeli davranışları oldu. Daha hırçın davranışları oluştu"

A10: "Hareketsizlik, isteksizlik (yemek hariç) ..."

A11: "Yalnızlaştı. Oyun arkadaşı bulmakta zorlandı"

A12: "Şüpheli bir hal aldı. Panik başladı. Dışarıya çıkmak istemiyor. Hiçbir şeye dokunmak istemiyor. Uykusuz geceler geçirdik, derse olan ilgisi azaldı"

A13: "Tatminsizlik, güvensizlik, yalnızlık. Arkadaşları ile görüşmediği için bilgisayar da vakit geçiriyor sürekli bu da derslerini etkiledi çalışmak istemiyor"

A14: "Aslında önceden bu kadar el hijyenine dikkat etmiyorlardı evde kapalı olmak enerjilerini atamadığından stres ve sinirli oldular"

A15: "Geç yatmaya başladı. Korkularını paylaştı. Tikleri oluştu, konuşması azaldı, çok uyuyor. Daha içine kapanık oldu"

A16: "Sanal ortama ilgide artma sosyal ortama ilgide azalma. Agresif, sorumsuz, dağınık, internet bağılılığı"

A17: "Hastalık ve ölüm den bahseder oldu benim ve babanın ölmesinden tek başına kalacağından korkar oldu. Sosyal hayatını bitirdi...hasta olmaktan korkuyor"

A18: "Elini yeni yıkamış olsa bile benim ellerim kirli deyip tekrar yıkıyor bazen geçmiyor diye ağlıyor. Yaklaşık 3 ay süren bu durumu atlattık çok şükür. Son 1 aydır normal yıkıyoruz ellerimizi"

A19: "Zoom hayatının merkezine oturdu. Endişeleri arttı. Okulu çok özleyiyor. Arkadaşlarını çok özledi ama hiçbir kimseyle oyun oynayamaz oldu ya hastaysa diye, bu da onun psikolojisini her yönden etkiledi"

A20: "Altına çiş kaçıрма, yersiz korku, yeme bozukluğu, uyku düzensizliği... Azıcık öksürse COVID mi oldum diyor"

Tartışma

Bu çalışma çalışan ve çalışmayan annelerin COVID-19 salgını sebebiyle yaşadıkları stres düzeyinin belirlenmesi ve karşılaştırılması amacıyla yapılmıştır. Bu amaca ulaşabilmek için araştırma iki aşamalı olarak tasarlanmıştır. Araştırmanın birinci aşamasında annelere demografik bilgiler formu ve Ebeveynlik Stres Ölçeği uygulanmıştır. İkinci aşamada da çalışan ve çalışmayan on gönüllü anne ile yaşadıkları stres faktörlerini belirleyebilmek amacıyla online görüşme yapılmıştır. Araştırmanın birinci ve ikinci aşamasından elde edilen bulgular bir arada verilerek tartışma yapılmıştır.

Araştırmaya katılan çalışan ve çalışmayan annelerin çocuk sayıları ve çocuklarının yaşlarının dağılımı birbirine uyumluluk göstermektedir. Bu sonuç da annelerin annelik tecrübesi ve yaş konusunda birbirlerine uyumlu oldukları şeklinde yorumlanabilir. National Academies of Sciences (2016)'e göre ebeveynlik, çocuk gelişimine önemli şekillerde katkıda bulunmaktadır. Deater-Deckard (1998) ebeveyn stresini, ebeveynlerin kendilerinden ya da başkalarına karşı beklentilerinde tutarsızlık yaşamaları veya ebeveynlerin bu beklentilerini karşılayacak kaynaklara sahip olmadıkları zaman ortaya çıkan psikolojik bir tepki olarak tanımlamıştır. Yapılan araştırma sonucunda annelerin pandemi sürecinde yaşadıkları stres durumlarının temelinde çocukları olduğu tespit edilmiştir. Anneler COVID-19 ile hastalanmaktan ve tedavi için hastanede kalmaktan korkuyor, ancak korkuları kendileri ile ilgili değil, çünkü çocuklarına ne olacak, onlara kim bakacak, hayatları nasıl devam edecek, onlara da bulaştırır mıyım diye endişe ve kaygı yaşadıkları belirlenmiştir. Kısacası, annelerin yaşadıkları stresin temelinde hastalık değil çocuklarının sağlığı ve hayatının yer aldığı ve annelerin önceliğinin çocukları olduğu söylenebilir. Elde edilen bu bulgu literatür ile uyumluluk göstermektedir. Annelerin yaşadıkları stresin çevresel stres faktörleri (COVID-19) ve ebeveynlik rolleriyle ilişkili talepleri değerlendirmesinden kaynaklandığını söylenebilir.

Annelere göre çocuklarının hayatlarında meydana gelen olumsuz değişiklikler onların stres yaşamalarına sebep olmaktadır. Hem çalışan hem de çalışmayan annelere göre COVID-19 salgını çocuklarını olumsuz yönde etkilemiş ve davranışlarında olumsuz değişikliklere sebep olmuştur. Çocuklarda eskisine oranla daha çabuk sıkılma, sabırsızlık, keyifsizlik, hareketsizlik, isteksizlik, agresiflik, neşesizlik gibi davranışların ortaya çıktığı ifade edilmiştir. Annelerin yaşadıkları stresle başa çıkabilmek için hem kendileri hem de çocukları için çeşitli ve uygulanabilir önlemler aldıkları belirlenmiştir. Yapılan bir araştırma (Lauri Korajlija ve Jokic-Begic, 2020) pandeminin ilk aylarında ebeveynlerin, anne-baba olmayanlara göre daha fazla güvenlik davranışı sergilediğini göstermektedir. Bu nedenle anne olmanın tek başına stres kaynağı olabildiği söylenebilir.

Olumsuz değişikliklerin meydana geldiği bir diğer alan da uyku olarak belirlenmiştir. Okulların kapanması ve zorunlu haller dışında evden çıkmama sebebiyle çocukların eskisine oranla daha geç uyuduğu, daha geç uyandığı anneler tarafından ifade edilmiştir. Ayrıca, çocukların kâbus görmeye başladığı, uykuya dalmakta güçlük çektiği, gece boyunca birkaç kez uyandıkları ve gece ebeveynleri ile uyuma gibi isteklerinin ortaya çıktığı belirlenmiştir. Becker ve Gregory (2020) araştırmalarında benzer şekilde pandemi sürecinin çocukların uyku düzenini olumsuz hale getirdiğini bulmuşlardır. Uyku alışkanlıklarında meydana gelen değişikliklerin kalıcı mı yoksa geçici bir etkisinin olup olmadığı tartışılması gereken diğer konular arasında bulunmaktadır. Çocukların normal

eğitim hayatlarına döndüklerinde sabah uyanma ve akşam erken yatma konusunda zorluklar yaşayıp yaşamadıkları da araştırabilir.

Pandemi süreci boyunca çoğunlukla evde olmaları ve boş vakitlerinin fazla olması sebebiyle hem kendilerinin hem de çocuklarının eskisine oranla daha fazla yemek yeme eğiliminde oldukları, çok abur cubur, şeker, atıştırılacak ve asitli gıdalara yönelik taleplerinin arttığı ifade edilmiştir. Pandemi sebebiyle değişen aile düzenini çocuklara tam olarak anlatabilmek ve uygulayabilmek anneler için çeşitlik zorluklara sebep olmuş olabilir. Okulların kapanması, evden çıkmama, hastalık bulaşma riski, maske, sosyal mesafe ve temizlik gibi birçok önlem çocukların dünya düzenini tamamen değiştiren etkiye sebep olmuştur. Yaşanan süreç sadece çocukların değil yetişkinlerin de yeni dünya düzenine uyum sağlayabilmeleri için zaman gerektirmektedir. Çocukların okullarında olduğu gibi birçok ebeveynin de çalışma programları değişmiş olabilir. Daha fazla evde kalmanın oyalanacak aktiviteler bulma konusunda yetersizlik ve yemek yeme ihtiyacında artışa sebep olabileceği söylenebilir. Yapılan araştırma (Rundle ve ark., 2020; Becker ve Gregory, 2020) sonuçları da COVID-19 pandemisinin özellikle küçük apartmanlarda yaşayan çocukların fiziksel aktivite imkanlarını azalttığını, izolasyon ve korunma önlemlerinin hareketsizlik artışına ve yiyecek tüketimine neden olabileceğini ortaya koymuştur.

İçine kapanma, şüphecilik, panik, takıntılar, ölüm ve kaybetme korkusu, yalnızlaşma, altını ıslatma, ekran bağımlılığı, arkadaşlarından uzaklaşma sebebiyle sosyalleşme durumlarının olumsuz etkilenmesi ve tiklerin oluşması pandemi sürecinin çocukların ruh halleri üzerindeki olumsuz etkileri olarak anneler tarafından ifade edilmiştir. Çocuklarında gözlemledikleri bu olumsuz davranışların annelerin stres düzeyinin artmasında etkisinin olabileceği düşünülmektedir. Çünkü Brooks ve arkadaşları (2020) COVID-19 pandemisinin bireyler üzerinde artan psikolojik zorluklar yaratması sebebiyle ortaya çıkan davranış değişikliklerinin stresten kaynaklanabileceğini öne sürmüştür. Annelerin psikolojik sağlığının desteklenmesi de hem kendileri hem de çocukları için önemlidir. Karantina veya evde kalma kısıtlamaları sırasında psikolojik destek, danışmanlık ve sosyal hizmet çalışmalarının çok önemli olduğu, annelerin çocuklarında meydana gelen değişiklikler ile ilgili yaptıkları açıklamalarla bir kez daha ortaya çıkmıştır. Ülkemizde hem Sağlık Bakanlığı hem de Millî Eğitim Bakanlığının bu yönde çalışmalar başlattığı bilinmektedir. Yaşanan süreçte vatandaşların kaygı ve streslerini en aza indirebilmek için tüm illerde Sağlık Bakanlığı tarafından nisan ayı itibarıyla "Psikososyal Destek Hattı" kurulmuştur (Anadolu Ajansı, 2020). Millî Eğitim Bakanlığı tarafından nisan ayı itibarıyla de COVID-19'un öğrenciler, gençler ve aileler üzerinde yarattığı kaygı ve travmatik etkileri azaltmak amacıyla 81 ilde Özel Eğitim ve Rehberlik Hizmetleri Bilgilendirme Hattı oluşturulmuştur (Millî Eğitim Bakanlığı, 2020). Annelerin yaptıkları açıklamalar çocuklarındaki korku ve kaygının ne derece önemli davranışsal sonuçları olduğunu ortaya çıkarmıştır. Görüşme yapılan annelerden sadece 5 tanesi verilen bu hizmetlerden haberdar olduğunu ifade etmiş, sadece 1 tanesi bu hizmetlerden faydalandığını belirtmiştir. Bakanlıklar tarafından verilen hizmetlerin toplum tarafından biliniyor olması, ulaşılabilir olması ve daha yaygın hale gelmesi gerektiği düşünülmektedir. Pandemi sürecinde karantina ve evde kalma virüsün bulaşmasının engellenmesi için etkili ve önemli önlemler arasında bulunsu da yapılan araştırma hem annelerin hem de çocukların yaşadıkları olumsuz durum ve davranışların etkisinin azaltılabilmesi için daha fazla destek hizmetlerine ihtiyaçları olduğunu göstermektedir. Fontanesi ve arkadaşlarının (2020) yaptıkları çalışma sonucunda da COVID-19 pandemi sürecinin ebeveynleri ve çocukları olumsuz etkilediği ve halk sağlığı önlemlerinin ebeveyn ve çocuklarda daha fazla hizmete ihtiyacı olduğunu göstermiştir.

Çocukların geleceği için eğitim hayatları oldukça önemlidir. Pandemi sürecinde uzaktan eğitime devam edilmesinin çocukların eğitime olan ilgisinin değişmesine sebep

olduğu belirlenmiştir. Çocukların ders çalışmak istemediği, okula gitmek istemediği, okulu gereksiz bulmaya başladıkları ve ödev yapmadıkları anneler tarafından ifade edilmiştir. Öğretmen Akademisi Vakfı (2020) tarafından yapılan araştırmada da benzer şekilde ebeveynler COVID-19 pandemi sürecinin çocukların eğitim durumunu olumsuz etkilediğini belirtmiştir.

Yapılan analiz sonucunda COVID-19 salgını sebebiyle yaşadıkları stres düzeyinin çalışan ve çalışmayan annelerde farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Çalışmayan annelerin yaşadıkları stres düzeyinin çalışan annelere oranla daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Pek çok ebeveyn, çocuklarının duygularını destekleyecek kadar sakin olmanın yanı sıra, çok sayıda belirsizlikle başa çıkarak kendi duygularıyla başa çıkmak için mücadele etmektedir. Elde edilen bu sonuç, çalışan annelerin iş hayatları nedeniyle sosyal ortamda bulunması ve arkadaşlarıyla fikir alışverişi yapabiliyor olmaları yaşadıkları stresi daha kontrol altına alabildiklerini düşündürmüştür. Çalışmayan annelerin tüm günü çocukları ile geçirmeleri ve çocuklarında meydana gelen olumsuz davranışlara daha fazla maruz kalmalarının stres düzeylerinin artmasında etkili olduğu söylenebilir.

Sonuç ve Öneriler

Araştırma, çalışan ve çalışmayan annelerin COVID-19 salgını sebebiyle yaşadıkları stres düzeyinin belirlenmesi ve karşılaştırılması amacıyla yapılmıştır. Araştırma iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın birinci aşamasında çalışan ve çalışmayan annelere ölçek uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda COVID-19 salgını sebebiyle yaşadıkları stres düzeyinin çalışan ve çalışmayan annelerde farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Çalışmayan annelerin yaşadıkları stres düzeyinin çalışan annelere oranla daha yüksek olduğu bulunmuştur. Araştırmanın ikinci aşamasında gönüllü 20 anne ile görüşme yapılmıştır. Bu aşamada annelerin yaşadıkları stresi etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda annelerin pandemi sürecinde yaşadıkları stres durumlarının temelinde çocuklarının olduğu tespit edilmiştir. Annelerin çocukları ile ilgili stres yaşadıkları temalar sağlık, eğitim, ruh hali, sosyal ilişkiler ve önlem olarak belirlenmiştir. Sağlık temasının beş, eğitim temasının beş, ruh hali temasının beş, sosyal ilişkiler temasının beş ve önlem temasının da yirmi alt teması bulunmaktadır. Yapılan araştırma kapsamında verilebilecek öneriler aşağıda yer almaktadır.

- Annelerin hem sosyal hem de psikolojik olarak destek alabilecekleri toplumsal uygulamalar çoğaltılabilir ve hizmete ulaşım konusunda çalışmalar yapılabilir.
- Annelere çocukları ile ilişkilerini olumlu yürütebilecekleri destek çalışmaları ve programları geliştirilebilir.
- Çocukların süreci nasıl geçirdikleri ve nelerden etkilendiklerini ortaya çıkarabilecek araştırmalar yapılabilir.
- Babaların pandemi sürecine bakış açılarını ortaya koyan araştırmalar yapılabilir.

Sınırlılıklar

Araştırma çalışan ve çalışmayan annelerin COVID-19 salgını sebebiyle yaşadıkları stres düzeyinin belirlenmesi ve karşılaştırılması amacıyla yapılmıştır. Bu nedenle Ebeveynlik Stres Ölçeği kullanılarak elde edilen verilerin sadece annelerin çalışma durumu değişkenine göre analiz edilmesi araştırmanın temel amacını ve sınırlılığını oluşturmaktadır.

KAYNAKÇA

ANADOLU AJANSI. (2020). *Psychosocial support line from the Ministry of Health to combat coronavirus*. <https://www.aa.com.tr/tr/koronavirus/saglik-bakanligindan-koronavirusle-mucadele-icin-psikososyal-destek-hatti/1789119>

AYDOĞAN, D. (2014). The association between relational resilience and relational cope with, parenting stress and relational professional help-seeking behavior on couples (Unpublished doctoral thesis). Gazi University, Turkey.

BALTACI, A. (2017). Miles-Huberman Model in Qualitative Data Analysis. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(1), 1-15.

BECKER, S. P., GREGORY, A. M. (2020). Editorial perspective: Perils and promise for child and adolescent sleep and associated psychopathology during the COVID-19 pandemic. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 61:7;757–759

BLAND, S. H., O'LEARY, E. S., FARINARO, E., JOSSA, F., & TREVISAN, M. (1996). Long-term psychological effects of natural disasters. *Psychosomatic Medicine*, 58:18-24.

BRESLAU, N. (2001). The epidemiology of posttraumatic stress disorder: what is the extent of the problem? *Journal of Clinical Psychiatry*; 62(17):16-22.

BROOKS, S. K., WEBSTER, R.K., SMITH, L. E., WOODLAND, L., WESSELY, S., GREENBERG, N., & RUBIN, G.J. (2020). The psychological impact of quarantine and how to reduce it: Rapid review of the evidence. *Lancet*, 395;912–920. [http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30460-8](http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30460-8)

CAMPBELL, A. M. (2020). An increasing risk of family violence during the Covid-19 pandemic: Strengthening community collaborations to save lives. *Forensic Science International: Reports*. 1-3. <https://doi.org/10.1016/j.fsisr.2020.100089>.

CHUNG, G., LANIER, P., & JU, P. W. Y. (2020). Mediating effects of parental stress on harsh parenting and parent-child relationship during coronavirus (COVID-19) pandemic in Singapore. *Journal of Family Violence*, 1-38. <https://doi.org/10.31219/osf.io.vnf4j>.

DEATER-DECKARD, K. (1998). Parenting stress and child adjustment: Some old hypotheses and new questions. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 5(3);314–332. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2850.1998.tb00152.x>

DIJKSTRA, M. T. M., & HOMAN, A.C. (2016). Engaging in rather than disengaging from stress: Effective coping and perceived control. *Frontiers in Psychology*, 7;415. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01415>.

DUAN, L., & ZHU, G. (2020). Psychological interventions for people affected by the COVID-19 epidemic. *The Lancet Psychiatry*, 7;300–302.

FONTANESI, L., MARCHETTI, D., MAZZA, C., DI GIANDOMENICO, S., ROMA, P., & VERROCCHIO, M.C. (2020). The effect of the COVID-19 lockdown on parents: A call to adopt urgent measures. *Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy*, 12(1);79–81.

GROTE, N. K., BLEDSOE, S. E., LARKIN, J., LEMAY, E. P., JR., & BROWN, C. (2007). Stress exposure and depression in disadvantaged women: The protective effects of optimism and perceived control. *Social Work Research*, 31(1);19–33. <https://doi.org/10.1093/swr/31.1.19>.

HAWKLEY, L. C., & CACIOPPO, J. T. (2010). Loneliness matters: A theoretical and empirical review of consequences and mechanisms. *Annals of Behavioral Medicine*, 40(2);218–227. <https://doi.org/10.1007/s12160-010-9210-8>.

KARASAR, N. (2015). *Scientific Research Method*. Ankara: Nobel Publishing Distribution.

- LAURI KORAJLIJA, A., & JOKIC-BEGIC, N. (2020). COVID-19: Concerns and behaviours in Croatia. *British Journal of Health Psychology*, 25(4); 849–855.
<https://doi.org/10.1111/bjhp.12425>
- MAJ, M., STARACE F., CREPET P., LOBRACE S., VELTRO F., DE MARCO F., & KEMALI, D. (1989). Prevalence of psychiatric disorders among subjects exposed to a natural disaster. *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 79:544-549.
- MILES, M. B. & HUBERMAN, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. New York: Sage Publications, Inc.
- MINISTRY OF HEALTH. (2020). New Coronavirus Disease (COVID-19).
<https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/>
- MINISTRY OF NATIONAL EDUCATION. (2020). *Against coronavirus trauma "psychosocial support call center" is at the service of our students and parents*.
<https://www.meb.gov.tr/koronavirus-travmasina-karsi-psikososyal-destek-cagri-merkezi-ogrenci-ve-velilerimizin-hizmetinde/haber/20617/tr>
- NATIONAL ACADEMIES OF SCIENCES, E. (2016). *Parenting Matters: Supporting Parents of Children Ages 0-8*. The National Academies Press.
<https://doi.org/10.17226/21868>
- OFDA/CRED INTERNATIONAL DISASTERS DATA BASE (EM-DAT). (2006). *Disaster statistics 1991- 2005*. Retrived from <http://www.unisdr.org/disaster-statistics/introduction.htm>
- PRIME, H., BROWNE, D. T., & WADE, M. (2020). Risk and resilience in family well-being during the COVID-19 pandemic. *The American Psychologist*, 75(5);631–643.
<https://doi.org/10.1037/amp00006660>.
- RUNDLE, A.G., PARK, Y., HERBSTMAN, J.B., KINSEY, E.W., & WANG, Y.C. (2020). COVID-19-Related School Closings and Risk of Weight Gain Among Children. *Obesity*, 28(6):1008-1009. doi:10.1002/oby.22813.
- SANDERS, M. R., KIRBY, J. N., TELLEGEN, C. L., & DAY, J. J. (2014). The Triple P-Positive Parenting Program: A systematic review and meta-analysis of a multi-level system of parenting support. *Clinical Psychology Review*, 34(4);337–357.
<https://doi.org/10.1016/j.cpr.2014.04.003>
- STATISTICS CANADA. (2020). Canadian Perspectives Survey Series 1: Impacts of COVID-19. Retrieved April 18, 2020. https://www.statcan.gc.ca/eng/statistical-programs/document/5311_D1_V1
- TEACHERS ACADEMY FOUNDATION. (2020). Research on Everyday Practices, Perception and Training Needs During Pandemic Period.
file:///D:/SBU/MAKALE%20HAZIRLIKLANI/2021/EBEVEYN%20STRES/taramalar/PandemDonemindeGundelikPratikler_Algi_Egitim_%C4%B0htiyaclar%C4%B1_Ara%C5%9Ft%C4%B1rmaRaporu_.pdf
- VAN BAVEL, J.J., BAICKER, K., BOGGIO, P.S., CAPRARO, V., CICHOCKA, A., CIKARA, M., & WILLER, R. (2020). Using social and behavioural science to support COVID-19 pandemic response. *Nature Human Behaviour*, 4;460–471.
<https://doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z>.
- YILDIRIM, A., & ŞİMŞEK, H. (2005). *Qualitative research methods in the social sciences*. Ankara: Seckin Publications.

Summary

COVID-19 outbreak since the spread of the disease began, a series of measures by the Ministry of Health to prevent the spread of the epidemic virus in Turkey in general and control strategy was developed and implemented. Measures taken to reduce the possibility of transmission of the virus can cause different effects on people's lives. Studies show that the coronavirus epidemic causes people of all ages to experience fear, loneliness, panic, anxiety, depression.

While the impact of the pandemic on family dynamics is currently unknown, it has been determined that more than one-third of families feel very or extremely worried about family stress caused by staying in home quarantine under COVID-19 measures. While COVID-19 is not the only global public health problem threatening society, it will likely have long-term negative impacts on today's children and families.

The research is designed in two stages. Therefore, quantitative and qualitative research methods were used together. In the first phase of the research, it is aimed to determine and compare the stress level experienced by working and non-working mothers due to the COVID-19 outbreak. For this reason, a descriptive research model was used. Descriptive research is descriptive situation determination, and it is possible to say that case studies allow the researcher to examine a phenomenon or event that he cannot control, based on the "how" and "why" questions. Depending on the research problem, quantitative or qualitative data collection techniques can be used in descriptive studies.

In the second phase of the study, 20 volunteer mothers (10 working and 10 non-working) were interviewed and it was tried to determine stress factors mothers experienced due to the COVID-19 epidemic and to understand what the methods they used to deal with them. The universe of the research consists of mothers who live in Ankara Province Etimesgut District.

While determining the sample group of the first stage of the study, the random sampling method was used. In the random sampling method, the researcher can choose part of the universe according to the determined sample size. The sampling group of the first stage of the study includes 210 working and 210 non-working mothers. In the second stage of the study, qualitative data collection method was used. In the study group, there are 10 employees and 10 non-working mothers living in Bağlıca District.

The main data collection tool for the first phase of the study is the Parenting Stress Scale. The scale, which was developed to determine the stress situation of parents of children with normal development characteristics, is composed of 18 items. It has a structure consisting of a single dimension that includes the parent, parent-child relationship, and the characteristics of the child. Parenting Stress Scale is a five-point Likert type measurement tool.

The second stage of the research was carried out using the interview technique. Interview technique is defined as the method of revealing the experiences, attitudes, feelings, goals, thoughts, comments, reactions, and perspectives of individuals involved in research on a certain subject. The aim of this method is to understand and reveal the individual's point of view.

As a result of the first phase of the study, it was determined that the stress level they experienced due to the COVID-19 outbreak differed between working and non-working mothers. It was found that the stress level experienced by non-working mothers was higher than that of working mothers. In the second phase of the study, 20 volunteer mothers were interviewed. At this stage, it was aimed to determine the factors affecting the stress experienced by mothers. As a result of the interviews, it was determined that their children were the basis of the stress situations mothers experienced during the pandemic process. The themes that mothers experience stress related to their children are determined as health,

education, mood, social relations and precaution. The health theme has five sub-themes, the education theme has five, the mood theme has five, the social relations theme has five, and the prevention theme has twenty sub-themes. The suggestions that can be given within the scope of the research are given below:

- *The services that mothers can receive both social and psychological support can be increased.*
- *Mothers' access to social and psychological services can be facilitated.*
- *Support activities and programs can be developed for mothers to maintain positive relations with their children.*
- *Research can be conducted to reveal how children go through the pandemic process and what they are affected by.*
- *Research can be conducted to reveal fathers' perspectives on the pandemic process.*

İklim Değişikliği Bağlamında Bir Zorunluluk ve Fırsat Olarak Küresel Yönetişim

Veysel ERAT*

Öz

İklim değişikliği, etkileri itibariyle ülkeleri ve vatandaşlarını yakından ilgilendiren önemli bir sorundur. Bu özelliği nedeniyle küresel bir sorun olan iklim değişikliği, çevre temelli klasik yönetim yaklaşımını derinden etkileyecek potansiyele sahiptir. Çalışmada küresel yönetim ve iklim değişikliğinin, zorunluluk ve fırsat ilişkisi bağlamında incelenmesi hedeflenmiştir. Bu kapsamda öncelikle küresel yönetim ve önündeki engeller ele alınmıştır. İkinci kısımda iklim değişikliği ve neden olduğu tahribatın küresel yönetime zorlayıcı etkisi değerlendirilmiştir. Son bölümde küresel iklim rejiminin oluşturulmasında bir araç olarak küresel yönetimin katkısı ve karşılaşmış olduğu zorluklar ortaya konulmuştur. Çalışmada küresel yönetimin bir zorunluluk olduğu ve giderek geliştiği, fakat istenilen aşamaya ulaşmadığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yönetişim, küresel yönetim, iklim değişikliği, iklim yönetimi, iklim rejimi

Global Governance as a Necessity and Opportunity in the Context of Climate Change

Abstract

Climate change is an important problem that closely concerns countries and their citizens. Climate change, which is a global problem due to this feature, has the potential to deeply affect the environment-based classical governance approach. In the study, it is aimed to examine global governance and climate change in the context of necessity and opportunity. In this context, first of all, global governance and its obstacles will be discussed. In the second part, climate change and the destruction it causes will be evaluated as challenging to global governance. In the last section, the contribution of global governance to the shaping of the global climate regime and the difficulties encountered on the way to global governance will be presented. In the study, it was concluded that global governance is a necessity and is developing gradually, but it has not reached the desired stage.



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 11.05.2022

Kabul/Accepted: 14.06.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.1115163>

* Doç. Dr., Bitlis Eren Üniversitesi, İİBF, Kamu Yönetimi Bölümü, Bitlis, Türkiye.

E-posta: veyselerat@hotmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0735-5432>

Keywords: Governance, global governance, climate change, climate governance, climate regime

Giriş

Küresel yönetim son yıllarda hem politik hem de akademik olarak tartışılan güncel bir konudur. Göç, kalkınma, güvenlik gibi küresel yönetim bağlamında tartışılan birçok konu bulunmaktadır. Ancak göç konusunda ulus devlet mantığının engellemeleri, kalkınma konusunda ülkelerin küresel rekabette öne çıkma gayreti ve güvenlik konusunda ülkeler arasındaki ikili ilişkiler, küresel yönetimde tatmin edici bir düzeyde gelişmenin önüne geçmektedir. Bu çalışmanın konusu olan iklim değişikliği ise küresel yönetime konu olan diğer politika alanlarıyla karşılaştırıldığında uzlaşa düzeyi daha yüksek bir meseledir.

Etkileri diğer sorunlar gibi belirli ülke ya da bölgeler ile sınırlı kalmayan iklim değişikliği sorunu, her geçen gün daha belirgin hale gelmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde bulunan Ulusal Okyanus ve Atmosfer Dairesi (National Oceanic and Atmospheric Administration-NOAA) son 142 yıllık iklim kayıtlarına göre, geçtiğimiz 2021 Ekim ve Kasım aylarının dördüncü en sıcak Ekim ve Kasım ayları olduğunu açıkladı (NOAA, 2021a). Temmuz ayı ise dünyanın şimdiye kadar kaydedilmiş en sıcak ayı olarak kayıtlara geçti. Bu verilere dayanılarak 2021 yılının dünyanın en sıcak on yılı arasında olduğu tahmin edilmektedir (NOAA, 2021b). Bir yıl içerisinde insanlığın ekolojik kaynaklara olan talebinin, Dünya'nın o yıl içinde yeniden üretebileceği miktarı aştığı gün olarak belirlenen dünya limit aşım günü¹⁴ 2021 yılında 29 Temmuz günü gerçekleşti (Earth Overshoot Day, 2022). Avrupa Çevre Ajansı'na göre (2022), önüne geçilmezse Güney Avrupa'da sıcakların artması, kuraklıkların daha sık görülmesi; Kuzey Avrupa'da hem yıllık yağışın hem de şiddetli yağmurların artması; Orta Avrupa'da şiddetli yağışla birlikte yaz yağışlarının azalması gibi hava koşulları ve taşkınlık, kuraklık ve yangın gibi durumlarla karşılaşılması muhtemeldir (AÇA, 2022).

İnsan faaliyetlerinin kaynaklık ettiği iklim değişikliği sorunu ülkeleri, bölgeleri ve dünyayı belirgin bir şekilde etkilemekte, insanların başa çıkmakta zorlandığı problemlere neden olmaktadır. Her ne kadar sorunu çözmek için bir çaba söz konusu olsa da bu iradeyi yönlendirecek tek bir merkezi yapının olmaması erken bir çözümün önüne geçmektedir. Bu noktada çalışmanın konusu olan küresel yönetim, devletlerin ve vatandaşların karşılaştıkları ulusötesi zorluklara geliştirdikleri bir yanıt olarak ortaya çıkmaktadır. Uluslararası işbirliğine dayanılarak oluşturulacak etkili küresel yönetim ile devletlerin kurumlarına, politikalarına ve normlarına istikrar ve düzen getirebilecekleri varsayılmaktadır.

Diğer bir ifadeyle, iklim değişikliği küresel yönetimi geliştirme potansiyeline sahip olduğu gibi küresel yönetim etkili bir iklim değişikliği politikası için önemli bir fırsattır. Bu alanda inşa edilecek küresel yönetim, yukarıda anılan diğer politika alanları için de model olabilecektir. Bu çalışmada iklim değişikliği sorunu, bir çözüm olarak önerilen küresel yönetim bağlamı ile incelenecektir. Küresel iklim yönetiminin iklim değişikliği için hem bir zorunluluk hem de bir fırsat olduğu varsayımına dayanan çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde küresel yönetimin anlamı üzerinde durulacaktır. İkinci bölümde iklim yönetimine zorlayıcı etkisi bağlamında küresel bir sorun olarak iklim değişikliği ele alınacaktır. Çalışmanın son bölümünde iklim yönetimi

¹⁴ Gezegenin Biyolojik Kapasitesi / İnsanlığın Ekolojik Ayak İzi) x 365 = Dünya Limit Aşımı Günü.

muhtemel bir fırsat olarak incelenecek, karşılaşılan sorunlar değerlendirilecek ve olası çözümlere odaklanılacaktır.

Küresel Yönetişim Nedir?

Yönetişimin henüz oturmuş bir tanımı bulunmamaktadır. Kimi yazarlar kavramı, toplumun ve insan davranışlarının düzenlenmesinde devletin merkezi rolünden uzaklaşması üzerinden tanımlamaktadır. Kimileri ise yeni yönetim süreçlerini ifade etmek için kullanılmaktadır. Çoğu zaman "yönetim" ve "idare" kavramlarının yerine kullanılan yönetişimi bir takım özellikleri üzerinden tanımlamak daha doğru bir yaklaşımdır. İlk olarak, yönetişimde hükümet ile özel sektör arasındaki karşıtlık veya gerilim yerine işbirliği ve birbirini tamamlama söz konusudur. Yönetişim, hiyerarşik, yukarıdan aşağı ve zorlamaya dayalı yönetim yerine ortak bir amacın peşinden koşan yatay ağlara dayanır. Son olarak, komuta ve kontrolün yerini müzakere ve ikna alır (Brown, 2018). Anılan özellikler devlet düzeyinde gerçekleşen yönetişime aittir. Kavram "küresel" ölçüğe çıkarıldığında tanımlama sorununun daha da güçleştiği görülmektedir. 1995 yılında yayın hayatına başlayan Küresel Yönetişim Dergisi'nde (Global Governance) James N. Rosenau (1995, s. 14), -küresel bağlamı gözeterek- yönetişim teriminin bir sosyal sistemin komuta mekanizması ve sisteme güvenlik, refah, uyum, düzen ve süreklilik sağlamaya çalışan eylemleri belirtmek için kullanıldığını ifade etmektedir. Kavramı geniş bir şekilde kullanan Rosenau, yönetişim kavramının ulusal ve uluslararası sistemlerle sınırlandırılmaması gerektiğini, bölgesel, il ve yerel yönetimlerin yanı sıra eğitim ve askeriyeye gibi diğer sosyal sistemler, özel teşebbüsler ve hatta ailenin dahil olduğu insan etkinliğinin tüm seviyelerinde geçerli olduğunu belirtmektedir.

Rosenau'nun tanımının güçlü bilimsel hayal gücüne dayandığını ifade eden Finkelstein'a göre bu tanım, geniş kapsamlı küresel yönetişim tanımına örnek teşkil etmektedir. Ancak ona göre, cömert bir aktör ve faaliyet türleri yelpazesi ortaya koyan bu tanımın neyi dışladığı ya da neyi dahil ettiğini bilmek önemli bir sorun olarak devam etmektedir. Finkelstein "küresel yönetişim" in neredeyse her şey gibi görüldüğünü ifade etmektedir (Finkelstein, 1995, s. 368). Gerçekten de yönetişim kavramı, birçok akademisyen ve uluslararası uygulamacı tarafından hem kamusal hem de özel karmaşık bir dizi yapı ve süreçleri ifade etmek için kullanılmaktadır. Bununla birlikte önemli bir kesim de yönetişimi "hükümet" ile eşanlamlı olarak kullanma eğilimindedir (Weiss, 2000, s. 795).

Gittikçe popüler bir kavram haline gelen küresel yönetişimin öne sürülen anlamları, kavramın yaygınlığı nispetinde kafa karışıklığına neden olmaktadır. Küresel yönetişimin ne anlama geldiğine dair farklı fikirler, hem küresel hem de yönetişim kavramlarının anlamı hakkındaki anlaşmazlıklardan kaynaklanmaktadır. Dingwerth ve Pattberg (2006: s. 185-203) kavramın akademik literatürde iki farklı genel kullanımının olduğunu ifade etmektedirler: (i) Çağdaş dünya siyasetinin gerçek, algılanan veya inşa edilmiş gerçekliğini yakalamaya çalışan analitik bir kavram olarak kullanımı. (ii) Siyasi kurumların gittikçe azalan yönlendirme kapasitesine nasıl tepki vermesi gerektiğine dair normatif bir bakış açısını ya da küresel yönetişime hegemonik bir söylem olarak atıfta bulunan eleştirel bir bakış açısını ifade eden belirli bir siyasi programı belirtmek amacıyla kullanımı. Her iki yaklaşımın da sınırlılıkları olduğunu belirten yazarlara göre küresel yönetişim ile ilgili olarak cevaplanması gereken dört temel soru vardır. İlk olarak, küresel yönetişim perspektifiyle ilgili yeni olan nedir? İkincisi, bu yeni perspektiften ortaya çıkan temel araştırma soruları nelerdir? Üçüncüsü, küresel yönetişim perspektifinin potansiyel faydaları nelerdir? Ve son olarak, sınırlamaları nelerdir? Dingwerth ve Pattberg, uluslararası ve ulusötesi siyasi faaliyet alanları arasında önsel bir hiyerarşi varsaymak yerine, küresel bir yönetişim perspektifinin, her iki alanın da eşit ontolojik statüye sahip

olduğu öncülüne dayandığını belirtmektedirler. Kısacası, küresel yönetim perspektifinin, dünya politikasının ne uluslararası yönetim artı ulusötesi aktörler ne de ulusötesi yönetim artı uluslararası aktörler olmadığını kabul etmektedirler. Bu öncülden hareketle yazarlar, her iki alanın hangi dinamikler tarafından karakterize edildiğine, aktörlerin amaçlarına ulaşması için gerekli olan faktörlerin neler olduğuna, iki alan arasında ne tür bir etkileşimin olduğuna bakılması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Yazarlara göre, aktör merkezli (örneğin devletler) bir yaklaşımı benimseyen uluslararası ilişkilerden farklı olarak küresel yönetim perspektifi, sosyal faaliyeti yapılandıran ve sınırlayan normlar, kurallar ve standartlara odaklanmaktadır. Bu durumda araştırma gündemi şu sorulara cevap aramaktadır: Küresel düzeyde hangi sosyal düzenleme biçimleri mevcuttur? Küresel normlar, kurallar ve standartlar nereden gelmektedir? Bunlar nasıl oluşturulur, yorumlanır, uygulanır ve yargılanır? Küresel normların, kuralların ve standartların sonuçları nelerdir? Kim yararlanır? Kim kaybeder?

Dingwerth ve Pattberg'in küresel yönetim perspektifi henüz inşa aşamasında olduğu için metodolojik açıdan bir takım zorluklar içermektedir. Buna rağmen uluslararası politika teorileriyle karşılaştırıldığında bazı farklılıklar yükledikleri küresel yönetim perspektifinde asıl analiz biriminin normlar ve kurallar olduğu açıktır. Literatürde bu anlama yakın tanımların yapıldığı görülmektedir. Benedict'e göre, küresel yönetim kurumlar, süreçler, normlar, resmi anlaşmalar ve ortak bir fayda için eylemleri düzenleyen gayri resmi mekanizmalardan ortaya çıkan amaçlı bir düzendir. Bu kapsamda küresel yönetim uluslararası, ulusötesi ve bölgesel düzeylerdeki faaliyetleri kapsamakta ve ulusal sınırları aşan kamu ve özel sektördeki faaliyetleri ifade etmektedir. Tek bir yetkili kurumun olmadığı ve hem kamu hem de özel sektörden unsurlar ve yöntemlerin bulunduğu bir yapıdır. Bu temel unsurlar, üzerinde anlaşmaya varılan standartları, paylaşılan değerlere dayalı gelişen normları ve devletler tarafından çıkarılan ve uygulanan direktifleri içermektedir (Benedict, 2001).

Küresel yönetim kavramı onu pratiğe dökmeye çalışan, çoğunlukla resmi küresel aktörler açısından, daha net bir anlama sahiptir. Küresel yönetim beklentilerinin neler olduğu konusunda bir değerlendirme yapmak için biraya gelen Amerika Birleşik Devletleri Ulusal İstihbarat Konseyi (NIC) ve Avrupa Birliği Güvenlik Araştırmaları Enstitüsü (EUISS) (2010, s. iii), küresel yönetimi kısaca uluslararası düzeyde ortak sorunların toplu yönetimi olarak tanımlamışlardır. Birleşmiş Milletler Ekonomik ve Sosyal Konseyinin bir yan organı olan UN Committee for Development Policy/Kalkınma Politikası Komitesi (2014, s. iv), küresel yönetimi devletlerin ve yurttaşların ulusötesi zorluklara verdikleri yanıtlara daha fazla öngörülebilirlik, istikrar ve düzen getirmeye çalışan kurumlar, politikalar, normlar, prosedürler ve girişimlerin tümü olarak nitelendirmektedir. Devletler ve yurttaşların ancak küresel yönetim ile ekonomik, çevresel, güvenlik ve siyasi konularda işbirliği yapabilecek, anlaşmazlıklarını şiddet içermeyen bir şekilde çözebilecek ve ortak çıkar ve değerlerini geliştirebilecekleri varsayılmaktadır. Yeterli bir küresel yönetim zemininin oluşmaması durumunda, ulus devletlerin koruyucu bariyerlerin arkasına çekilmesi ve çatışmaya devam etmesi muhtemel görünmektedir. Bu nedenle küresel yönetimin, uluslararası toplum için en iyiyi ortaya çıkardığı ve en kötü içgüdülerden kurtardığı düşünülmektedir (Barnett & Duvall, 2009).

Küresel Bir Sorun Olarak İklim Değişikliği

İklim değişikliği genel olarak, yağış, sıcaklık, rüzgar veya basınç gibi iklim öğelerinin ortalama durumundaki herhangi bir sistematik değişikliği veya istatistiksel olarak önemli varyasyonu tanımlamak için kullanılmaktadır. Diğer bir ifadeyle sıcaklık, yağış ve fırtına olaylarındaki artışlarla ilişkili olarak küresel hava durumunda meydana gelen uzun vadeli değişiklik olarak adlandırılmaktadır (Benson, 2008, s. 10). Çoğu zaman

küresel ısınma ve iklim değişikliği kavramları birbirinin alternatifi olarak kullanılmaktadır. Ancak bazı bilim insanları, belirli kavramsal uzantılarla onları farklılaştırmıştır. Küresel ısınmayı da kapsayan iklim değişikliği, gezegende meydana gelen daha geniş çaplı değişiklikleri ifade etmektedir (Kalhapure, vd., 2019, s. 2) ve bu sorun -iklim değişikliğinin etkisi- bugün dünyanın karşı karşıya olduğu en önemli çevresel problemlerden biri olarak görülmektedir (Owen & Hanley, 2004, s. 22).

İklim değişikliği, dünyanın ısınım dengesinde meydana gelen değişim ile açıklanmaktadır. Normal şartlarda yerküre/atmosfer sistemine gelen kısa dalgalı güneş enerjisi ile sistemin yansıtmış olduğu uzun dalgalı ısınım, yaşam koşulları açısından dengededir. Su buharı, karbondioksit, metan, azot protoksit ve ozon gibi doğal sera gazları, kısa dalga ısınım ile karşılaştırıldığında uzun dalgalı ısınım karşısında daha az geçirgendir. Böylece sera gazları aracılığı ile dünyadan yansıyan ısı enerjisi tutulmakta ve dünya daha fazla ısınmaktadır. Diğer bir ifadeyle, sera gazlarının olmadığı duruma göre dünya 33°C daha yüksek bir sıcaklığa sahip olmaktadır. Dünya üzerindeki yaşamı mümkün kılan bu etkiye doğal sera etkisi denilmektedir (Gündoğan vd., 2008, s. 5). Dünyanın atmosferi %78 azot, %21 oksijen ve %1 diğer gazlardan oluşmaktadır. Atmosferin sadece %0.03-0.04'ünü oluşturan karbondioksit ve %0 ila %2 arasında değişen su buharı diğer gazlardan daha önemlidir. Bu iki gazın üretmiş olduğu doğal sera etkisi olmasaydı dünya sıcaklığının kabaca -20°C olacağı ifade edilmektedir. Yoğun bir atmosferi muhafaza edemeyecek kadar küçük bir kütleyle sahip olan Mars gezegeninin atmosferi Dünya'ninkinden yaklaşık yüz kat daha incedir. Mars'ın ortalama yüzey sıcaklığı -50°C'dir ve bu nedenle az miktarda karbondioksit yerde donmuştur. Dünya ile yakın bir kütleyle sahip olan Venüs ise %96'sı karbondioksitten oluşan yoğun bir atmosfere sahiptir. Yoğun karbondioksit miktarı gezegenin ısınmasına neden olmaktadır. Venüs, + 460°C'nin üzerinde bir yüzey sıcaklığına sahiptir. Mars ve Venüs'te atmosferlerin farklı kalınlıkları ve görece sera gazı miktarları nedeniyle iklimler Dünya'ya göre daha durağandır. Dünya'daki karbondioksit ve su buharı miktarı sürekli değişebilmektedir. Bu nedenle doğal sera etkisi, Mars ve Venüs ile karşılaştırıldığında kararsız ve oldukça öngörülemez bir iklim sistemi üretmektedir (Maslin, 2004; Erat & Kaçer, 2021, s. 241).

Birçok bilim insanına göre dünyadaki sera gazlarının değişiklik göstermesinin temel nedeni insan faaliyetleridir. Özellikle Sanayi Devrimi'nden sonra petrol, gaz ve kömür gibi güç sağlayıcılarının evlerde, arabalarda ve fabrikalarda kullanımını atmosferdeki karbondioksit miktarında artışa neden olmuş ve gazların güneş ısısını daha fazla hapsedmesi gezegenin sıcaklığında belirgin bir artış meydana getirmiştir (Shaw, 2022). Karbondioksit, metan, azot oksit ve florlu gazların atmosferdeki yoğunluğu insan faaliyetlerinin bir sonucu olarak artmıştır. Karbondioksitin 2020 yılı itibarıyla atmosferdeki yoğunluğu sanayi öncesi (1750'lerden önce) seviye ile karşılaştırıldığında %48'e yükselmiştir. Daha küçük miktarlarda yayılan metan, atmosferik ömrü kısa olsa da karbondioksitten daha güçlüdür. Azot oksit ise atmosferde yüzyıllarca birikebilen uzun ömürlü bir gazdır. Kömür, petrol ve gaz karbondioksite; hayvancılığın artması metan salınımına; azot içeren gübrelerin kullanımını azot oksite neden olmaktadır. Böylece doğal olarak oluşan gazlara çok büyük miktarda sera gazı eklenerek sera etkisi ve küresel ısınma artmaktadır (EC, 2022a).

Ulusal Okyanus ve Atmosfer Dairesi, Ulusal Çevresel Bilgi Merkezleri'ndeki (National Centers for Environmental Information NCEI) bilim adamlarının yaptığı bir analize göre, geçtiğimiz 2021 tarihi 1880'e kadar uzanan en sıcak yıllar listesinde altıncı sırada yer almıştır. 2021'de Dünya'nın ortalama kara ve okyanus yüzey sıcaklığı, 20. yüzyıl ortalamasının 1,51 derece üzerinde gerçekleşmiştir. Aynı zamanda küresel sıcaklıkların 20. yüzyıl ortalamasının art arda üzerine çıktığı 45. yıl olmuştur. 2013-2021 yılları kayıtlara geçen en sıcak on yıl arasında yer almıştır (NOAA, 2021c). Gezegenin ısınması doğal olarak yerel ve bölgesel iklimleri etkilemektedir. Doğal koşullarda iklim

değişikliği yüzlerce ve binlerce yıldır gerçekleşen yavaş bir süreçken insan kaynaklı iklim değişikliği daha hızlı bir oranda gerçekleşmektedir (Harale & Kabure, 2022, s. 43). Yaygınlığı ve hızı gittikçe artan iklim değişikliğine bağlı olarak ısınmanın iki kat daha fazla olduğu kutuplarda permafrostun (donmuş toprak) sıvılaşması, mevsimlik kar örtüsünün kaybolması ve buzullar ile buz tabakalarının erimesi gibi önemli olaylar yaşanmaktadır. Küresel ısınma artan sıcak hava dalgalarına, daha uzun sıcak mevsimlere ve daha kısa soğuk mevsimlere yol açmaktadır. Dünyanın bazı bölgelerinde daha yoğun yağış ve buna bağlı sel, bazı bölgelerinde ise çölleşmeye yol açan daha fazla kuraklık olması muhtemeldir. İklim değişikliğinin etkileri karmaşıktır. Daha yüksek enlemlerde meydana gelen ısınma daha kısa kar mevsimleri anlamına gelmektedir, ancak daha sıcak hava daha fazla nem tutacağından, daha sıcak kış havası daha yoğun kar yağışlarına neden olabilir. Bu nedenle kış mevsimi daha kısa olabilirken, kar fırtınaları daha yoğun olabilir. Yağışların subtropikal alanların büyük kısımlarında azalması muhtemeldir. Kıyı alanları deniz seviyesinin yükselmesi tehdidi altındadır. Genel ısınma eğilimi, dünyanın farklı yerlerinde kalıcı donların erimesi, artan kar yağışları, daha fazla kuraklık, daha fazla sel ve genel olarak daha aşırı hava olaylarına neden olacaktır. İçine girdiğimiz yeni iklim rejiminin başta insan sağlığı olmak üzere göç, bitki üretkenliği, ekosistemlerin sürdürülebilirliği, yoksulluk, turizm, alg patlamaları, ekonomik performans, küresel tedarik zincirleri vb. birçok konuda olumsuz etkilerini gösteren birçok çalışma vardır (Short & Farmer, 2021, s. 1038).

Buzulların erimesi deniz seviyesinin yükselmesine, kıyı ve alçak alanların taşmasına ve erozyona neden olmaktadır. Şiddetli yağmur ve aşırı hava olayları daha sıkı hale gelmektedir. Bu durum sel baskınlarına, su kalitesinin düşmesine ve su kaynaklarının azalmasına neden olabilmektedir. Şimdiden bazı su kaynaklı hastalıkların ve hastalık vektörlerinin dağılımında değişiklikler olmaktadır ve sıcağa bağlı ölümlerin sayısında artış yaşanmaktadır. Birçok bitki ve hayvan türü iklim değişikliği ile başa çıkmakta zorlanmaktadır. Birçok kara, tatlı su ve deniz türü şimdiden yeni yerlere taşınmıştır. Küresel ortalama sıcaklıkların kontrolsüz bir şekilde yükselmesi durumunda, bazı bitki ve hayvan türlerinin yok olma riski artacaktır. İklim değişikliğine bağlı olarak Güney ve orta Avrupa'da sıcak hava dalgalarında sıklık, orman yangınları ve kuraklıklar görülmektedir. Akdeniz bölgesi giderek daha kuru hale gelmekte ve bu da onu kuraklık ve orman yangınlarına karşı daha da savunmasız hale getirmektedir. Kuzey Avrupa'da ise kış selleri yaygın hale gelmektedir. Şu an Avrupa'da her 5 Avrupalıdan 4'ünün yaşadığı kentsel alanlar sıcak hava dalgalarına, sele veya yükselen deniz seviyelerine maruz kalmaktadır. Gelişmekte olan ülkeler ise büyük ölçüde doğal çevrelerine bağımlıdırlar ve değişen iklimle başa çıkmak için en az kaynağa sahiptirler (EC, 2022b).

Dünyadaki tüm bölgeleri olumsuz bir şekilde etkileyen iklim değişikliği giderek daha ciddi bir soruna dönüşmektedir. Küresel ortalama sıcaklık, insan faaliyetleriyle 2019 yılında sanayi öncesi seviyelerin 1,1°C üzerine çıkmıştır. Sanayi öncesi dönemle karşılaştırıldığında 2°C'lik bir artışın çevre, sağlık ve refah üzerinde ciddi olumsuz etkiler neden olabileceği tahmin edilmektedir. Bu nedenle ısınmanın 2°C'nin altında tutulması ve 1.5°C ile sınırlandırılması gerektiği belirtilmektedir (EC, 2022a). Anılan hedefin gerçekleşebilmesi ise yine uluslararası toplumun uzlaşa zemininde ortak çabasına bağlıdır. Bunun önemli araçlarından biri de yönetim olarak görülmektedir.

Bir Fırsat Olarak Küresel İklim Yönetişimi

1896 gibi erken bir tarihte İsveçli bilim insanı Svante Arrhenius, atmosferin küresel iklimde ciddi değişikliklere neden olmadan emebileceği emisyon miktarında fiziksel bir sınır olduğunu göstermiştir. O tarihten sonra düzenli bir şekilde belirtilen sınıra yaklaşılmıştır. Ancak bu eğilimi tersine çevirmek için ihtiyaç duyulan altyapıyı

(kurumlar, normlar) sağlayacak, küresel olarak bu tür faaliyetlerden sorumlu olacak bir otorite veya hükümet mevcut değildir. Uluslararası sistemde böyle bir hükümet bulunmadığından, bunun yerine küresel yönetim kavramı önerilmiştir (Jagers & Stripple, 2003, s. 386). İklim değişikliğinden kaynaklanan zorlukların son derece önemli bir sorun teşkil etmesi ve iklim değişikliği siyasetinin uluslararası işbirliği açısından bir mihenk taşı haline gelmesi iklim değişikliğini küresel yönetim için kritik bir konu haline getirmiştir (Lederer, 2015, s. 3). Diğer bir ifadeyle, bugün dünyanın karşı karşıya olduğu büyük ve potansiyel olarak yıkıcı bir sorun olan iklim değişikliği, yalnızca çevresel bozulmaya/kıtlığa ve endüstriyel ülkeler arasındaki enerji ilişkisinde radikal reformlara zemin oluşturmamış, aynı zamanda uluslararası sistemde de değişikliklere yol açmıştır. BM Genel Sekreteri Ban Ki-Moon (2007-2016) bu durumu "iklim değişikliği jeopolitik manzarayı değiştiriyor" sözleriyle ifade etmiştir. Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi'ne göre, uluslararası toplum daha güçlü adımlar atmaz ise birçok tehlikeye yol açacak bir iklim değişikliği ile karşı karşıya kalacaktır. Bu nedenle dünya çapında dikkat çeken bir konu haline gelen iklim değişikliğinin neden olduğu zorlukların üstesinden gelmenin anahtarının uluslararası işbirliği veya toplu eylem olacağı geniş çapta kabul edilmiştir (Hongyuan, 2015, s. 424-425). Bu kabulün sağlandığı 1992 Rio Zirvesi, devletler arasında hükümetler arası müzakereleri merkez olarak alan bir iklim yönetim mekanizmasının başlangıcı olarak belirtilmektedir (Jiang & Li, 2020, s. 165). Bu tarihten sonra yaşanan gelişmeler şu şekildedir.

1992	Rio Yeryüzü Zirvesi 194 ülke ve Avrupa Birliği taraf olmuştur. İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi kabul edilmiştir (154 ülke taraf olmuştur). "Atmosferdeki Sera Gazı (GHG) konsantrasyonlarının stabilizasyonunu iklim sisteminde tehlike oluşturmayacak bir seviyede tutmak" temel amaç olarak belirlenmiştir.
1994	İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi yürürlüğe girmiştir.
1995	Birinci Taraflar Konferansı (COP1), Berlin, Almanya Berlin Buyruğu kabul edilmiştir. Kyoto Protokolü'nün (1997) kabul edilmesini sağlayan müzakereleri başlatmıştır.
1997	Üçüncü Taraflar Konferansı (COP3), Kyoto, Japonya 160'tan fazla ülke Kyoto Protokolü'nü imzalamıştır. Sanayileşmiş ülkeler, 2008-2012 dönemi için sera gazı salımlarını, 1990 yılına göre %5,2 oranında düşürmeyi taahhüt etmiştir.
1998	Dördüncü Taraflar Konferansı (COP4), Buenos Aires, Arjantin Kyoto kurallarının uygulanması için iki yıllık Eylem Planı kabul edilmiştir.
1999	Beşinci Taraflar Konferansı (COP5), Bonn, Almanya Önemli bir karara varılamamıştır. COP4'te belirtilen tarihte yetiştirebilmek için çalışma planı yoğunlaştırılmıştır.
2001	Yedinci Taraflar Konferansı (COP7), Marakeş, Fas Marakeş Anlaşmaları kabul edilmiştir. Kyoto Protokolü'nün uygulanması için varılan bir dizi anlaşmadır.
2005	Kyoto protokolü yürürlüğe girmiştir.
2007	11. Taraflar Konferansı (COP13/MOP3), Bali, Endonezya Müzakereler, sera gazı azaltısına ilişkin 2012 sonrası çerçeveye odaklanılmıştır.
2011	17. Taraflar Konferansı (COP17/MOP7), Durban, Güney Afrika 2015 yılına kadar tüm Taraflara uygulanabilir düzenlemeler (protokol veya yasal metin) oluşturulması hedefiyle Durban Güçlendirilmiş Eylem Platformu oluşturulmuştur.
2013	19. Taraflar Konferansı (COP19/MOP9), Varşova, Polonya Kyoto Protokolünün zengin ve fakir ülkeler arasında hiçbir ayırım olmaksızın BM iklim sözleşmesinin 195 tarafının "tümüne uygulanabileceği" temel ilkesini yeniden teyit edilmiştir.

2015	21. Taraflar Konferansı (COP21), Paris, Fransa İlk evrensel, yasal olarak bağlayıcı küresel iklim anlaşması olan Paris Anlaşması kabul edilmiştir. Bütün ülkeler ilk defa sera gazı emisyon azaltımı taahhüdünde bulunmuştur.
2016	Sera gazı emisyonlarının yarısından fazlasını (%55'ini) oluşturan en az 55 ülkenin anlaşmayı onaylamasıyla yürürlüğe girmiştir. 175 ülke temsilcisi tarafından imzalanmıştır.
2021	26. Taraflar Konferansı (COP26), Glasgow Paris Anlaşmasını uygulayan bir dizi kuralı kapsayan Paris Kural Kitabı tamamlanmıştır.

Kaynak: Hongyuan, 2015, s. 429'dan faydalanılarak oluşturulmuştur.

Tablo 1. İklim Yönetişiminin Gelişimi

İklim yönetişimi konusunda sadece görece daha önemli sayılabilecek gelişmelerin yer aldığı tablodan anlaşılacağı üzere, son 30 yıl iklim değişikliği ile başa çıkmak için yoğun ve sürekli uluslararası müzakerelerin yapıldığı bir dönem olmuştur (Maslin, 2020, s. 5-12). Yaşanan en son ve en önemli gelişme olan Paris Anlaşması, birçok kimsenin hemfikir olduğu ve 195 ülkeyi sera gazı emisyonlarını azaltmak için oldukça iddialı bir gündem etrafında birleştiren olağanüstü bir diplomatik başarı olarak görülmektedir (Jacobs, 2016).

Anlaşmaya giden süreçte yalnızca devletler ya da ulusüstü kurumlar etkili olmamış aynı zamanda planlı bir şekilde olmasa da yönetim kavramı içerisinde değerlendirilebilecek diğer aktörler de etkili olmuştur. Siyasallaşmaya başlayan ve küresel iklim yönetişimi kapsamında değerlendirilebilecek iklim hareketleri, Paris Anlaşmasına giden süreçte oldukça önemli rol oynamışlardır. Yaklaşık yirmi yıl ya da daha uzun bir süre, küresel ısınma başlı başına ayrı bir iklim savunuculuğu olmadığı için çevre hareketinin gündemindeki sorun alanlarından sadece biri olarak kalmıştır. Politika yönelimi, organizasyon yapısı ve seferberlik türü açısından farklılaşan, birçok aktörden oluşan iklim değişikliği hareketi, 2000'li yıllarda ortaya çıkmıştır. Bunlardan ikisi etkileri itibariyle daha dikkat çekicidir. En eski iklim ağlarından biri, 1989 yılında kurulan ve ilk yıllarından itibaren dünya iklim konferanslarına katılan İklim Eylem Ağıdır (Climate Action Network - CAN). 340 STK'nın bir araya gelerek oluşturduğu ve 2016 itibariyle 120 ülkede 1100'den fazla STK ile faaliyetlerine devam eden uluslararası bir ağ olan CAN (STGM, 2022), BM'nin iklim toplantılarında raporlar yayınlamakta, lobi faaliyetleri yürütmekte ve iklim eylemini savunmaktadır. Diğer bir önemli iklim hareketi, İklim Adaleti Şimdi!'dir (Climate Justice Now! - CJN!). İklim adaleti kavramını amaç edinen CJN! çatısı altında toplanan tüm dünyadaki ağlar, yalnızca uzman temelli aktivizmi değil, sokak gösterileri vb. iklim eylemlerini kullanmaktadır. Bu iki ulusötesi ağ, iklim aktivistlerine ulusötesi bir iklim hareketinin gelişiminin mümkün olabileceğini göstermesi açısından önemli bir fırsat sağlamıştır. Diğer taraftan Paris Anlaşması yaklaşırken, devletlerin yanı sıra iklim değişikliği konusu iş dünyası ve STK'lar gibi birbirine düşman olan grupları küresel bir amaç için bir araya getirmiştir (Dikmen, 2020, s. 70-71).

Jacobs'a göre (2016), Anlaşma aşlında devletlerin hiçbirinin yapmak istemediği bir şeyi yapmasını gerektirmektedir. Yerine getirebileceklerini bilmedikleri ve maliyeti bilinmeyen taahhütlerde bulunmaktan kaçınan devletler, sera gazı emisyonlarının mümkün olan en kısa sürede azaltılması hedefini belirlemişler ve yüzünlük ikinci yarısında bunları tamamen ortadan kaldırmayı taahhüt etmişlerdir. Hatta bundan daha ileri bir adım olarak anlaşma kapsamında, hükümetlerin her beş yılda bir emisyonları azaltmak için giderek daha iddialı hedefler belirlemesi gerekmektedir. Bu hedefler, yine her beş yılda bir gerçekleştirilen ve mevcut planların 2°C ve 1.5°C hedeflerinin ne kadar gerisinde kaldığını gösterecek olan bilimsel bir "stok sayımı"na dayanmalıdır. Bu nedenle Paris

Anlaşması, devletlerin hedeflerini düzenli olarak güçlendirmeleri için büyük bir baskı altına gireceklerini garanti etmektedir.

Devletlerin koşullarını kabul etmede isteksiz olmasına rağmen kendilerini buna tabi tutmayı tercih etmelerinin nedeni Jacobs'un "dörtlü ittifak" olarak adlandırdığı şeydir. 2009'daki başarısız Kopenhag Konferansının ardından, STK'lar, işletmeler, akademisyenler ve diğerlerinden oluşan gayri resmi bir küresel koalisyon, Paris Konferansının kabul edilebilir bir sonucunu belirlemek için bir araya gelmiş ve ardından devletlere bunu kabul etmeleri için büyük baskı uygulamıştır. Bu faaliyetin bir kısmı resmi olarak koordine edilmiştir; birçoğu ise bireysel örgütlerden ve koalisyonlardan gelmiştir. Ancak bunların birleşik etkisi, güçlü bir siyasi momentum meydana getirmiştir. Bu etkili ittifakın dört temel gücünden biri olan *bilimsel topluluğun* başını çeken Hükümetler Arası İklim Değişikliği Paneli / Panel on Climate Change (IPCC), özellikle 2013-2014 yıllarında yayınlanan Beşinci Değerlendirme Raporu ile iklim değişikliğinin etkilerini belirgin bir şekilde ortaya koymuştur. IPCC'nin raporu, iklim değişikliğine ilişkin bilimsel kanıtları yeniden siyasi gündeme getirmesiyle ittifakın ikinci gücü olan *ekonomik topluluk*, "çevre politikasının ekonomi için karşılanamayacak bir maliyet olduğu" şeklindeki ortodoks görüşü terk etmeye başlamıştır. Bir dizi ekonomist, araştırma enstitüsü ve İsveç, Norveç ve Birleşik Krallık hükümetleri tarafından iklim değişikliği ve ekonomik büyümeye ilişkin kanıtları yeniden incelemek için oluşturulan bir girişim olan Küresel Ekonomi ve İklim Komisyonu (Global Commission on the Economy and Climate), emisyonları azaltmanın sadece ekonomik büyümeyle uyumlu olmadığını, aynı zamanda daha düşük hava kirliliği, daha yaşanabilir ve ekonomik açıdan verimli şehirler, daha sürdürülebilir arazi kullanımı ve daha fazla enerji güvenliği ile daha iyi bir büyüme sağlayabileceğini kabul etmiştir. "yeşil büyüme" olarak ifade edilebilecek yaklaşımın yer aldığı Eylül 2014 tarihli komisyon raporu, dünya çapında yankı bulmuştur. Aynı dönemde yapılan bazı çalışmalarda iklim etkilerinin hem ürünler hem de yatırımlar üzerinde önemli riskler oluşturacağı öngörülmüştür. İngiltere'de iklim değişikliğinin finansal riskleri konusunda resmi çalışmalar yapılmaya başlanmıştır (Jacobs, 2016).

Bilimsel ve ekonomik topluluğun anlatılarının yayılması paralelinde iklim politikasına karşı çıkan *işletmeler* üçüncü güç olarak ittifaka eklenmiştir. Son on yılda, bir dizi önde gelen küresel şirket, güçlü iklim politikasının iş dünyasının çıkarına olduğunu kamuoyunda tartışmaya başlamıştır. İklim değişikliğinin dünya çapındaki tedarik zincirlerinde su ve gıda üretimini tehdit ettiği anlaşılmış ve yeşil ve yenilenebilir enerji politikasının gelişmesi büyüyen küresel bir pazar meydana getirmiştir. İklim politikasına bağlı rüzgar ve güneş enerjisi gibi yeni endüstriler oluşmuştur. İklim politikası lehine ve yeni bir uluslararası anlaşma için lobi yapmak üzere yedi küresel iş ve yatırımcı kuruluşunu bir araya getiren yeni bir küresel ağ olan We Mean Business kurulmuştur. 2014'e kadar 1.000'den fazla küresel şirket, hükümetlere "karbon fiyatlandırması" çağrısında; Mayıs 2015'e kadar 6,5 milyondan fazla işletmeyi temsil eden kuruluşlar, Paris'te iddialı bir iklim anlaşması için çağrıda bulunmuştur. İttifakın dördüncü gücü STK'lardır. STK'ların tek başına ya da koalisyon şeklinde milyonlarca ifade edilen destekçi sayılarıyla iklim değişikliğine neden olan faaliyetleri durdurmayı başarmıştır. 2010'dan sonra ABD ve Batı Avrupa'da yeni kömür üretimi fiilen terk edilmiştir ve dünya çapında yaklaşık projelendirilmiş bine yakın santral iptal edilmiştir. Kuzey kutbuna odaklanan Greenpeace, dünya çapında 7 milyondan fazla destekçi ile Shell'in petrol çıkarma planlarını durdurmuştur. Bir çevrimiçi kampanya organizasyonu olan Avaaz, istikrarlı bir şekilde küresel bir destekçi tabanı oluşturmuştur. Ayda bir milyon yeni destekçi kazanan ve çevrimiçi dilekçeler, e-posta kampanyaları ile sokak protestolarını kullanan topluluk Paris konferansı sırasında 42 milyon küresel destekçiye ulaşmıştır (Jacobs, 2016).

Uluslararası iklim değişikliğine ilişkin normları etkilemeyi amaçlayan hareketler bir araya gelerek toplu bir şekilde hareket etmemişlerse de her bir hareket kendi alanından katkı sunarak bunu başarmışlardır. Paris Anlaşmasıyla devletlerin zaman içinde karbonun vergilendirilmesi, fosil yakıtlar için sübvansiyonların azaltılması ve kömür kullanımının aşamalı olarak kaldırılması gibi benimsemeye isteksiz oldukları politikalara yönleneceğine neredeyse kesin gözüyle bakılmaktadır (Jacobs, 2016). Her ne kadar iklim değişikliği, birçok devlet lideri için hayatın tüm alanlarını kapsayan bir meydan okumadan ziyade yalnızca çevresel bir mesele olarak görülse de bu algının giderek değiştiği görülmektedir. Bilim insanlarının iklimin şimdi müdahale edilmesi gereken bir konu olduğunu kanıtlayıcı bir şekilde ortaya koymaları ve uzmanlar ile aktivistlerin bu kapsamda artan talepleri, politika yapım meselesine olumlu katkı yapmaktadır. Devletler iklim değişikliğini daha iyi ele almak için yapılarını değiştirmeye başlamışlardır. Birçok ülke iklim konusunu sadece çevre bakanlığı bünyesinde tutmaktan vazgeçmiştir. İklimin kendisi giderek müstakil bir politika alanına dönüşmektedir. Ancak tüm bu gelişmelere rağmen küresel düzeyde alınan kararların çoğunun zorunlu olmaması ve uygulamaların genel olarak iyi niyete dayanması devletlerin hareket alanını daha fazla genişletmektedir. Nitekim Paris Anlaşmasında da emisyon belirtme ve güncelleme koşuluna tek tek hükümetlerin ne ölçüde yanıt vereceği onların ayrıcalığı olmaya devam etmektedir. Diğer taraftan kağıt üzerinde, devlet dışı aktörleri önemli ortaklar olarak kabul eden BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi'ne rağmen gerçekte küresel karar alma süreçleri kapalı kapılar ardında gerçekleşmeye devam etmektedir. Gençler, bilim insanları ve kararlı iş liderleri bu alanlara erişmekte ve sonuçları etkilemekte zorlanmaktadır. Anılan grupların içerisinde yer aldığı yönetim modelleri tartışılrsa da bu tür çabaların daha sistematik hale getirilmesi ve gençlerin, yerlilerin ve diğer marjinal grupların daha fazla söz sahibi olabileceği politika alanları mevcut değildir. Sokaklardaki gençlik ve aktivistlerin, iklim müzakere odalarına olan mesafesi uzaktır (IPI Global Observatory, 2022).

Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi'ni uygulama aşamasına geçiren ve "Paris modeli iklim yönetişimi" olarak isimlendirilen yaklaşım, iklim değişikliğine karşı küresel bir savaş ilan etmiş ve bu alanda ilerleme kaydetmek için olanaklar sunmuştur. Fakat uygulama süreci şu anda yetersiz ve eksik görülmektedir. Pratikte işe yarayıp yaramayacağı konusunda endişeler söz konusudur. Mevcut durumda, prensipte, üzerine inşa edilebilecek, geliştirilebilecek ve bir dizi başka girişim tarafından tamamlanabilecek bir temel sunan Paris modelinin muhtemel başarısı, iklim yönetişimi sisteminin daha fazla geliştirilmesine bağlıdır. Taahhüt verme kuralları, devletlerin vaatlerinden sorumlu tutulmasını mümkün kılacak şekilde özellikle açık ve anlaşılır hale getirilmelidir. Şu anda ulusal taahhütler, verildiği ve uygulandığı devletlerin siyasetine bağlıdır. Devletlerin ciddi adımlar atması ve buna mecbur bırakılmasında iç siyasi dinamikler önemlidir. Bu durumda devletlerin içindeki belirli kurumların ve seçmenlerin yanı sıra bir dizi devlet-altı ve devlet dışı aktörün harekete geçirilmesi oldukça önemlidir. Anılan grupların spesifik olarak, çabalarını iddialı taahhütlerin verilmesine, bunların yerine getirilmesine ve politikacılardan hesap sormaya kaydırmaları gerekmektedir (Held & Roger, 2018, s. 534-536). Bu nedenle iklim yönetişiminin Paris Anlaşması'ndan sonra bile hala inşa aşamasında olduğu söylenebilir. Bu değişim tamamlanmış bir olay değil, devam eden, çelişkili ve ucu açık bir süreçtir. Buna göre, Paris Anlaşması iklim yönetişiminin son durağı olarak görülmemeli, iklim yönetişimi sürecindeki duraklardan sadece biri olarak anlaşılmalıdır (Dikmen, 2020, s. 76).

Sonuç

İklim değişikliği tartışmasız zamanımızın en zorlayıcı küresel sorunlarından biridir. Nükleer savaşla birlikte, bir bütün olarak gezegendeki insan yaşamının devamını makul bir şekilde tehdit edebilecek dünyanın tek meydan okumasıdır. Ölümcül sıcak dalgalarının, yangınların, kuraklıkların, sellerin, kasırgaların, tsunamilerin, ölen mercan resiflerinin ve diğer bozulan ekosistemlerin, eriyen buzların ve uzun bağışıklık alanlarını istila eden böceklerden kaynaklanan bulaşıcı hastalıkların artan sıklığı, şiddeti ve öngörülemesizliği belirgin bir şekilde ortaya çıkmıştır. Artan kanıtlar, kıyı kentlerin sular altında kalabileceğini, hatta ısınmanın ve dolayısıyla genişleyen ve yükselen denizlerin altındaki bazı küçük ada devletlerinin yok edebileceğini göstermektedir. İklim; yalnızca kısmen anlaşılmalı, yola bağımlı süreçler, kümülatif etkiler, doğrusal olmayan dinamikler, çoklu geri besleme mekanizmaları ve ani sistem değişimleri tarafından yönlendirilen karmaşık bir sistem olduğundan, kesin seyrini ve sonuçlarını tahmin etmek zordur (Kirtan and Kokotsis, 2015). Ancak başta tarım, ormancılık, enerji ve turizm gibi sıcaklığa ve yağışa dayalı sektörler olmak üzere iklim değişikliğinin birçok olumsuzluğu daha şimdiden birçok kesim tarafından anlaşılmalıdır.

İklim değişikliğinin olumsuzluklarının ortaya çıkması paralelinde bunun önüne geçme çabaları uluslararası toplumun gündemine girmeye başlamıştır. İklim değişikliğinin ülkelerin iç politikalarıyla çözebilecekleri bir mesele olmaması ve konuyu küresel düzeyde yönetecek bir otoritenin bulunmaması gibi sebeplerle konu ile ilgili küresel bir yönetim mekanizmasının kurulup kurulmayacağı gündeme gelmiştir. Bilimsel tartışmalar açısından, uluslararası aktörlerin bir araya gelerek küresel normlar oluşturmalarına ilişkin bir modelin kurulabilmesi oldukça güçtür. Ancak pratikte henüz inşa aşamasında olan bir iklim yönetimi sisteminden söz etmek mümkündür. İklim yönetiminin ilk adımı, konferans düzeyinde, birçok devletin katıldığı Rio Zirvesi ile başlamıştır. Uluslararası toplum tüm farklılıklara ve gerilimlere rağmen işbirliğinin mümkün olabileceğini görmüştür.

Rio Zirvesi'nden günümüze çevre ve iklim değişikliği konusunda uluslararası çabalar devam etmiştir. Bunların bir kısmından sonuç alınmasa da iklim değişikliğine ilişkin farkındalığın artmasına katkı sunmuştur. İklim değişikliğinin olumsuzluğunun giderek anlaşılmasıyla birlikte iklim değişikliği çevre konusunun bir parçası olmaktan çıkmış ve kendisi bir gündem olmuştur. Uluslararası toplumun diğer aktörleri küresel iklim politikalarını kendi alanlarından etkilemeye çalışmışlardır. Müstakil bilimsel çalışmaları bir araya getiren bilimsel topluluk, emisyonları azaltmanın büyümeyle ilişkisini ortaya koyan ekonomik topluluk, güçlü bir iklim politikasının iş dünyası açısından önemli olduğunu anlayan küresel şirketler ve uluslararası düzeyde etkileri gittikçe artan sivil toplum örgütleri iklim değişikliği konusunda daha ciddi adımların atılmasını talep etmişlerdir. Sonuç olarak, son 30 yılda iklim yönetimi konusunda gerçekleşen en önemli çaba olarak görülen Paris Anlaşmasına giden süreçte, ortak hareket etmemiş olsalar da örtük bir yönetim olarak adlandırılacak bir tarzda, ortak bir amacı taşıyan aktörler iklim yönetiminin en önemli aktörü olan devletleri etkileyebilmişlerdir. Böylece devletler Paris Anlaşması ile kendilerini bir takım yükümlülükler altına koymuşlardır. Ancak anılan aktörlerin kararları doğrudan etkileyebilme gücüne; sahip olduğu ve yükümlülükler, normlar ve politikalar konusunda etkili olduğu etkin bir küresel iklim yönetimi sistemi kurulamamıştır. Devletlerin taahhüt verme ve bunları uygulama konusunda hareket alanlarının geniş olması, yönetimin bir ön koşulu olan katılımçılık açısından önemli bir engeldir. Diğer taraftan hesapverilebilirlik mekanizmaları oldukça yetersizdir. Bu durumda devletleri ikna etme konusunda yalnızca uluslararası aktörlerin çabası yeterli değildir. Küresel iklim

yönetişimini besleyecek şekilde iklim değişikliği konusunun iç siyaset açısından da önemli bir gündem maddesi olması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- AÇA (2022). *Avrupa genelinde iklim tehlikelerinin sıklığı ve şiddetinin arttığını gösteren yeni bölgesel genel bakış yayımlandı*, Erişim tarihi: 11.02.2022, <https://www.eea.europa.eu/tr/highlights/avrupa-genelinde-iklim-tehlikelerinin-sikligi>
- BARNETT, M., DUVAL, R. (2009). *Power in global governance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- BENEDICT, K. (2001). Global governance. *International encyclopedia of the social & behavioral sciences* (6232-6237). Amsterdam: Elsevier.
- BENSON, N. (2008). Climate change. *Encyclopedia of global warming and climate change*. Nsikal Benson. California: SAGE Publications.
- BROWN, W. (2018). *Halkın çözülüşü*. İstanbul: Metis Yayınları.
- DİKMEN, B. A. (2020). Global climate governance between state and non-state actors: dynamics of contestation and re-legitimation. *Marmara University Journal of Political Science*, Cilt 8(Özel Sayı), 59-79. doi:10.14782/marmarasbd.763831
- DINGWERTH, K., PATTBURG, P. (2006). Global governance as a perspective on world politics. *Global Governance*. Cilt 12 (2), 185-203.
- Earth Overshoot Day (2022). *100 days of possibility*. Erişim tarihi: 11.02.2022, <https://www.overshootday.org/>
- EC (2022a). *Causes of climate change*. Erişim tarihi: 29.01.2022, https://ec.europa.eu/clima/climate-change/causes-climate-change_en
- EC (2022b). *Climate change consequences*. Erişim tarihi 29.01.2022, https://ec.europa.eu/clima/climate-change/climate-change-consequences_en
- ERAT, V., KAÇER, F. (2021). Küresel Isınma Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Çevre sorunları ve çözüm önerileri* (240-264). Ankara: Gazi Kitabevi.
- FINKELSTEIN, L. S. (1995). What is global governance?. *Global Governance*. Cilt 1(3), 367-372.
- GÜNDOĞAN, A. C., BAŞ, D., SAYMAN, R. Ü. (2008). *A'dan z'ye iklim değişikliği başucu rehberi*. Ankara: Bölgesel Çevre Merkezi.
- HARALE, N., KABURE, A. R. (2022). Increasing population; ration for climatic change. *Journal of Scientist Research*, Cilt 1(1), 40-44.
- HELD, D., ROGER, C. (2018). Three models of global climate governance:from kyoto to paris and beyond. *Global Policy*, Cilt 9(4), 534-536. doi:10.1111/1758-5899.12617
- HONGYUAN, Y. (2015). Evolution of the global climate governance system and its implications. *China Quarterly of International Strategic Studies*, Cilt 1(3), 423-446. doi: 10.1142/S2377740015500220
- IPI Global Observatory. Is the global climate governance system working?. Erişim tarihi: 11.02.2022, <https://6232-6237.theglobalobservatory.org/2021/11/is-the-global-climate-governance-system-working/>
- JACOBS, M. (2016). High pressure for low emissions: how civil society created the Paris climate agreement. *Juncture* Cilt 22(4), 314-323. doi: 10.1111/j.2050-5876.2016.00881.x
- JACOBS, M. (2016). High pressure for low emissions: how civil society created the paris climate agreement. *Juncture*, Cilt 22(4), 314-323. doi:10.1111/j.2050-5876.2016.00881.x

JAGERS, S. C., STRIPPLE, J. (2003). Climate governance beyond the state. *Global Governance*, Cilt 9(3), 385-399.

JIANG, S., LI, J. (2020). Global climate governance in the new era: potential of business actors and technological innovation. *Chinese Journal of Population, Resources and Environment*, Cilt 18 (3), 165-171. doi:10.1016/j.cjpre.2021.04.023

KALHAPURE, A. H., GAIKWAD, DD., SAH, D. TRIPATHI, A. (2019). Climate change: causes, impacts and combat with special referenceto agriculture - a review. *Current Advances in Agricultural Sciences*. Cilt 11(1), 1-10. doi: 10.5958/2394-4471.2019.00001.7

KIRTON, J. J., KOKOTSIS, E. (2015). *The global governance of climate change*. Burlington: Ashgate Publishing Company.

LEDERER, M. (2015). Global Governance . *Research handbook on climate governance* (3-13), eds. Bäckstrand, K., Lövbrand, E. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

MASLIN, M. (2004). *Global warming: a very short introduction*. Oxford: Oxford University Press.

MASLİN, M. A. (2020). The road from rio to glasgow: a short history of the climate change negotiations. *Scottish Geographical Journal*. Cilt 136(1-4) 5-12. doi: 10.1080/14702541.2020.1853873

NIC, EUISS (2010). *Global governance 2025: at a critical juncture*. Paris: EU Institute for Security Studies.

NOAA (2021a). *November 2021 was earth's 4th warmest on record*. Erişim tarihi: 11.02.2022, <https://www.noaa.gov/news/november-2021-was-earths-4th-warmest-on-record>

NOAA (2021b). *It's official: july was earth's hottest month on record*. Erişim tarihi: 11.02.2022. <https://www.noaa.gov/news/its-official-july-2021-was-earths-hottest-month-on-record>

NOAA (2021c). *2021 was world's 6th-warmest year on record*. Erişim tarihi: 13.01.2022, <https://www.noaa.gov/news/2021-was-worlds-6th-warmest-year-on-record>

OWEN, A. D., HANLEY, N. (Eds.). (2004). Introduction (22-26). *The economics of climate change*, London: Routledge.

ROSENAU, J. N. (1995). Governance in the twenty-first century. *Global Governance*, Cilt 1(1), 13-43.

SHAW, A. (2022). *Climate change*. Erişim 29.01.2022, <https://nationalgeographic.com/science/article/climate-change>

SHORT, J. R., FARMER, A. (2021). Cities and climate change. *Earth*. 2(4), 1038-1045.

STGM. Climate action network (CAN) - iklim eylem ağı". Erişim 11.02.2022, <https://www.stgm.org.tr/aglar-platformlar/climate-action-network-can-iklim-eylem-agi>

UN Committee for Development Policy. (2014). Global governance and global rules for development in the post-2015 era. United Nations publication.

WEISS, T. G. (2000). Governance, good governance and global governance: conceptual and actual challenges. *Third World Quarterly*. Cilt 21(5), 795-814.

Summary

Global governance is a current issue that has been discussed both politically and academically in recent years. There are many topics discussed in the context of global

governance such as migration, development, security. Climate change, which is the subject of this study, is an issue with a higher level of consensus when compared to other policy areas that are subject to global governance.

Especially after the Industrial Revolution, the problem of climate change, which emerged with human activities, is not limited to certain countries or regions, like other global problems, and is becoming more evident every day. According to the records kept for the last 142 years, the month of July with the highest temperature is in 2021. October and November of the same year experienced the fourth highest temperatures. Climate change has brought states face to face with problems that they have difficulty in coping with.

Although there is an effort to solve the problem, the absence of a single central structure to direct this will prevents an early solution. At this point, global governance, which is the subject of the study, emerges as a response/obligation developed by states and citizens to the transnational challenges they face. There is no agreed definition of global governance. In general terms, global governance is defined as all institutions, policies, norms, procedures and initiatives that seek to bring greater predictability, stability and order to the responses of states and citizens to transnational challenges. In this context, it is assumed that states can bring stability and order to their institutions, policies and norms through effective global governance to be established on the basis of international cooperation.

Collaboration efforts on climate change, which started with the 1992 Rio Summit, have continued for thirty years. The latest and most important development is the Paris Agreement. With this agreement, 195 countries agreed to reduce greenhouse gas emissions. In the process leading to the agreement, only states or supranational institutions were not effective. At the same time, although not in a planned way, other actors that can be evaluated within the concept of governance have also been influential. Climate movements, which started to become politicized and can be evaluated within the scope of global climate governance, played a very important role in the process leading to the Paris Agreement. Climate Action Network and Climate Justice Now! Such transnational networks have provided an important opportunity for climate activists to demonstrate that the development of a transnational climate movement is possible. As the Paris Agreement approached, the climate change issue brought together hostile groups such as the business world and NGOs, as well as states, for a global purpose.

A coalition of scientists, NGOs, businesses and others gathered in the lead up to the Paris conference. They then pressured states for acceptable results of the agreement. This combined effect created a strong political momentum. The aforementioned actors did not act jointly in the process leading up to the Paris Agreement, which is seen as the most important effort on climate governance in the last 30 years. However, in a manner that can be termed as implicit governance, actors with a common goal were able to influence states, which are the most important actors of climate governance. Thus, the states have put themselves under certain obligations with the Paris Agreement.

The approach called "Paris model climate governance" declared a global war against climate change and offered opportunities to make progress in this field. However, the implementation process is currently seen as insufficient and incomplete. There are concerns as to whether it will work in practice. The success of the Paris model depends on further development of the climate governance system. The Paris Agreement, which is seen as a success in terms of global governance, is not a final point and shows that global climate governance is still under construction. Despite the UN Framework Convention on Climate Change, in reality, global decision-making processes continue to take place behind closed doors. Scientists, business people, youth, locals and other marginalized groups have difficulty influencing access and outcomes in these areas. While the governance models in which these groups are involved are debated, systematizing such efforts is imperative for climate change, a major and potentially devastating challenge facing the world.

Afrika Birliği'nin Kurumsal Reformlarının Başarı Düzeyleri Üzerine Bir İnceleme

Mouhamed Bachir DIOP*

Öz

Afrika Birliği'nin 2016 yılı öncesinde de reform yapmayı amaçlayan birçok girişimi olmuş ve bu girişimler sonucunda Birlik, yeteri kadar tecrübe edinmiştir. Bu reformların bazıları yönetimin yasama boyutunu, bazıları örgütün idari yönünü içerirken, bazı reformlar da yargı boyutunu kapsamıştır. Afrika Birliği liderleri, önceki tüm reform girişimlerinin hedeflenen amaçlara ulaşmadığı tespitiyle, 2016 yılında Afrika Birliği kurumları için yeni bir reform projesi başlatmıştır. Bu çalışmanın amacı, Afrika Birliği'nin 2016 yılında başlattığı yeni reform projesinin gerekçelerini, bugüne kadar elde edilen sonuçları ve projenin önündeki en önemli engelleri analiz etmektir. Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde Afrika Birliği'nin kurumsal reformunun gerekçeleri, ikinci bölümünde ise reformların sınırlılıkları ele alınmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde reform sürecindeki zorluklar incelenmiştir. Çalışmanın son bölümünde ise reformların mevcut başarı düzeyleri analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Afrika Birliği, kurumsal reformlar, Afrika Birliği Komisyonu, Afrika Gündemi 2063, bölgesel örgütler

A Study on the Levels of Success of Institutional Reforms of the African Union

Abstract

The African Union has known many reform experiences which aimed to reform the union. Some of these reforms include the Union legal framework aspect, others include only the administrative aspect, while some reforms combine the objective and formal aspects simultaneously. In the last reform launched in 2016, the African Union leaders have targeted the Union institutions, after noticing that all previous reform attempts did not produce the expected objectives. In this article, we evaluated this project in order to find out its justifications, achievement, and the most important obstacles facing the project.

Keywords: African Union, institutional reforms, African Union Commission, African Agenda 2063, regional organizations



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 15.04.2022

Kabul/Accepted: 02.08.2023

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.1104001>

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İİSBF, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü,
İstanbul, Türkiye. E-posta: mbdiop@gelisim.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2273-4243>

1. Giriş

Afrika Birliği Örgütü (AfBÖ)'nün Afrika Birliği (AfB)'ye dönüşümü, Afrika kıtasını güçlendirme ve kıtada çağlar boyunca var olan zorluklarla yüzleşmeye yönelik önemli bir girişim olarak görülmektedir. Esasen AfBÖ, Afrika gerçekliğini karşılayan güçlü kurumlar altında bütünleşmiş bir siyasi birlik sağlayarak, o dönemde kıtanın başta gelen sorunu olan sömürgecilik olgusuna son vermeye yönelik çareler üzerinde çalışmıştır. AfBÖ yetkilileri, Batı sömürgecilerine direnen tüm Afrika ülkelerinin bağımsızlığının teminine yönelik mücadelenin ciddi zorluklar içerdiğinin farkına varmışlar ve bu bağlamda örgütün misyon ve hedeflerini yeniden düzenlemek gerektiğini belirtmişlerdir. AfB'nin kurulmasıyla sonuçlanan bu süreç, yeni örgütlenmenin kavramsal ve işlevsel çerçevesinde büyük çapta değişikliklerin gerçekleştirilmesini zorunlu kılmış ve buna yönelik yeni fikirler ve vizyonlar geliştirilmiştir(mekte)dir.

Afrikalı liderler, bu niteliksel dönüşüm sürecinde, kıtanın karşı karşıya olduğu temel zorluklar altında meselenin; siyasi, ekonomik, güvenlik yönlerini dikkate alan ve kapsamlı Afrika entegrasyonunu sağlamayı amaçlayan önemli ve resmi değişiklikler yapmayı öngörmüştür. AfB, çağdaş yerel ve uluslararası gerçeklere ayak uydurmak, küreselleşme eğilimlerine, demokratik kurumların ve insan haklarının güçlendirilmesi konusundaki gereklere uyum sağlamak için AfBÖ Şartı'nda yer almayan bazı ilkeleri, AfB Kurucu Antlaşması'na dâhil etmiştir.

Afrikalı liderler, AfB'nin kuruluşundan bu yana on yıldan fazla bir süre geçmiş olmasına karşın, örgütün performansının kurumsal ve yapısal sorunlar nedeniyle yeterli olmadığını fark etmiştir. Kurumsal reformlarının gerekliliği ve aciliyeti nedeniyle, 2016 yılında, AfB'nin kuruluşu ve reform planının ana hatları daha sonra Ocak 2017'de Addis Ababa'da düzenlenen bir zirvede kabul edilmiştir. Keza bu zirvede bu yeni örgütün eskisinden tümüyle farklı rol ve işlevler üstlenmesi ve bu kapsamda, özellikle de, kapsayıcı ekonomik büyüme ve kalkınma için Afrika Gündemi 2063 vizyonunu gerçekleştirmesi kararlaştırılmıştır.

2. Konunun Önemi ve Sınırlılıkları

Afrika ülkeleri, çözüm bulamadıkları birçok sorun ve krizle karşı karşıya kalmaktadır. Bu nedenle kıtanın siyasi, ekonomik ve güvenlik sorunlarını çözebilecek uluslarüstü bir örgütlenmeye ihtiyacı olduğu söylenebilmektedir. Bu sorunlarla baş edebilmek için AfB kurumlarının esnek olması ve kıtadaki gelişmelere uyum sağlayabilmesi gerektiği bilinmektedir. Bu makale, AfB'nin idari yapılarını karakterize eden karmaşıklık sorununu çözmeye katkıda bulunan yeni yaklaşımları belirginleştirme ve AfB'nin yapısal sorun nedeniyle hedeflerine ulaşmasının önündeki engellerin ortaya çıkarılmasına yönelik bir girişimdir. Bu çerçevede, araştırmamız 2016'dan beri AfB'nin başlattığı ve büyük bir kısmı 2021'de yürürlüğe giren reformlara bağlı kalmaktadır.

3. Amaç

AfB'nin kurumlarında reform yapma süreci, Birlik'in kurulduğu hedefler ile Afrika gerçeğini dengeleme mantığından hareket etmektedir. Bu eğilim, Afrika gerçekliğinde olumlu bir değişim yapma adına Afrikalı liderlerin benimsedikleri yeni yaklaşımlara ciddi bir şekilde bakmamızı gerektiriyor. Buna bağlı olarak, bu makale aşağıdaki hedefleri gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır:

- a. AfB'nin kuruluşuna eşlik eden reform süreçlerinin tarihsel arka planını netleştirmesi.
- b. Son reformları engelleyen en önemli zorlukların belirlenmesi.

c. AfB'nin son reform süreçlerinde elde ettiği başarıların düzeyinin değerlendirilmesi.

4. Sorular

Makalenin tanımlayıcı analitik yaklaşımına bağlı olarak aşığıdaki sorular cevaplanmaya çalışılmaktadır:

- 1- AfB'yi reformları gerçekleştirmeye iten en önemli nedenler ve bağlımlar nelerdir?
- 2- AfB'nin kurumsal reformlarının önündeki en önemli engeller nelerdir?
- 3- AfB'nin kurumsal reformlarının ulaştığı başarı düzeyi nedir?

5. Varsayımlar

AfB'nin kuruluşundan bu yana kıtanın liderleri, birçok kez hem idari hem de yasal yönle odaklanan yapısal reformlar yapmaktadır. Bu durum da Birlik'in uygulamadaki performans seviyesinin hala sınırlı ve hedeflenen seviyenin altında olduğunu göstermektedir. Bu nedenle bu makalede aşığıdakileri varsaymaktayız:

- a. AfB'nin performans zayıflığının nedeni yapısal karmaşıklık ile karakterize edilmektedir.
- b. AfB'nin kurumsal reformunun önündeki engeller, birden fazla olgudan oluşmaktadır.
- c. AfB içindeki kurumsal reform süreçleri kapsayıcı değildir.

6. Yöntem

AfB'nin ele aldığı olgular çeşitlidir ve yenilenmektedir. Bu nedenle, bu reformları araştırmak, AfB'nin karşı karşıya olduğu zorluklara yanıt verme yeteneğinin düzeyini anlamak için Birlik'in kurumsal yapılarını ve bu olgularla ilişkisini incelemeyi gerektirir. Ayrıca bu reformlar ışığında AfB tarafından benimsenen yeni yaklaşımlar analiz edilmektedir. Bu makalede, AfB'nin başlangıcından bu yana geçirdiği aşamaların genel bağlamını ele alan tanımlayıcı analitik yöntem benimsenmiştir.

7. Veri Toplama Tekniği

Bu araştırmada, AfB'nin yapısal reform projesine ilişkin hazırladığı özel raporlar, Birlik'in iç raporları, basında yer alan ana kaynaklar, bu reformların önde gelen yetkililerinin açıklamaları ve röportajlarının yanı sıra nitel analiz yöntemi benimsenmiştir. Bu veriler, araştırmanın nihai çıktılarına ulaşılmasını sağlamaktadır.

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde Afrika Birliği'nin kurumsal reformunun gerekçeleri, ikinci bölümünde ise reformların sınırlılıkları konuları ele alınmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde reform sürecindeki zorluklar incelenmiştir. Çalışmanın son bölümünde ise reformların mevcut başarı düzeyleri analiz edilmiştir.

8. AfB'nin Kurumsal Reformunun Sınırlılıkları

Baştan vurgulamak gerekir ki bu reformlar, Afrikalı yetkililerin AfB'yi yeniden düzenlemek için yaptığı ilk deneme değildir. İlk girişim, Temmuz 2007'de Akra Deklarasyonu'nda AfB Devlet ve Hükümet Başkanları Konferansı'nın talebi üzerine yapılan yapısal incelemelerdir. İkinci girişim ise 2013 yılında, Nijerya Devlet Başkanı Olusegun Obasanjo'nun AfB için fon ve finans kaynakları aramayı amaçlayan teklifi

çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. 2015 yılında Afrika Gündemi 2063'ü benimsemek için başka bir girişim daha yapılmış ve AfB'nin yeniden yapılandırma fırsatı ilk kez bu girişimle elde edilmiştir (Turianskyi & Gruzd, 2019: 9). Bu son reform da Afrika kıtasının uzun vadeli ekonomik, sosyal ve bütünleştirici dönüşümünün temeli olarak kabul edilebilmektedir. AfB Komisyonu, Afrika Gündemi 2063 programının ilk on yılına ilişkin uygulama planını hazırlamakla görevlendirilmiştir. Ancak AfB Komisyonu'nun şimdiye kadarki önerilerinin mevcut reform çabalarında önerilenlerden çok da farklı olmadığı söylenebilecektir.

AfB'nin reform planlamaları, öncelikli görevler kapsamında yeni gündem için pusula görevi görecek dört alan belirlemiştir. Bunlar, siyasi meseleler, barış ve güvenlik, ekonomik bütünleşme ve kıtanın genel temsilidir. AfB'nin kuruluşundan bu yana bu meselelere ilişkin olarak gerçekleştirdiklerinin, AfB'nin ilan ettiği hedeflere oldukça uzak olduğu görülmektedir. Bu nedenle Afrikalı liderler, Ruanda Cumhurbaşkanı'nın reform sürecinin yönetimiyle ilgili tüm yönlerin doğru bir şekilde teşhis edilmesi gerektirdiğine ilişkin nihai raporu üzerine süreci sonlandırmıştır. Kurumsal reform sürecine liderlik etmekle görevlendirilen Ruanda Cumhurbaşkanı Paul Kagame (2017), raporunda dört ana hedefe işaret etmektedir. Bunlar:

a. AfB'nin külfetli önceliklerini azaltmak suretiyle; 'Barış ve Güvenlik, Siyasi Meseleler, Ekonomik Entegrasyon ve Uluslararası Temsil' şeklinde dört başlık altında belirlenmesi,

b. Bu hedeflere ulaşmak için örgütün kurumsal ve yönetsel yapılarının yeniden düzenlenmesi,

c. Finansal yeterliliğin sağlanması yönünde adımlar atılması ve

d. AfB'yi etkin ve verimli bir şekilde yönetmektir.

Bu hedefler, açık biçimde, AfB'nin önceliklerinin yeniden düzenlenmesi gerektiğine işaret etmektedir. Bununla birlikte ilan edilen yeni önceliklerin amacının, bu hedeflere ulaşmak için uygun bir iklim yaratmak olduğunu söylemek mümkündür. Bu çerçevede Afrikalı liderler, istişarelerin ardından kurumsal reform meselesinin örgütün etkinliğinin temel taşı olduğuna karar vermiş ve önerilen reform sürecinin kapsayacağı ana alanlara odaklanan tavsiyeleri içeren bir rapor hazırlamışlardır. Bu raporda yer verilen hususlar özetle aşağıdaki gibidir:

a. Örgütün çalışmalarının odağının yeniden belirlenmesi: Buradaki amaç, Birlik'in çabalarının dağınık olmamasını ve Afrika vatandaşları için fark yaratacak önceliklere odaklanmasını sağlamaktır. Bir diğer amacı ise Birlik, bölgesel ekonomik topluluklar ve üye devletler arasında bir iş bölümünün teminidir.

b. Örgütün Yeniden Yapılandırılması: Bu alan, AfB Komisyonu ve ana organlarının yapıları ve ihtisaslaşmış teknik ajansları üzerinde anlaşmaya varılan önceliklere odaklanacak şekilde yeniden düzenlenmesini içerir.

c. İdari Reform: Bu alan, en iyi Afrikalı profesyonellerden oluşan verimli ve etkili bir komite oluşturmayı ve AfB organlarından ve uzman teknik ajanslarının etkili ve verimli biçimde çalışmasının sağlanmasına yönelik tedbirleri içerir. Bunun yanı sıra, karar alma sürecinin kalitesini ve etkisini artırmak, konferans kararlarının zamanında uygulanmasını sağlamak için AfB Zirvesi'nin çalışma yöntemlerini güçlendirme önlemlerini de kapsar.

d. Mali Kaynaklar: Bu alan, mali bağımsızlığın sağlanması, mali yönetimin ve hesap verebilirliğin güçlendirilmesini içerir.

9. AfB'nin Kurumsal Reformunun Gerekçeleri

Birçok barış ve güvenlik sorunuyla karşı karşıya kalan AfB'nin, Afrika'daki en ciddi ve örgütün aktif rol oynaması beklenen krizlere odaklanması gerektiği açıktır. Bu nedenle, bu reformların başlatılması, örgütün ilerlemesi için bir neden olabilecek temel bir ayağı ve radikal bir süreci oluşturmaktadır. Örgütün performans düzeyinin, bu reformları gerçekleştirmeyi gerektiren ve bu bağlamda etkili bir kurumsal reformu gerekli kılan gerekçeler aşağıda sıralanmıştır.

9.1. Bürokrasinin Ağırlığı

AfB'nin, selefi AfBÖ'nün bıraktığı ağır mirası kararlı ve etkili bir şekilde ele alamadığı söylenebilir. AfB'nin yaygın olarak kabul gören zorluklarından biri, AfB Komisyonu, üye devletler ve bölgesel ekonomik topluluklar (Regional Economic Committees-RECs) arasındaki koordinasyon eksikliği olmuştur. Bu durum, kıta politikasının geliştirilmesi ve uygulanmasını derinden etkilemektedir. Sonuç olarak, Paul Kagame ve ekibinin hazırladığı rapor AfB'nin görevini layıkıyla yapamadığını işaret etmektedir. Raporda, örgütün siyasi kolu (iki yılda bir düzenlenen zirvelerde bir araya gelen ve alınan kararları oylayan liderler) ile teknik kolu (AfB Komisyonu) ve örgütün faaliyet gösterdiği çeşitli organlar arasında, Afrika Barış ve Güvenlik Konseyi ile Afrika Parlamentosu gibi, gerilim olduğu belirtilmektedir. Mevcut düzenlemelere bakıldığında, AfB'nin 11 organının, 31 ihtisas teknik kurumunun ve 20 üst düzey komitesine ek olarak, hâlihazırda sekiz müdürlüğü ve 31 daire ve başkanlığının bulunduğu görülmektedir (Chekol, 2020: 36). Örgütün yönetim organlarındaki bu çeşitliliğin AfB'nin etkinliğini sağlayan bir güç unsuru olması yerine, örgütün idari kollarında bir tıkanıklık ve performansında bir ağırlık oluşmasına neden olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

9.2. Siyasi İradenin Zayıflığı

Siyasi iradenin zayıflığı, örgütün önündeki en büyük engellerden birini oluşturmaktadır ve AfB'nin ortaya çıkışına her aşamada eşlik eden bu olgunun tek bir nedenini belirlemek zordur. Nitekim bu hususa, bu reformların lideri Paul Kagame'nin raporunda da şu cümlelerle yer verilmektedir: "Siyasi iradenin yokluğunda, reformlarla ilgili birçok proje ve birçok rapor fiilen ölüdür" (Aglieti, 2021). Esasen, Afrika ülkelerindeki zayıf siyasi iradenin nedenleri konusundaki görüşler de farklılık göstermektedir. Ancak, nihai analizde, Afrikalı liderlerin baskın görüşleri, bu sorunu kıta halklarının zayıf temsil düzeyine bağlamaktadır. Belki de bu, gençlerin ve kadınların rolünü güçlendirmek ve tüm AfB'nin kurumlarında gençlere ve kadınlara yönelik kotalar belirlemek için Birlik'in kurumsal reformunun ana hükümleri arasında "Afrikalılarla doğrudan bağlantı" maddesinin dâhil edilmesini açıklamaktadır. Buna ek olarak özel sektörün katılımını sağlamak için uygun yol ve araçlar belirlenmelidir (Kagame, 2017: 2).

9.3. Finansal Bağımlılık

AfB'nin %80'inden fazlasını oluşturan dış mali desteklere (Aglieti, 2021), bağımlı olan bütçesini güvence altına almak için yabancı başışçılara ihtiyacı olduğu söylenebilir. Ancak, dış başışçılara bağımlılık ve onlara karşı duyulan aşırı güven, kurumun üye devletlerine karşı olan sorumluluklarını yerine getirmesinin önünde bir engel olmuştur. Keza bu durum örgütün kuruluş amaçları ve üye devletlerin hedefleriyle uyuşmayacak farklı çıkarlara yönelmesi anlamı da taşımaktadır. Ayrıca bu durum, AfB'nin yeterince açık, şeffaf ve hesap verebilir bir kurum olmadığına ve üye devletlerin yıllık katkı

paylarının %40'ından fazlasının ödenememesine de bir açıklama getirmektedir. Bu durumda örgütün, kıtadaki barış operasyonlarının maliyetlerinin finansmanında sıkıntılar yaşamasına neden olmaktadır. Bu nedenle liderler, 2015 Başkanlar Konferansı'nda barış operasyonlarının maliyetlerinin yalnızca %25 kadarını finanse etmeye ve bunu başarmak için Kıtaya Barış Fonu'na 2021 yılına kadar 400 milyon dolarlık taksitler halinde hibe vermeye karar vermiştir (ONU. 2021). Bu idari, siyasi ve mali boşluklar, Afrika Birliği hakkında tekrarlanan ve birbirini takip eden özel raporların ortaya koyduğu gibi, AfB'nin kurumsal reformlarının bir gereklilik olduğunu göstermesi açısından yeterlidir.

10. Reformların Mevcut Başarı Seviyesi

Ocak 2017'de düzenlenen Başkanlar Zirvesi'nde Afrikalı liderler, önceden belirlenmiş reformların uygulanması için bir eylem planı geliştirdiler. Uygulama Planı'nda, reformların büyük bir kısmının Ocak 2018'deki 30. zirveye kadar hazır olması gerektiği, geri kalanının ise Ocak 2019'da düzenlenecek 31. zirveye yetiştirilmesi gerektiği belirtildi. Şubat 2021'de, AfB'nin Kurumsal Reform Uygulama Birimi'ne başkanlık eden Kamerun'un eski Dış İlişkiler Bakanı Pierre Mokoko Mbongo, "Haziran 2016'da başlayan sürecin sonuna geldik" yorumunu yaparak (Dougueli, 2021) Şubat 2021'deki AfB'nin son zirvesi olan Başkanlar Konferansı'nda, Başkan Paul Kagame tarafından sunulan ilerleme raporunu memnuniyetle karşıladı ve bu konudaki ilerlemeyi takdire şayan buldu (Assembly of the Union, 2021). Reformların bazı sonuçları, mevcut Komisyon Başkanı Mohammed Moussa El Faki'nin ikinci döneminin başlamasıyla birlikte yürürlüğe girdi. 2021'de Birlik Zirvesi tarafından kabul edilen eylem planında yer alan kurumsal reform alanları aşağıdaki unsurları içermektedir:

- Kıta ölçeğinde kilit önceliklere odaklanmak,
- AfB kurumlarının yeniden düzenlenmesi,
- AfB'yi vatandaşlarla buluşturmak,
- AfB'nin çalışmalarını verimli ve etkin bir şekilde yönetmek,
- AfB'yi sürdürülebilir şekilde finanse etmek,
- Mevcut reformların uygulanması.

Bu konuda 30'dan fazla farklı tavsiye resmi olarak kabul edilmiş ve bu tavsiyeler, Paul Kagame (2018) tarafından belirtildiği gibi beş ana alanda gruplandırılmıştır. Gerçekleştirilen bir dizi reformun bir kısmı yürürlüğe girmiş, bir kısmı ise uygulamanın son aşamasına getirilmiştir. Bunlardan en önemlileri arasında şunlar yer almaktadır:

10.1. Delege Sayısını Azaltmak

AfB'nin kurumsal reformlarının bir parçası olarak, Barış ve Güvenlik Komiseri ile Siyasi İşler, Ekonomik Kalkınma, Ticaret ve Sanayi Komiseri tek bir kurumda birleştirildi ve komisyon üyesi sayısı sekizden altıya indirildi (African Union Assembly, 2018).

10.2. Kadın ve Erkek Eşitliği

AfB'nin kuruluşundan bu yana devam eden en önemli tartışma konularından biri, kadınların zayıf temsilidir. Bu fenomenin, örgüt içinde kadınlar ve erkekler arasında neredeyse ayrımcılığa varan bir marjinalleştirmeye yol açtığını söylenebilir. Bu sebeple, son kurumsal reformlar bu konuyu dikkate almış ve örgütte her iki cinsiyet için fırsat eşitliğini sağlamak için komisyon başkanının veya vekilinin kadın olmasını zorunlu hale getirmiştir.

10.3. Başkanlar Zirvesi'nin Yılda Bir Kere Düzenlenmesi

AfB'nin en yüksek kurumu, Afrika Devlet Başkanlarının Zirvesi, yılda iki kez düzenlenen Başkanlar Zirvesi'dir. Son düzenlemelerle zirve sadece bir kez yapılacak; ikinci yıllık olağan zirve, AfB ile Bölgesel Ekonomik Kuruluşlar arasında bir koordinasyon toplantısına dönüşürülecektir. Bu yönelimin amacı, AfB ve Afrika Bölgesel Örgütleri arasında kıtanın yararına ortak hedeflere yönelik işbirliği ve uyumu sağlamaktır.

10.4. Tek Tıp Vergi

Finansal bağımsızlık konusu ciddiyeti nedeniyle kurumsal reformların gündeminde güçlü bir şekilde yer almaktadır. Bunun nedeni, yalnızca örgütün kararlarını herhangi bir dış etkiden uzak tutmasının temel taşı olduğu için değil; aynı zamanda kıtanın güvenlik ve istikrar operasyonlarını tam olarak finanse ederek kıtanın güvenliğini sağlamaktır. Temmuz 2016'da Afrikalı liderler, diğer bölgesel kuruluşlarda başarıyla kullanılan bir formül olan, üye devletler için uygun ithalatlardan %0,2'lik bir vergi ile birliği finanse etme planını kabul etmiştir (African Union Assembly, 2017). 16 Haziran 2020 itibarıyla, 55 ülkeden yalnızca 17'si, AfB'yi mali açıdan daha kendi kendine yeterli hale getirmek için tasarlanmış ithalatta yüzde 0,2'lik bir vergi uygulamıştır (Byiers & Miyandazi, 2021: 4). Bu sayı beklentileri karşılamıyorsa da bu iradenin başarısının olumlu bir işaretidir.

10.5. Barış Fonunun Kurulması

Barış Fonu, 9 Temmuz 2002 tarihinde AfB Barış ve Güvenlik Konseyinin Kurulmasına İlişkin Protokolün 21. maddesi uyarınca 30 Mayıs 2017 tarihinde bağımsız bir fon olarak resmen kurulmuştur (African Union, 2021). Başkanlar Konferansı, 2017'de Barış Fonu'na 325 milyon dolar, 2020 yılına kadar %0,2'lik ithalat vergisinde toplam 400 milyon dolar vermeye karar vermiştir. Ancak şimdiye kadar Afrika ülkelerinden sadece 60 milyon dolar toplanabilmiştir (Le Monde, 2021). Fonun kurulmasının amacı, AfB'nin Afrika'daki ilgili barış ve güvenlik faaliyetlerini finanse etmek için AfB Üye Devletleri ve diğer ortaklardan kaynakları seferber etmek ve bir havuzda toplamaktır.

10.6. Alınacak Kararların Destek ve Uygulama Yapılarının Oluşturulması

Başkanlar Konferansı, kurumsal reform çabalarının bir parçası olarak, kararların sürekliliğini ve etkin bir şekilde uygulanmasını sağlamak için Ocak 2017'de, önceki mevcut ve gelecekteki AfB başkanlarını bir araya getiren üçlü bir yapı oluşturmaya karar vermiştir. Konferans, Ocak 2018'de yapıyı genişletme kararı almıştır. 2016 yılında üye devletlerden on maliye bakanından (F10) oluşan kurumsal yapı daha sonra AfB'nin bütçesi ve finansmanı üzerinde gözetim sağlamak üzere on beş maliye bakanından oluşan bir komiteye (F15) genişletilmiştir.

10.7. NPCA (Planlama ve Koordinasyon Ajansı) ve NEPAD (Afrika'nın Kalkınması için Yeni Ortaklık) kurumlarının birleştirilmesi

NPCA-NEPAD'ın iki kurumunu birleştirme kararı, 2018'de Nouakchott'taki AfB'nin 31. Zirvesi'nde alınmış ve iki kurum AUDA-NEPAD (Afrika Birliği Kalkınma Ajansı Planlama ve Koordinasyon Ajansı)'a dönüşmüştür (AUDA-NEPAD, 2019). Bu adımda, Afrikalı yetkililer, özellikle Afrika Kıtasal Serbest Ticaret Bölgesi'nin resmi olarak yürürlüğe girmesinden sonra, Afrika'nın ekonomik entegrasyon sürecini yeni

mekanizmalarla desteklemeyi ve 55 ülke ve 1,2 milyar insandan oluşan entegre bir kıta pazarına olanak tanımayı öngörmüştür. Bu sayı 2050 yılına kadar 2,5 milyara yükselecektir (Byiers & Miyandazi, 2021: 4).

11. Reform Sürecindeki Zorluklar

AfB'deki tüm reform deneyimlerinde, kıta liderlerinin amaçladığı hedeflere ulaşılmasını engelleyen benzer zorluklar ortaya çıkmıştır. Liderler tarafından başlatılan reformların başarıya ulaşmamasının temel nedeni, hedeflerin gerçekleştirilmesine engel teşkil eden, henüz ortadan kaldırılmamış büyük zorluklar yerine küçük sayılabilecek konulara odaklanılmasıdır. Esasen, AfB'nin karşı karşıya olduğu en önemli iki ana zorluk, yasal boşluklar ve siyasi irade zayıflığıdır.

11.1. Yasal Boşluklar

AfB'nin kurulması, bir bakıma, Avrupa Birliği'nin (AB) şekline uyma girişimidir. AB deneyimi, ulusüstü yasal yetkiden yararlanmada gelişmiş bir model olmanın yanı sıra yasal ve siyasi bir etkili kurumdur. Bu kurumsal yapı ayrıca üye devletlerden bağımsızdır (Babarinde, 2007: 8). Bu yapı, antlaşmalarda yer alan direktiflere uygun olarak Avrupa Topluluklarının hedeflerine ulaşmasına hizmet etmektedir. Kurumun işlevlerini yerine getirmesini ve amaçlarına ulaşmasını sağlamak için üye devletler, gönüllü ve kalıcı olarak egemenliklerinin bir kısmından vazgeçmiştir. Ancak AfB'nin Kurucu Antlaşması, ulusüstü özelliklere sahip olmayan ve yasalarını Afrika anayasal ilkeleri diyebileceğimiz kadar, devletler üzerinde uygulanabilir kılan bir yasanın temel kriterini netleştiren bir metin değildir. Bu durum, devlet egemenliğinin mutlak korunması ilkesine bağlılığı engellemiş ve AfB kurumlarının felce uğramasına neden olmuştur.

Bu bilgiler ışığında, AfB'nin geleneksel durumunu aşmak istiyorsa, AB'nin izinden gitmesinin ve tecrübesinden faydalanmasının gerekli olduğu söylenebilir. Buna ek olarak, kurumlarına daha fazla yetki vermesi ve AfB hukukunu üye devletlerin kanunlarına üstün kılması gerekmektedir.

11.2. Siyasi İrade Zayıflığı

Kurucu devletlerin tek taraflı siyasi iradesi, reform projeleri için gerçek başarının sağlanmasında büyük bir zorluk teşkil etmektedir. Örneğin, mali reform açısından bu son reformlar bağlamında, Mısır ve Güney Afrika gibi etkili mali katkı sağlayan ülkeler, Kigali Kararı'nın mevcut haliyle uygulanmasına karşı olduklarını resmi olarak dile getirmişlerdir. Öte yandan, AfB'nin Üye Devletleri sadece Komisyon Başkanını seçme yetkisiyle sınırlı olmayıp, aynı zamanda Başkan Yardımcısını ve Komiserlerin her birini doğrudan seçmektedir. Bu durum, komiseri atama veya görevden alma yetkisi olmayan komiserin yetkisini zayıflatmıştır.

Bu durum, 2007 yılında Nijeryalı Adebayo Adige tarafından imzalanan bir raporda sorun olarak tanımlanmıştır. Ancak bu soruna çözüm getirilmemiştir. Haziran 2018'de yapılan olağanüstü zirvede, reform teklifinde sorun yeniden gündeme getirilmiş ancak ülkelerin çoğunluğu, komisyon başkanının geniş yetkilere sahip komisyon üyelerini atama ve görevden alma yetkisine sahip olması fikrine karşı çıkmıştır. Ayrıca komiseri ülkelerin egemenliğini test edebilecek güce sahip bir aşırı yetkili haline getirebilme fikri, bazı ülkeler tarafından tamamen reddedilmektedir. Bu tür itirazların çoğu zaman ikna edici gerekçeleri olmayıp temelinde örgüt ve üye devletleri için büyük bir meydan okuma teşkil etmektedir.

12. Sonuç

Son kurumsal reform projesini öncelerden farklı kılan en önemli boyut, bu sefer Afrikalı liderlerin buna hazır bulunma coşkusudur. Bu durum, yasama organıyla ilgili bazı tavsiyelerin hızla kabul edilmesine ve bazılarının iki yıldan kısa bir sürede yürürlüğe girmesine neden olmuştur. Ancak, bu reformların iddialı hedeflerine ulaşma şansı oldukça tartışmalıdır. Bunun nedeni, projenin, AfB içindeki herhangi bir reform sürecinin başarısını sağlamak için kuruluşa ve bunların üstesinden gelmek için ülkelere dayatılan önemli ve resmi zorlukların varlığına ek olarak, kuruluştaki ele alınmamış temel eksikliklerin gözden kaçırılmasıdır. Her zaman olduğu gibi, Afrikalı liderlerin AfBÖ'nü AfB'ne dönüştürmeye sevk eden gerekçeleri, bugün AfB'nin önüne sunulan gerekçelerin neredeyse aynısıdır. Bu, Afrikalı liderlerin, Birlik'in kuruluşundaki hedeflere ulaşmak için hem objektif, hem de biçimsel açıdan Birlik'i geliştirmenin yollarını bulmaya çalışması gerekliliği sonucunu ortaya koymaktadır.

KAYNAKÇA

African Union, (2021) Instrument relating to the African Union Peace Fund URL: <https://au.int/en/documents/20180118/instrument-relating-african-union-peace-fund>
Accessed: 03- 09-2021

African Union Assembly, (2018) "Decision on the Institutional Reform"
Ext/Assembly/AU/Dec.1(XI), in Decisions of the 11th Extraordinary Session of the
Assembly, Addis Ababa, <https://au.int/en/node/36422> Accessed: 11-03-2022
Dernier vue 12-12-2021

African Union Assembly, (2017) Decision on the Outcome of the Retreat of the
Assembly of the African Union on the Institutional Reform of the African Union
[https://au.int/sites/default/files/decisions/32520-sc19553_e_original_-
_assembly_decisions_621-641_-_xxviii.pdf](https://au.int/sites/default/files/decisions/32520-sc19553_e_original_-_assembly_decisions_621-641_-_xxviii.pdf)

AGLIETI, S. (2021) Les pays de l'Union africaine se penchent sur la réforme de
l'institution à Kigali, Jeune Afrique, URL :
[https://www.jeuneafrique.com/435999/politique/pays-de-lunion-africaine-se-
penchent-reforme-de-linstitution-a-kigali](https://www.jeuneafrique.com/435999/politique/pays-de-lunion-africaine-se-penchent-reforme-de-linstitution-a-kigali) Dernier vue 02-09-2021

Assembly of the Union (2021) Decisions, Declaration, Resolution and Motion,
Thirty-Four Ordinary Session URL: [https://au.int/sites/default/files/decisions/40231-
assembly_au_dec_796_-_812_xxxiv_e.pdf](https://au.int/sites/default/files/decisions/40231-assembly_au_dec_796_-_812_xxxiv_e.pdf) Dernier vue 12-12-2021

AUDA-NEPAD (2019) Annual Report 2019, URL:
[https://au.int/sites/default/files/documents/38048-doc-2019_auda-
nepad_annual_report_en_final_31.1.2020_web_version.pdf](https://au.int/sites/default/files/documents/38048-doc-2019_auda-nepad_annual_report_en_final_31.1.2020_web_version.pdf), Accessed: 02-09-2021

BABARINDE, O. (2007) The EU as a Model for the African Union: the Limits of
Imitation, Jean Monnet/Robert Schuman Paper Series Vol. 7 No.2, Florida: European
Union Center

BIYERS, B., MIYANDAZI, L. (2021) Balancing Power and Consensus:
Opportunities and Challenges for Increased African Integration Author(s): Stable URL:
<https://www.jstor.org/stable/resrep30935> Accessed: 11-04-2022

CHEKOL, Y. (2020) African Union Institutional Reform: Rationales, Challenges
and Prospects, Insight on Africa 12 (1) 29-44.

DOUGUELI, G. (2021) Ce que la réforme de l'Union africaine va changer, URL :
[https://www.jeuneafrique.com/1116815/politique/ce-que-la-reforme-de-lunion-
africaine-va-changer/](https://www.jeuneafrique.com/1116815/politique/ce-que-la-reforme-de-lunion-africaine-va-changer/) Dernier vue 02-09- 2021

KAGAME, P. Report on the Proposed Recommendations for the Institutional Reform of the African Union, URL: <https://au.int/sites/default/files/documents/33273-doc-report-institutional-reform-of-the-au.pdf> Accessed: 12-01-2022

KAGAME, P. (2017) Report on the Implementation of the Decision on the Institutional Reform of the African Union, URL: <https://au.int/sites/default/files/documents/33272-doc-au-reform-implementation-report-july-2017-final-v2.pdf> Accessed: 23-04-2022

KAGAME, P. (2018) Building a stronger African Union, Unleashing Africa's Inner Strengths: Institutions, policies, and champions, Chapter 1, URL: <https://au.int/sites/default/files/documents/35364-doc-kagame-reforms-article-by-kagame-brookings-institute.pdf> 11 Janvier 2018

Le Monde, (2021) L'Union africaine adopte certaines des réformes proposées par Paul Kagame, URL : https://www.lemonde.fr/afrique/article/2018/11/19/l-union-africaine-adopte-certaines-des-reformes-proposees-par-paul-kagame_5385420_3212.html, Dernier vue 03-09-2021

TURIANSKYI, Y. & GRUZD, S. (2019) Occasional Paper, The Kagame Reforms of the AU: Will They Stick? South African Institute of International Affairs (2019) Stable URL: <https://www.jstor.org/stable/resrep25888> Accessed: 11-04-2022.

UN, (2021), Conseil de sécurité: le financement des opérations de paix de l'Union africaine, au cœur de son partenariat « stratégique » avec l'ONU, URL : <https://www.un.org/press/fr/2018/cs13428.doc.htm> Dernier vue 02-09-2021
Dernier vue 02-12-2021

Summary

The transformation of the Organization of African Unity (OAU) to the African Union (UA) is seen as an important initiative to strengthen the African continent and to confront the challenges that have existed on the continent for ages. Essentially, the OAU has worked on many options to put an end to colonialism, which was the main problem of the continent for a long period, by providing an integrated political union under strong institutions that meet with the African reality. The OAU officials realized that the struggle for the independence of all African countries against Western colonialists faced serious difficulties which need to reorganize. This process led to the establishment of the AU and necessitated major changes in the conceptual and functional framework of the new organization. African leaders have realized that although more than ten years have passed since the establishment of the AU, the organization's performance has not been adequate due to institutional and structural problems. Due to the necessity and urgency of its institutional reforms, in 2016, the AU outline its reform plan which was later adopted at a summit held in Addis Ababa in January 2017. The most important aspect that makes this institutional reform project different from the previous ones is the enthusiasm of African leaders. This has led to the rapid adoption of some legislative recommendations, and some of them enter into force in less than two years. However, the chances of these reforms achieving their ambitious goals are highly questionable. This is because the project overlooks key unaddressed shortcomings in the organization, in addition to the existence of significant and formal challenges posed to the organization and countries to overcome them to ensure the success of any reform process within the UA.

Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Öğrencilerinin COVID-19 Pandemi Sürecinde Gerçekleştirilen Uzaktan Eğitim Hakkındaki Görüşleri: İstanbul Gelişim Üniversitesi Deneyimi

Aylin KOÇ*

Öz

Bu çalışmada pandemi sürecinde İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri programında eğitim alan öğrencilerin uzaktan eğitim hakkındaki görüş ve düşünceleri araştırılmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiş ve öznel yaşantı (fenomenolojik) desen kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak veri tekniklerinden mülakat (görüşme) tekniği kullanılmış, bu tekniğin bir türü olan yarı yapılandırılmış mülakat tekniği uygulanmıştır. Verilerin analizi aşamasında betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Araştırma sonucunda uzaktan eğitim uygulamaları kapsamında üniversitenin sunduğu uzaktan eğitim sistemi ve öğretmenlerin verdikleri eğitimler hakkında katılımcıların görüşleri genel olarak olumlu değerlendirilmiştir. Bireysel performanslarını etkileyen faktörler hakkındaki görüşleri ise başlarda sıkıntı yaşamalarına rağmen ilerleyen zaman da sisteme alıştıkları ve ev ortamında zamandan tasarruf ederek derslere katılım sağladıkları konusunda ortak düşünceleri ortaya çıkmaktadır. Uzaktan eğitim sistemindeki sorunlar ve çözüm önerilerine karşı asenkron derslerin de sisteme yüklenmesi gerektiği, ders sürelerinin daha kısa olması ve erken saatlerde derslerin başlamaması gerektiği konusunda hem fikirdirler.

Anahtar Kelimeler: Uzaktan eğitim, Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri, COVID-19, pandemi, İstanbul Gelişim Üniversitesi

Hair Care and Beauty Services Students' Opinions about Distance Education During the COVID-19 Pandemic: Istanbul Gelisim University Experience

Abstract

In this study, the opinions and opinions of the students who were trained in the Hair Care and Beauty Services Program of Istanbul Gelisim University, Vocational School of Health Services during the pandemic process were investigated. Qualitative research method was preferred and subjective life (phenomenological) pattern was used in the study. Interview (interview) technique was used from data techniques as a data collection



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 06.08.2021

Kabul/Accepted: 16.05.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.979808>

* Öğr. Gör., İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Programı, İstanbul, Türkiye. E-posta: akoc@gelisim.edu.tr

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6431-6210>

tool and semi-structured interview technique, which is a type of this technique, was applied. Descriptive analysis technique was used during the analysis phase of the data. As a result of the research, the opinions of the participants about the distance education system offered by the university and the trainings provided by the instructors within the scope of distance education applications were generally evaluated positively. Although they initially had difficulties with the factors affecting their individual performance, they also got used to the system and had common thoughts about saving time in the home environment and participating in the courses. They agree that asynchronous courses should also be uploaded to the system against problems and solutions in the distance education system, that the course duration should be shorter and that the lessons should not start in the early hours.

Keywords: Distance education, Hair Care and Beauty Services, COVID-19, pandemic, Istanbul Gelisim University

1. Giriş

Dünya genelinde bireylerin sağlığını ve hayatını tehlikeye sokan sağlık problemleri tarih boyunca kendini göstermiştir. Örneğin uzak doğu ülkelerinde SARS hastalığının ortaya çıkması, göçmen kuşlar ile bulaşan kuş gribi (H5N1) virüsü, domuz gribi olarak bilinen H1N1 salgını (Korkmaz Özcan & Aydın, 2015) ve son olarak 2019 yılının Aralık ayında Çin'in Wuhan Kentinde ortaya çıkan ve tüm dünyaya yayılan ve COVID-19 adı verilen Korona virüstrür. Ateş, öksürük, yorgunluk, ishal ve kusma gibi klinik semptomlarla kendini gösteren ve ortaya çıkan korona virüsü kısa zamanda yayılmış, bütün dünyayı etkisi altına almış ve dünya genelinde global bir sorun haline gelmiştir. Vaka sayılarının hızla artması ve buna bağlı ölümlerin de artması ile birlikte Dünya Sağlık Örgütü 11 Mart 2020'de pandemi olarak ilan etmiştir (Bağcı, Uzun, & Bostan, 2020). Salgının büyümesi ile birlikte ekonomik yaşamın etkilenmesinin yanı sıra sosyal yaşamda olumsuz etkilenmiştir. Salgından negatif etkilenen sektörlerin yanında eğitim- öğretim süreci de pandemiden olumsuz etkilenmiştir. Dünya genelinde okullar ve yükseköğretim kurumları hızla kapanmış ve 191 ülkede 1.570 milyondan fazla öğrencinin eğitim-öğretim faaliyetlerinin bu salgından etkilendiği belirtilmiştir (UNESCO, 2020). Salgın insan hayatını bütün yönleriyle etkilemekle kalmayıp, ülke güvenliğini ve yönetimlerini etkileyen, tehdit eden önemli bir unsur haline gelmiştir (Atam, Widodo, & Risman, 2020).

Ülke yönetimleri salgının hızını en aza indirmek için sektörel bazda tedbirlerin yanı sıra, eğitim sürecinde de öğrenciler arası yayılma hızını en aza indirmek adına eğitim-öğretim faaliyetlerine konvansiyonel sistemler yerine uzaktan devam etme kararlarını almışlardır (Unesco, 2020). 2019-2020 bahar dönemi ortalarında uzaktan eğitim programları oluşturularak dersler uzaktan eğitim sistemine bağlı olarak işlenmiştir.

Türkiye'de 12 Mart 2020 tarihinde alınan kararla 16 Mart 2020 tarihinden itibaren eğitim-öğretime bir hafta ara verilmiş ve 23 Mart 2020 tarihinden itibaren öğrencilerin dönem kaybetmemesi ve mezuniyet durumlarının uzamaması için hızlıca uzaktan eğitim sistemine geçilmiştir (Brooks, ve diğerleri, 2020) (Owusu-Fordjour, Koomson, & Hanson, 2020).

Uzaktan eğitim-öğretim yüz yüze gelme zorunluluğunun bulunmadığı, zaman ve mekândan bağımsız, sanal ortamda gerçekleşen eğitim-öğretim sistemidir (Enfiyeci & Büyükalın, 2019).

Uzaktan eğitim ilk olarak 1700 yılında mektupla eğitim modeli ile başlamıştır. Günümüzde ise bütün dünyada televizyon ve internet teknolojileri aracılığıyla da eğitimlerin verilmesine devam edilmektedir (Gökdaş & Kayri, 2005).

Uzaktan eğitim yöntemi klasik eğitimde yaşanan sorunları en aza indirmek veya ortadan kaldırmak için geleneksel eğitim sistemine entegre edilmiştir. Uzaktan eğitim sisteminin amacı eğitimdeki masrafları en aza indirmek, hayat boyu eğitim ve eğitimde fırsat eşitliğini sağlamaktır.

Türkiye’de Milli Eğitim Bakanlığı himayesinde EBA (Eğitim Bilişim Ağı) uzaktan eğitim sistemi bulunmaktadır. Pandemi döneminde Milli Eğitim Bakanlığı bir hafta içinde sistemi daha da geliştirmiş ve uygulamaya başlanmıştır. Üniversiteler ise kendi uzaktan eğitim sistemi alt yapısına sahiptir. Üniversitelerde bazı dersler uzaktan eğitim sistemi ile hali hazırda verilmektedir. Bu nedenle pandemi döneminde üniversiteler mevcut uzaktan eğitim sistemlerini daha da geliştirmiş, tüm akademisyenlerin ve öğrencilerin kullanacağı şekilde düzenlemişlerdir. Uzaktan eğitim sistemi alt yapısına sahip olmayan üniversiteler ise alt yapı oluşturarak uzaktan eğitim sistemine geçiş yapmışlardır. Lakin uzaktan eğitim sistemi pandemiden önce sadece teorik derslerde uygulanırken pandemi döneminde uygulamalı derslerde de uzaktan eğitim modeline geçilmiştir. Uygulamalı dersler noktasında zorluklar oluşsa da kısa sürede akademisyenler ve öğrenciler sisteme alışmıştır (Akçay & Gökçeşlan, 2016). Bu noktada yükseköğretim kurumları ders, sunum formatını ve ders işleyiş akışını kısa sürede ve önemli ölçülerde yenileme çalışması yapmışlardır. İnternet erişimine imkân sağlayan teknolojik cihazlar vasıtasıyla eş zamanlı (senkron), farklı zamanlı (asenkron) ortamlarda öğrenme deneyimi sunan (Xudong & Liu, 2020) üniversiteler, akademisyenler ve öğrencilerin beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılayabilecek şekilde çalışma prensiplerini hızla değiştirmek zorunda kalmışlardır.

Pandemi döneminde virüsün hızlı yayılımını engellemek, bulaş riskini en aza indirmek, kontrol ve önlemler alabilmek için uçuşların sınırlandırılması, sınır kapılarının kapanması, kamusal önlemler, alışveriş merkezlerinin kapanması, sokağa çıkma yasakları, zorunlu karantina süreçleri (Çobanoğlu, 2020) ve eğitim öğretim sisteminde uzaktan eğitime geçilmesi kriz döneminde adeta bir rehber olmaktadır. Pandemi döneminde eğitim paydaşlarının olası benzer krizlerde kısa zamanda yapabilecekleri hazırlıkları, atılacak adımları ve alınan önlemleri ölçme ve değerlendirme imkânı sağlamıştır.

Diğer ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de uzaktan eğitim sistemine hızlı bir geçiş yapılmıştır. Bu sürece alışmak hem öğretmenler hem öğrenciler hem de veliler için zorlu bir süreç olsa da kısa süre içinde benimsenmiştir. Uzaktan eğitim sürecini etkin ve verimli kullanan Milli Eğitim Bakanlığı ve Yüksek Öğrenim kurumları bu konuda da aşama kaydetmiştir.

İstanbul Gelişim Üniversitesi bünyesinde eğitim öğretim faaliyetlerine devam eden öğrenciler ve akademisyenler pandemi sürecinde “öğrenim yöntemi sistemi olan ALMS (Learning Management System)” ve “Google Meet” uzaktan eğitim platformları üzerinden senkron ve asenkron olarak eğitim-öğretim faaliyetlerini sürdürmüştür. İstanbul Gelişim Üniversitesi bünyesinde öğrenim yönetim sistemi ALMS uzaktan eğitim süreçlerinin yürütülmesi amacıyla geliştirilmiş bir öğrenim yönetim sistemi platformudur. Bu sistem vasıtasıyla öğrenciler derslere uzaktan katılma imkânı bularak, ders materyallerine, verilen ödev ve projelere, okuma metinlerine, ders videolarına, konu sonu testlerine ve ihtiyaç halinde ilgili dersin yöneticisi akademisyenlerine, diğer öğrencilere forum ve mesaj gibi uygulamalarla ulaşabilmektedir (İstanbul Gelişim Üniversitesi, 2021). Öğrenme yönetim sisteminin yanı sıra (ALMS), Google Meet platformu da akademisyenlerin on-line ders açabileceği bir platformdur.

Bu araştırmada İstanbul Gelişim Üniversitesinde öğrenim gören Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Programı öğrencilerinin pandemi sürecinde almış oldukları uzaktan

eğitim uygulamalarına yönelik görüş ve düşünceleri ele alınmıştır. Bu bağlamda katılımcılara öğrenim gördükleri İstanbul Gelişim Üniversitesi tarafından uygulanan uzaktan eğitim sürecine yönelik kurumları (iguzeb), akademisyenleri, dersleri ve bireysel performanslarını etkileyen olumlu olumsuz durumları, uzaktan eğitimde yaşanan sorunlar ve bu sorunların giderilmesine dair önerileri ile ilgili sorular yöneltilerek cevaplamaları istenmiştir.

Pandemi sürecindeki uzaktan eğitim ile alakalı görüşleri ve düşünceleri, ilgili kuruma, akademisyenlere, öğrencilere ve okuyuculara uzaktan eğitim sistemi ile bilgiler verilmesi benzer eğitim süreçlerine yönelik çalışma ve uygulamalar için ön bir bilgi sunması hedeflenmiştir.

2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın yöntemi, çalışma grubu, veri toplama aracı ile araştırmanın sınırlılıklarına bu bölümde yer verilmiştir.

Bu çalışmada nitel yaklaşım tekniklerinden biri olan mülakat tekniği tercih edilmiştir. Nitel araştırmalar bireylerin hayat biçimlerini, deneyimlerini öznel verilerle ve yorumlayıcı bir bakış açısıyla inceleyen bir yöntemdir. Nitel araştırma yöntemi katılımcının sürece dair algısı, araştırma konusuna yönelik bakış açısı hakkında daha net fikir elde edebilmesine olanak sağlamaktadır. (Saruhan & Özdemirci, 2018).

Araştırmada önce literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Daha sonra sözlü iletişim aracılığıyla veri toplama tekniği olan mülakat tekniği ve derinlemesine soruların sorulduğu yarı yapılandırılmış mülakat tekniği uygulanmıştır.

Yarı yapılandırılmış mülakat tekniği yüz yüze görüşme ile katılımcıya resmi bir soru listesi takip etmeden hazırlanan soruları yöneltmek amacıyla gerçekleştirilen nitel veri toplama tekniklerinden biridir. Amaç katılımcının baskı altında kalmadan duygu ve düşüncelerini açıkça ifade etmesine fırsat vermektir (Özen, 2010).

3. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubu amaçlı örnekleme yöntemi ile belirlenmiş olup, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu'nda 2020-2021 bahar yarıyılında eğitim öğretim gören Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Programında eğitim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Tüm katılımcıların çalışmaya katılım göstermesi hedeflense de öğrenciler zaman ve mekân sorunlarını dile getirmiştir, bu sebeple çalışma grubu 13 öğrenciden oluşmuştur.

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Program
G.1	30	K	Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Programı
G.2	52	K	Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Programı
G.3	40	K	Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Programı
G.4	40	K	Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Programı
G.5	53	K	Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Programı
G.6	22	K	Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Programı
G.7	30	K	Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Programı
G.8	20	K	Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Programı
G.9	20	K	Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Programı
G.10	20	K	Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Programı
G.11	31	E	Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Programı
G.12	21	K	Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Programı
G.13	21	K	Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Programı

Tablo 1. Katılımcı profili

Tablo 1'de verilen bilgilere göre çalışmaya katılan öğrenci grubu 20-53 yaş aralığında ve 12 kadın 1 erkek öğrenciden oluşmaktadır. 5 öğrenci 2. Sınıfa kayıtlı olup, diğer 8 öğrenci ise 1. Sınıfa kayıtlıdır. Öğrencilerin eğitim aldıkları program Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri ön lisans programıdır.

4. Verilerin Toplanması

Çalışmada nitel araştırmada kullanılan yöntemlerden biri olan mülakat (görüşme) tekniği ve soruların derinlemesine sorulduğu ve sohbetle esneklik payı bırakan yarı yapılandırılmış mülakat tekniği uygulanmıştır (Saruhan & Özdemirci, 2018). Uygulanan görüşme tekniğinde, içinde bulunduğumuz mücbir sebepten dolayı pandemi tedbirleri göz önünde bulundurularak, katılımcılara telefon, Google form ve e-mail gibi görsel ve işitsel iletişim araçları vasıtası ile ulaşılmıştır.

Araştırmanın verilerini toplamaya başlamadan önce İstanbul Gelişim Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu Etik Kurulundan onay (2021/31) ve gerekli izinler alınmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilere oluşturulan soru formunun amacı, katılımın gönüllülük esasına dayandığı, bilgilerin gizli tutulacağı ve araştırma sonucunda ele edilen verilerin yalnızca bilimsel amaçlı kullanılacağı ifade edilmiştir. Çalışmanın tüm aşamalarında Helsinki Bildirgesi'ndeki (20178) etik ilkelere uyulmuştur.

Hazırlanan görüşme formu 10 Ağustos-28 Ağustos tarihleri arasında katılımcılarla iletişim kurulmuş ve bu bağlamda çalışmaya yönelik veriler elde edilmiştir.

Sorular literatür taraması yapıldıktan sonra hazırlanmıştır. Bu çalışmada pandemi döneminde saç bakımı ve güzellik hizmetleri programında eğitim gören öğrencilerin almış oldukları uzaktan eğitim dersleri ve uygulamaları ile alakalı düşünceleri ve görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Uzaktan eğitim dersleri ve uygulamaları kapsamında araştırma soruları;

• Uzaktan eğitim sürecinde İstanbul Gelişim Üniversitesi ALMS (learning manegement system) sisteminden verilen uzaktan eğitim ile ilgili görüşlerini paylaşır mısınız?

• Eğitimcilerin uzaktan eğitim sürecinde uyguladıkları eğitim yöntemleri ve uygulamaları hakkında ne düşünüyorsunuz?

• Uzaktan eğitim sürecinde bireysel performansını olumlu ya da olumsuz etkileyen unsurlar oldu mu varsa nelerdir?

• Uzaktan eğitimde yaşanan sorunlar ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerileriniz var mıdır?

5. Verilerin Analizi

Çalışma sonunda elde edilen verilerin analizi aşamasında, nitel araştırma analiz tekniklerinden biri olan betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Betimsel analiz yaklaşımında amaç gözlem ve görüşme sonucu elde edilen verilerin düzenlenmiş ve yorumlanmış bir şekilde okuyucuya sunulmasıdır. Veriler daha önceden belirlenmiş temalara göre sınıflandırılır, özetlenir ve yorumlanır. Bulgular arasında neden-sonuç ilişkisi kurulur ve gerekirse olgular arasında karşılaştırmalar yapılır (Yıldırım & Şimşek, 2008).Görüşmeler sürecinde yöneltilen sorular ya da boyutların neticesinde verilerin analiz edilebildiği bu teknikte, görüşme sağlanan katılımcıların görüş ve düşüncelerine doğrudan alıntılarla yorum yapmadan yer verilmektedir (Saruhan & Özdemirci, 2018).

6. Bulgular ve Yorum

Katılımcılarla yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen veriler değerlendirildiğinde konu ile alakalı bulgulara ulaşılmıştır. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Programında eğitim gören öğrencilerin pandemi sürecinde almış oldukları uzaktan eğitim hakkındaki görüş ve düşüncelerini öğrenebilmek için katılımcılara dörder soru sorulmuş görüşmeler neticesinde verilen cevaplar kullanılarak doğrudan alıntılar yapılmıştır. Katılımcılar G.1 (Görüşme.1) sırasıyla kodlanarak, elde edilen verilerin analizleri yapılmıştır.

Uzaktan Eğitim Uygulamaları Kapsamında İstanbul Gelişim Üniversitesi'nin Sunmuş Olduğu Eğitim Sistemi Hakkındaki Görüş ve Düşünceler

Katılımcıların pandemi sürecinde İstanbul Gelişim Üniversitesinin sunduğu eğitim sistemi hakkındaki görüşleri genellikle olumludur. Sistemin ilk aşamasında ara ara sorunların olduğunu ifade eden katılımcılar zaman ilerledikçe sisteme alıştıklarını, kolay anlaşılır bir sistem olduğunu, işleyişinin olumlu yönde geliştiğini belirtmektedir. Katılımcılar ayrıca derslerin sistemde kayıtlı olmasından dolayı ders tekrarlarını veya katılmadıkları dersleri daha sonrasında rahatlıkla izleyebildiklerini ve uzaktan eğitim sisteminde zamandan tasarruf ettiklerini dile getirmişlerdir.

Uygulama sürecinde İstanbul Gelişim Üniversitesi'nin sunduğu eğitim sistemi hakkında bazı öğrencilerin görüşleri şu şekildedir;

G.1 "ALMS sistemi kolay, anlaşılır ve rahatlıkla ulaşılabilir bir sistemdi. Uzaktan eğitim benim açımdan gayet iyiydi. Derslere sonradan erişebiliyor olmak hem çalışıp hem eğitimimi tamamlama olanak sağladı."

G.2. "Ben bu sene tanıştığım uzaktan eğitim sisteminden çok iyi derecede faydalandım. Ders kaçırma, derse gelememe, dersi anlayamama gibi bir durumla karşılaşmadım. Her an derslerin kayıtlı olması, bizim tekrar derslere girip videoları izlememiz çalışmamıza büyük kolaylık sağladı. Sınavlarda daha iyi çalışma şansına sahip olduğumuz için çok şanslıydık."

G.3 "Uzaktan eğitim sisteminde kullanılan ALMS sisteminin kullanımı sırasında ilk günlerde aksaklıklar olmasına rağmen ilerleyen zamanlarda sistem yeterli derecede düzeldiğinden ders süreleri verimli bir şekilde tamamlandı. Akademisyenlerin yönlendirmeleriyle konuların zamanında işlenip tamamlanması eğitim sürecinde çok verimli oldu."

G.6 "Uzaktan eğitimin ilk başladığı haftalarda sisteme alışmak benim için biraz zor oldu. İlerleyen zamanlarda artık bu süreci kabullenmek zorunda olduğumu anladım. İlk zamanlar uzaktan eğitim sistemine hem öğretmenlerimiz hem bizler yabancı olduğumuz için zor bir süreçti, aksamalar ve bağlantı sorunları yaşadık ama ilerleyen zamanlarda bütün sorunlar giderildi."

G.10. "İlk haftalarda sistemden kaynaklı sıkıntılar yaşasak da ilerleyen haftalarda üniversitemizin eğitim sürecini çok iyi yönettiğini düşünüyorum. Alanım daha çok uygulama yapılması gereken bir alan olduğu için eğitim konusunda tereddütlerim vardı çünkü mezuniyet aşamasında olduğum için biraz tedirgindim fakat bu konuda öğretmenlerimiz ve üniversitemiz uzaktan eğitim platformuna hızlıca adapte oldular ve bizlere de bu konuda yardımcı oldular. Uygulama ağırlıklı derslerde öğretmenlerimiz görsel ve işitsel malzemelerle dersleri anlatmaya çalıştılar."

Araştırmaya katılan katılımcıların pandemi sürecinde İstanbul Gelişim Üniversitesinin sunmuş olduğu ALMS sistemi ve akademisyenleri ile ilgili düşünceleri ve görüşlerinin genellikle olumlu olması, üniversitenin ve akademisyenlerin iletişim sürecini doğru yönettiklerini ve bu süreçte öğrencilerle sürekli iletişim halinde olduğunu

göstermektedir. Uzaktan eğitim sürecine öğrencilerin alışması için kurum tarafından gerekli bütün aktarımlar yapıldığından öğrenciler bu süreçte rahatlayıp uzaktan eğitim sistemine adapte olmuşlardır. Bu süreçte atılan adımların öğrencileri rahatlatmış ve onlara güven verdiği görülmektedir.

Uzaktan Eğitim Kapsamında Eğitim Sürecinde Eğitimcilerin Uyguladığı Yöntemler ve Uygulamalar Hakkında Düşünceler ve Görüşler

Katılımcıların pandemi sürecinde akademisyenlerin uzaktan eğitim uygulamalarına yönelik görüş ve düşünceleri genel olarak olumludur. Uzaktan eğitim uygulamalarının ilk aşamasında gerekli olan bilgilerin verildiği, olası aksaklıklara karşı gerekli uyarıların akademisyenler tarafından verildiğini belirten katılımcılar bu süreçte eğitimcilerle olan ilişkilerinin güçlü olduğunu belirtmişlerdir.

Katılımcıların eğitim-öğretim uygulamalarına yönelik görüşleri teorik dersler açısından genel olarak olumlu olsa da uygulamalı derslerde uygulama yapamadıkları için yetersiz kaldıklarını belirtmişlerdir.

Uzaktan eğitim-öğretim uygulamalarına yönelik eğitimcilerin uyguladığı eğitim yöntemleri ve uygulamaları ile alakalı bazı katılımcıların görüş ve düşünceleri şu şekildedir:

G.7 "Teori derslerinde sorun olmuyor ama uygulama dersleri için uzaktan eğitim sistemi çok verimli değildi. Buna rağmen eğitimcilerimize minnettarım. Bu zor şartlarda bile uygulama derslerini bizim için en verimli şekilde yaptılar. Canlı yayınlar, videolar sayesinde uygulamaları uzaktan da olsa aynı anda yapmaya çalıştık."

G.8 "Tüm eğitimcilerimiz harikaydı diyebilirim. Videolu anlatımlarla, kendi yaptıkları uygulamalarla, ödevlerle bilgileri gayet güzel aktardılar. İlgiğini tüm süreç boyunca hissettim. Haftalık toplantılarla olsun sosyal medya aracılığıyla olsun iletişimi kesmeden ders yılını bitirdik. Sorularım hiç yanıtız kalmadı."

G.11 "Eğitimcilerimizin bu konuda hakkını yememek gerekiyor. Bu süreçte eğitim anlamında ellerinden gelenin kat be kat fazlasını bizlere verdiler. Ne kadar zor şartlarda da olsa bizler için en iyi olanı yapmaya çalıştıklarının farkındaydık. Bu konuda onlara teşekkür borçlu olduğumuz düşünüyorum."

G.12 "Eğitimcilerimiz ellerinden geldiği kadar bizlere yardımcı olmaya çalıştılar uygulama derslerini görsel ve işitsel materyallerle zenginleştirdiler fakat uygulama derslerinde uygulama yapamadığımız için yeterince verimli olmadığını düşünüyorum."

G.10 "Eğitimcilerimiz ders işleme konusunda ellerinden geldiği kadar bizlere yardımcı oldular. Olası her türlü durumlarda özellikle sınav öncesinde olası aksaklıklara dair bizleri uyardılar. Özellikle bu salgın sürecinde bütün sorularımıza cevap verdiler ve bu konuda bizi rahatlattılar. Çok büyük sorunlarla karşılaşmamız için ellerinden geleni yaptıklarını düşünüyorum. Ders işleme noktasında uygulamalı derslerde görsel, işitsel malzemelerin yanı sıra videolu anlatımlarla dersleri verimli bir şekilde işlediklerini düşünüyorum."

Pandemi sürecinde İstanbul Gelişim Üniversitesinin uyguladığı eğitim sistemi hakkında çoğu katılımcının görüşlerinin olumlu olması, eğitimcilerin öğrencileri ile iletişim noktasında sıkıntı olmadığını eğitimcileri ile güçlü bir iletişimlerinin olduğunu göstermektedir. Yaşanan sorunlar karşısında eğitimcilerinin yanlarında olduğunu bilen öğrencilerin bu konuda daha rahat olduğu görülmektedir.

Uzaktan Eğitim Kapsamında Bireysel Performanslarını Etkileyen Etmenler Hakkındaki Düşünceler

Genelde bütün katılımcılar sürecin ilk başında uzaktan eğitim sistemine olumsuz baksalar da sonradan sisteme alışmış, hatta daha kolay ve rahat olarak görmeye başlamışlardır. Katılımcılar ev ortamında derslerini dinledikleri için daha rahat olduklarını ve zamandan tasarruf ettiklerini dile getirmişlerdir. Genel olarak bireysel performanslarını olumlu etkileyen faktörlerin fazla olduğunu olumsuz faktör olarak da uygulama yapmadıkları için kendilerini uygulama konusunda yetersiz olduklarını belirtmişlerdir.

Pandemi sürecinde uzaktan eğitim uygulamaları kapsamında bireysel performanslarını etkileyen faktörlere yönelik düşünceleri şu şekildedir:

G.2 "Uzaktan eğitim sürecinde bireysel performansımız açısından olumlu gelişmeler; ev konforunda olması, tekrar tekrar ders videolarını izleme imkânı olması sınavlarda yüksek not almamızı sağladı. Birebir ders imkânı yakaladık. Bize ait araç-gereçlerle daha eksiksiz ve düzenli çalışma olanağımız oldu. Uygulama yapılmaması bizi olumsuz yönde etkilemiştir."

G.5 "Bireysel performans olarak sadece pratik yapılmaması yönünde olumsuzluk yaşadım."

G.6 "Uzaktan eğitimin bireysel performansımı olumlu etkileyen yönlerinden en önemlisi zaman yönetimini iyi yapabilmem, daha sakin ve konsantre bir ortamda derslerimi takip edebilmem."

G.7 "Uygulama derslerini uzaktan eğitim ile alabileceğimiz en verimli şekilde aldık başlarda sisteme alışmakta güçlük çeksek de sonradan sisteme alıştık fakat uygulamaları atölyede hocalarımız ile bire bir uygulama şansını kaybettik. Bu yönüyle değerlendirince bizler için olumsuz bir durum."

G.8 "İnternet sorunları, sistemsel sıkıntılar dışında evimde maalesef sınıf ortamını yakalayamadım. Bundan dolayı çoğu zaman derslere konsantre olmakta zorlandım."

Uzaktan eğitim sürecine ilk defa katılan öğrenciler başlarda sistemsel, donanım ve iletişim noktasında sıkıntı yaşasalar da ilerleyen zamanlarda bu olumsuz düşünceler olumluya dönüşmüştür. Genel olarak ev ortamında derslere katılımın daha rahat olduğunu fakat uygulama konusunda eksik kaldıklarını ifade etmişlerdir.

Uzaktan Eğitim Kapsamında Yaşanan Sorunlar ve Çözüm Önerilerine Karşı Düşünceler

Katılımcıların çoğu bu süre boyunca yaşadıkları en büyük sorunun internet bağlantısı ile alakalı olduğunu belirtmişlerdir. Bunu yanı sıra sınav günlerinin gün içerisinde değil de belli saatlerde yapılmasından dolayı baskı altında olduklarını da dile getirmişlerdir. Öneriler noktasında ise senkron derslerin yanı sıra asenkron ders videolarının da sisteme yüklenmesi, teorik derslerin her zaman uzaktan eğitim platformunda verilmesi, uygulamalı derslerin ise yüz yüze yapılması konusunda önerilerde bulunmuşlardır. Ayrıca uzaktan eğitimde de derslere katılımın zorunlu olması yüz yüze eğitimde olduğu gibi devamsızlıkların burada da alınması ve hatta gerekirse katılmayan öğrencilerin devamsızlıktan bırakılması konusunda da öneriler sunulmuştur.

Pandemi sürecinde uzaktan eğitim kapsamında yaşanan sorunlar ve öneriler konusunda bazı katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

G.3 "İnternetimiz olmadığı zamanlarda sisteme giremediğimiz ve canlı derslere katılamadığımız zamanlar oldu fakat sonradan sisteme yüklenen dersler sayesinde ders tekrarlarını izleyerek sorunu giderdik. Sınav zamanlarında sınav saatlerinin ve günlerinin sadece bir güne bağlı olması üzerimizde çok büyük bir stres yaşattı. İnternetin

olmadığı, bilgisayarın arızalandığı ya da ekran donmaların yaşandığı anlar olmuştur bu durumda yaşanan stres sınav sonuçlarını da olumsuz yönde etkilemiştir. Çözüm olarak telafi sınavlarının yapılması çok yerinde olmuştur."

G.4 "En büyük sorunun internet ve bağlantı sorunun olduğunu düşünüyorum. Karşılıklı iletişim çok zorlayıcı oldu. Karşılıklı geri bildirim sağlanamaması, derslere katılımın az olması derslere katılım sağlayan öğrencilerin performansını düşürdüğünü düşünüyorum. Kesinlikle derslere katılım zorunlu olmalı ve sınıfta kalma konusunda insiyatif tanınmamalı."

G.7 "Asenkron dersler daha verimli oluyordu, dersler daha kısa ve net oluyordu. Canlı yayın derslerini sonradan izlediğimiz zaman kopmalar çok oluyor ve ders süresi uzun olduğu için izlemek zor oluyor. Bu yüzden asenkron dersleri izlemek daha verimli. Bence her dersin asenkron videosu olmalı."

G.12 "Uygulama dersleri üniversitede yüz yüze yapılmalı, teorik dersler ise uzaktan eğitim ile yapılmalıdır."

G.13 "Üniversitemizin sunmuş olduğu ALMS sisteminden yapılan dersler bizim için gerçekten verimli oldu fakat derslerin çok erken başlaması ve ders sürelerinin uzun olması hem öğretmenler açısından hem bizim açımızdan zorlayıcı oldu. Sürekli ekran başında uzun süre ders dinlemek çok sıkıcı oldu ders süreleri uzun olduğu için belli bir süreden sonra dikkatimiz dağıldı. Bana göre ders süreleri daha kısa olmalı ve erken saatte başlamamalı diye düşünüyorum. Ayrıca sınav günleri tek bir gün de ve belli saatler arasında değil sınav haftası içinde olmalı ve öğrenci istediği zaman sınavına katılım sağlamalıdır."

Katılımcıların çoğu en büyük sorunun internetten kaynaklı problemler olduğunu belirtmiştir. Diğer katılımcılar ise ders sürelerinin uzun olması, derslerin erken başlaması ve sınav haftasında sınavların belli günlerde ve saatlerde olmasının stres oluşturduğunu belirtmiş ve canlı derslere ilave olarak sisteme asenkron ders videolarının da yüklenmesi gerektiğini ifade etmişlerdir.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Pandemi sürecinde İstanbul Gelişim Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Programında eğitim alan öğrencilerin uzaktan eğitim uygulamalarına dair görüş ve düşüncelerinin araştırıldığı bu çalışmada uzaktan eğitim uygulamalarının saç bakımı ve güzellik hizmetleri eğitimine yansımaları incelenmiştir.

Saç bakımı güzellik hizmetleri alanında eğitim alan öğrencilerin bu süreçte İstanbul Gelişim Üniversitesinin uygulamış olduğu uzaktan eğitim uygulamalarına dair görüş ve düşüncelerinin olumlu olduğu tespit edilmiştir. İlk zamanlarda sürece alışma konusunda zorluklar yaşadıklarını belirtse de zaman içerisinde uyum sağladıkları görülmüştür. Şekerci, Mutlu Danacı, Kaynakçı Elinç'in (2021) üniversitelerin mimarlık bölümlerinde eğitim gören öğrencilere yönelik araştırmalarında benzer şekilde sürecin başlangıcı ve sürecin yönetimi konusunda kaygı duydukları belirtilmiştir (Şekerci, Mutlu Danacı, & Kaynakçı Elinç, 2021). Sarıtaş ve Barutçu'nun da yapmış olduğu çalışmada ise (2020) Pamukkale Üniversitesi'nde eğitim gören öğrencilerin süreci yönetme konusunda sürecin ilk başlarında kaygı duydukları tespit edilmiştir (Sarıtaş & Barutçu, 2020).

Öğrenciler ALMS ve Google Meet sisteminden verilen eğitimlerle saç bakımı ve güzellik hizmetleri alanındaki eğitimlerini geliştirmeye çalışmışlardır. Katılımcıların bu süreçte öğretmenlerine yönelik tutumlarının genel manada olumlu olduğu görülmüştür. Öğretmenlerin gereken bilgi akışını gerek işitsel gerekse de görsel sunumlarla her zaman sağladığını bunun yanı sıra öğrencilerin ihtiyaç duydukları her an rahatlıkla öğretmenleri ile iletişime geçtikleri tespit edilmiştir. Literatürde benzer bir sonuç ise Al-Mohair ve

Alwahaishi'nin araştırdıkları çalışmada tespit edilmiştir. Sudi Arabistan'da eğitim gören Kolej öğrencilerine yönelik yapılan araştırmada öğrenciler pandemi döneminde almış oldukları uzaktan eğitimden genel olarak memnun olduklarını ve öğretmenlerinin bu noktada yeterli olduklarını belirtmişlerdir (Al-Mohair & Alwahaishi, 2020).

Katılımcıların eğitim-öğretim uygulamalarına yönelik düşüncelerinin olumlu olmasının yanı sıra uygulama derslerinde sorun yaşadıklarını belirtmişler ve sınavlara yönelik eleştirilerde de bulunmuşlardır. Sınav günlerinin ve saatlerinin esnek olması konusunda da görüş bildirmişlerdir. Kürtüncü ve Kurt (2020) ise hemşirelik bölümünde eğitim gören öğrencilere yönelik yaptıkları çalışmalarında benzer şekilde uygulamalı derslerin uzaktan etkili bir şekilde yürütülmediğini tespit etmişlerdir (Kürtüncü & Kurt, 2020).

Saç bakımı ve güzellik hizmetleri alanında eğitim alan katılımcıların bu süreçte bireysel performanslarını etkileyen olumlu ya da olumsuz faktörler ile ilgili görüşlerine bakıldığında süreçte başlarda olumsuz baktıkları fakat süreç ilerledikçe alıştıkları ev ortamında daha rahat bir şekilde derse girdikleri, zamandan tasarruf ettikleri ve sisteme kolay adapte oldukları görülmektedir. Araştırmaya benzer başka bir sonuç ise Özses, Dinçer D'alessandro, Özbal Batuk, Sennaroğlu (2021) Hacettepe Üniversitesi odyoloji bölümünde eğitim gören öğrencilere yönelik çalışmalarında da görülmektedir. İlgili çalışmada sürece yönelik beklentilerin karşılanabilmesi adına zamana ihtiyaç duyulduğu konusunda ortak görüşler tespit edilmiştir (Özses, Dinçer D'alessandro, Özbal Batuk, & Sennaroğlu, 2021).

Uzaktan eğitim sürecinde yaşadıkları olumsuzluklar ve sundukları önerilere bakıldığında en büyük sorunun uygulamalı derslerin yapılamaması, internet ve sistemsel kaynaklı sorunlar olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcılar çözüm önerileri olarak sisteme asenkron ders videolarının yüklenmesini, ders sürelerinin daha kısa tutulmasını ve derslerin erken saatte başlamaması gerektiğini ifade ederek önerilerde bulunmuşlardır. Akyol'un (2020) benzer şekilde turizm ön lisans bölümünde eğitim gören öğrencilere yönelik çalışması bu görüşü destekler niteliktedir (Akyol, 2020).

Benzer şekilde yapılan araştırmalara bakıldığında eğitimciler, öğrenciler ve aileler bu sürece hazırlıksız yakalansa da sürece adapte olma konusunda genel anlamda sıkıntı yaşamadıkları görülmüştür. Uzaktan eğitim sürecinde ara ara sistemsel ve donanımsal sıkıntılar yaşansa da süreç boyunca öğretmenler, öğrenciler ve veliler ortak noktada buluşmuş ve çözüme yönelik yollar bulmuşlardır. Gao'nun (2020) çalışmasında da benzer nitelikte özel bir alanda sürecin başarılı şekilde uygulandığını belirtmiştir (Gao, 2020).

Sonuç olarak salgın sürecinde hem dünya genelinde hem Türkiye özelinde yaşanan zorluk ve sıkıntılar diğer sektörlerde olduğu gibi eğitim-öğretim faaliyetini de olumsuz yönde etkilemiştir. Eğitim kademelerinin tamamında uygulanan uzaktan eğitim sistemi üniversitelerin eğitim uygulamaları kapsamında ders, proje, ödev, staj, vize, mazeret, final ve bütünleme gibi uygulamalarda on-line gerçekleşmiştir. Saç bakımı ve güzellik hizmetleri alanında uygulama olarak işlenmesi gereken dersler çevirim içi aktivitelerle, videoolu anlatımlarla saç bakımı ve güzellik hizmetlerinde eğitim alan öğrencilerin gelişimlerine katkıda bulunulduğu düşünülmektedir.

Genel olarak bakıldığında teknolojiye hızlı bir şekilde ayak uyduran genç kuşak olduğu görülmektedir. Eğitim özelinde eğitim kurumlarının, öğrencilerin ve öğretmenlerin hızlı bir şekilde çevirim içi kaynaklara ulaşması adına üst seviyede çalışmalar yürütülmesi gerekliliği söz konusudur. Bütün eğitim kurumlarının benzer salgın durumunda eğitim-öğretim faaliyetlerine devam edebilmesi için uzaktan eğitim alt yapısını oluşturmaları hali hazırda bulunan sistemin daha donanımlı olması için çalışmalar yapmaları önerilebilir. Dijital öğrenme ve on-line eğitimlere ulaşma konusunda özellikle öğrencilerin karşılaştıkları zorluklar tespit edilerek en aza indirgenmeye çalışılmalıdır. Devlet eliyle öğrencilere yapılacak yardımlar söz konusu

olabilir. Öğrencilerin uzaktan eğitime erişebilmesi adına bilgisayar ve tableti olmayan öğrenciler tespit edilip eksikliklerin giderilmesi örnek olarak verilebilir. Burada amaç öğrencilerin aktif bir şekilde derse katılımlarını sağlamak ve bunu sürdürülebilir kılmaktır. Yerel yönetimler ve internet operatörleri de gerekli alt yapının sağlanması, korunması ve düzenlenmesi konusunda üzerlerine düşen görevi yerine getirebilmelidir. Maddi imkânları kısıtlı olan, kırsal alanda yaşayan öğrenciler tespit edilmeli ve bu tespitlerin neticesinde gerekli yardımların yapılması da sağlanmalıdır.

Bu çalışmada Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Programında eğitim öğretimin sürdürülebilirliği açısından üniversite ve uzaktan eğitim deneyimleri üzerinde durulmuş ve uzaktan eğitim deneyimleri bakımından da incelenmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre öğrenci düzeyinde uzaktan saç bakımı ve güzellik hizmetleri bölümü ön lisans eğitimin olumlu ve olumsuz yönler olabildiğince açıkça ortaya konulmaya çalışılmıştır.

KAYNAKÇA

AKÇAY, S., & GÖKÇEARSLAN, A. (2016). Grafik Tasarım Dersinde Uzaktan Eğitim Yönteminin Kullanımına Yönelik Bir Uygulama ve Öğrenci Algıları: Gazi Üniversitesi Örneği. *Kastamonu Eğitim Dergisi cilt:24 no:4*, s. 1983-2004.

AKYOL, C. (2020). Turizm ön lisans öğrencilerinin Covid-19 pandemisi sürecinde gerçekleştirilen uzaktan eğitim uygulamalarına yönelik görüşleri. *Studies in Educational Research and Development 4 (2)*, 65-80.

AL-MOHAIR, H. K., & ALWAHAISHI, S. (2020). Study on students experiences about online teaching during COVID-19 Outbreak. *Technium Social Sciences Journal*.

ALTUN EKİZ, M. (2020). Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Öğrencilerinin Karantina Dönemindeki Uzaktan Eğitim İle İlgili Görüşleri (Nitel bir araştırma). *Spor ve Rekreasyon Araştırmaları Dergisi cilt:2 sayı:1*, s. 1-13.

ATAM, WIDODO, P., & RISMAN, H. (2020). Coronavirus Disease-19 (Covid-19) Pandemic Response Through The Universal Defense: The Role Of Inteligence. *Technium Social Sciences Journal vol:8(1)*, s. 606-616.

BAĞCI, E., UZUN, C., & BOSTAN, A. (2020). Covid 19 ve Sağlık Turizmi. *Journal of Awaransess cilt:5, sayı:3*, s. 331-348.

BROOKS, S. K., SMITH, L. E., WEBSTER, R. K., WESTON, D., WOODLAND, L., HALL, L., & RUBIN, G. J. (2020). *Euro Surveilliance*. 06 27, 2021 tarihinde <https://www.eurosurveillance.org/content/10.2807/1560-7917.ES.2020.25.13.2000188> adresinden alındı

ÇOBANOĞLU, N. (2020). Covid-19 Pandemisi ile Değişen Yaşamlar ve Toplumsal Değerlerimiz. *Avrasya Sağlık Bilimleri Dergisi cilt:23*, s. 90-94.

ENFİYECİ, T., & BÜYÜKALAN, F. (2019). Uzaktan Eğitim Yüksek Lisans Öğrencilerinin Topluluk Hissinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Türk Bilim Araştırma Vakfı Dergisi cilt:12 sayı:1*, s. 20-32.

GAO, X. (2020). New Mode of Distance Learning in Primary Schools in the Environment of Multimedia Computer Assisted Instruction. *Journal of Physics: Conference Series*, 1-7.

GENÇ, M. F., & GÜMRÜKÇÜOĞLU, S. (2020). Koronavirüs (covid-19) Sürecinde İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Uzaktan Eğitime Bakışları. *Turkish Studies*, 1308-2140.

GÖKDAŞ, İ., & KAYRI, M. (2005). E-öğrenme ve Türkiye Açısından Sorunlar, Çözüm Önerileri. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Elektronik Eğitim Dergisi 2(2)*.

HENS, N., AYELE, G. M., GOEYVARERTS, N., AERTS, M., MOSSONG, J., & EDMUNDS, J. W. (2009). *BMC Infectious Diseases*, 9(187). <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/19943919/> adresinden alındı

HUANG, C., WANG, Y., & LI, X. (2020). Clinical features of patients infected with 2019 novel coronavirus in Wuhan, China. *The Lancet* 395(10223), 497-506.

İstanbul Gelişim Üniversitesi. (2021, 06 28). 06 27, 2021 tarihinde İstanbul Gelişim Üniversitesi Uzaktan Eğitim Birimi: <https://iguzeb.gelisim.edu.tr/> adresinden alındı

KESKİN, M., & KAYA Ö., D. (2020). COVID-19 Sürecinde Öğrencilerin Web Tabanlı Uzaktan Eğitime Yönelik Geri Bildirimlerinin Değerlendirilmesi . *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*,5(2), 59-67.

KORKMAZ ÖZCAN, Z., & AYDIN, V. (2015). *Sağlık Turizmi (Teori ve Politika)*. Umuttepe Yayınları s.45-46.

KÜRTÜNCÜ, M., & KURT, A. (2020). COVID-19 Pandemisi Döneminde Hemşirelik Öğrencilerinin Uzaktan Eğitim Konusunda Yaşadıkları Sorunlar. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi* 7(5), 66-77.

OWUSU-FORDJOUR, C., KOOMSON, C., & HANSON, D. (2020). The Impact Of Covid-19 On learning- The Perspective of The Ghanaian Student. *European Journal Of Education Studies* vol:7(3), s. 88-101.

ÖZEN, Y. (2010). Türkiye'de Sağlık Turizmi İşletmeciliğinde Franchising Sisteminin Uygulanabilirliğine Yönelik Niteliksel Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi SBE.

ÖZER, M. (2021, 07 13). mevzuat.meb.gov.tr. T.C. Milli Eğitim Bakanlığı: <https://mevzuat.meb.gov.tr/covid-19-salgin-sonrasi-dunyada-egitim/haber/20936/tr> adresinden alındı

ÖZSES, M., Dinçer, D'ALESSANDRO, H., ÖZBAL BATUK, M., & SENNAROĞLU, G. (2021). COVID-19 Pandemisinde Odyoloji Öğrencilerinin Uzaktan Eğitim Hakkındaki Görüşleri: Hacettepe Üniversitesi Deneyimi. *Turkish Journal of Audiology and Hearing Research* 4(1), 11-17.

SARITAŞ, E., & BARUTÇU, S. (2020). Öğretimde Dijital Dönüşüm ve Öğrencilerin Çevrimiçi Öğrenmeye Hazır Bulunuşluğu: Pandemi Döneminde Pamukkale Üniversitesi Öğrencileri Üzerinde Bir araştırma. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi* 11(1), 5-22.

SARUHAN, Ş. C., & ÖZDEMİRCİ, A. (2018). *Bilim, Felsefe ve Metodoloji*. Beta Yayınları.

ŞEKERCİ, Y., MUTLU DANACI, H., & KAYNAKCI ELİNÇ, Z. (2021). Uzaktan Eğitimin Uygulamalı Derslerde Sürdürülebilirliği: Mimarlık Bölümleri Örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi* 12(1), 54-68.

UNESCO. (2020). 06 27, 2021 tarihinde [n.unesco.org/news/covid-19-school-closures-around-world-will-hit-girls-hardest#](https://www.unesco.org/news/covid-19-school-closures-around-world-will-hit-girls-hardest#) adresinden alındı

UNESCO, I. (2020). *COVID-19 and higher education: Today and tomorrow. In Impact Analysis, Policy Responses and Recommendations*. UNESCO.

XUDONG, Z., & LIU, J. (2020, 04 26). *Education in and after Covid-19: Immediate responses and long term visions*. 06 27, 2021 tarihinde Postdigital Science and Education: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7183744/> adresinden alındı

YILDIRIM, A., & ŞİMŞEK, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.

Summary

The COVID-19 epidemic has affected education and training activities, as in many areas. During the epidemic period, education and training institutions switched to the distance education system. Continuing its educational activities during the pandemic period, Istanbul Gelişim University continued its educational activities through ALMS and Google

Meet systems. The learning management system ALMS within Istanbul Gelişim University is a learning management system platform developed for the purpose of conducting distance education processes. Through this system, students have the opportunity to participate in classes remotely, and can access course materials, assigned assignments and projects, reading texts, course videos, post-tests and, if needed, to academicians, who are the administrators of the course, and other students through applications such as forums and messages.

In this study, the opinions and thoughts of the students who were trained in the Hair Care and Beauty Services program of Istanbul Gelişim University Health Services Vocational School, about the distance education applications they received during the pandemic process were investigated. In this context, it is planned to take the opinions of the participants about the institutions, trainers, factors affecting their individual performance and the distance education system implemented by Istanbul Gelişim University.

In the study, the interview (interview) technique, which is one of the qualitative research methods, and the semi-structured interview technique, where questions are asked in depth and which leaves room for the conversation, were applied.

The study group of the research is determined by the purposeful sampling method and consists of students enrolled in the Hair Care and Beauty Services Program of Istanbul Gelişim University Vocational School of Health Services. Although it was aimed for all students to participate in the study, they expressed time and space problems. For this reason, the study group consisted of 13 students.

At the end of the study, the descriptive analysis technique, which is one of the qualitative research analysis techniques, was applied during the analysis of the data obtained. In this technique, in which the data can be analyzed as a result of the questions or dimensions posed during the interviews, the views and thoughts of the interviewed participants were evaluated without commenting on direct quotations.

When the data obtained as a result of the interviews with the participants were evaluated, relevant findings were reached. In order to learn the opinions and thoughts of the students studying at the Istanbul Gelişim University Health Services Vocational School Hair Care and Beauty Services Program about the distance education they received during the pandemic process, four questions were asked to the participants and direct quotations were made using the answers given as a result of the interviews. The data were analyzed by coding the participants in the order of G.1 (Interview 1). In this process, the perspectives of the students who were educated in the distance education system Hair Care and Beauty Services Program were generally evaluated positively. They stated that although they had difficulties in the first stage of the system, they adapted to the current process.

It was seen that the attitudes of the participants towards their trainers in this process were generally positive. They stated that they communicated with their trainers whenever they needed. Considering the factors that affect the individual performance of the participants positively or negatively, they stated that they viewed distance education negatively at the beginning of the process, but as the process progressed, they participated in the lessons more comfortably in the home environment.

In general, they stated that they were satisfied with the ALMS system offered by Istanbul Gelişim University, but they encountered internet and systemic problems, and as a suggestion, it should be installed in the ALMS system in addition to the synchronous courses, in addition to the asynchronous courses. They also stated that the course durations should be kept shorter and that they should not start at an early hour.

Özel Hastane Tercihini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Samsun İli Örneği*

Şadiye Nur GÜLEÇ**, Kadir CANÖZ***

Öz

Bu araştırmanın amacı, sağlık hizmetleri tüketicisi olan hastaların özel hastane tercihinde etkili faktörleri ortaya koymaktır. Araştırmanın verileri, Samsun ili merkezinde yer alan özel hastanelerden en az bir kere sağlık hizmeti alan 504 kişiyle yapılan anketlerden elde edilmiştir. Araştırmada; hekim, hizmet kalitesi, reklam-tanıtım, fiziki etkenler, sosyal sorumluluk ve memnuniyet olmak üzere hastane tercihinde etkili altı faktör belirlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre özel hastane tercihinde; hekim ve hizmet kalitesini kadınlar erkeklere göre, memnuniyet ve fiziki faktörleri ise evli olanlar bekârlara göre daha etkili bulmaktadır. Araştırmadan elde edilen bir diğer sonuca göre, ihtiyaç duyduklarında özel hastane tercih edenler hekim faktörünü, özel hastaneden altı ayda bir nadiren yararlananlar da reklam-tanıtım faktörünü daha fazla dikkate almaktadırlar. Araştırma sonuçlarından hareketle, hastanelerin sektördeki çok sayıdaki rakibi arasından öne çıkması için kendisinden beklenen iyileştirmeleri yerine getirmesi gerektiği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık hizmeti, hastane, özel sağlık sektörü, özel hastane, hastane tercihi

Determination of Factors Affecting Private Hospital Preference: The Case of Samsun Province, Türkiye

Abstract

The aim of this research is to reveal the factors that affect the private hospital preference of patients who are health care consumers. The data of the research were obtained from the questionnaires made with 504 people who received health care at least once from private hospitals located in the city center of Samsun province. In the research, six factors influencing hospital preference were determined: Physician, service quality,




Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 11.05.2022

Kabul/Accepted: 12.09.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.1115414>

* Bu çalışma, Prof. Dr. Kadir CANÖZ danışmanlığında Şadiye Nur GÜLEÇ tarafından hazırlanan ve 13.10.2016 tarihinde Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde kabul edilmiş olan "Özel Hastane Tercihinde Kurumsal İmajın Rolü Üzerine Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma" başlıklı yüksek lisans tezindeki verilerden yararlanılarak hazırlanmıştır.

** Öğr. Gör., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Samsun, Türkiye. E-posta: sadiyenur.gulec@omu.edu.tr  <https://orcid.org/0000-0001-5399-764X>

*** Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Konya, Türkiye. E-posta: kcanoz@selcuk.edu.tr  <https://orcid.org/0000-0003-1796-6621>

advertisement-promotion, physical factors, social responsibility, and satisfaction. Based on the results of the research, for choosing a private hospital; physician and service quality are more important for women according to men, and satisfaction and physical factors are more critical for the married according to singles. Another result obtained from the research, people who go to a private hospital when they need medical treatment to choose the physician factor but on the other hand those who apply to the hospital once per six months into account the advertising-promotion factor more. In accordance with the results of the research, it can be said that hospitals must fulfill the expected improvements in order to stand out among their many competitors in the sector.

Keywords: Health service, hospital, private health sector, private hospital, hospital preference

1. Giriş

Sağlık hizmeti, insanların yaşam kalitesini yükselten ve toplumsal refahın artmasını sağlayan temel faktörlerden biridir. Sağlık sektöründe hizmet veren kurumların sayısının artması ve sürekli gelişen teknolojilerin entegrasyonu hasta beklentilerinin karşılanması açısından önem arz etmektedir. Nitekim sağlık hizmeti veren bir kuruma yönelik olumlu algılar, o kurumun iyi hizmet vereceği inancını da beraberinde getirmektedir. Böylece sağlık hizmetinin kalitesini de göz önünde bulundurarak, söz konusu kurum müşteri sadakatini sağlamış olacaktır.

Türkiye’de sağlık hizmeti alan kişilerin memnuniyet düzeyinin sağlanması ve toplum sağlığının geliştirilmesi için son yıllarda önemli adımlar atılmaktadır. Aile hekimliği, toplum sağlığı merkezleri, sağlık kabini uygulamaları, yaşlı ve engelli bireylere yönelik evde bakım hizmetlerinin yanı sıra özel hastanelerin kapsam ve sayıca fazlaştırılması şehir hastaneleri, eğitim araştırma hastaneleri ile üniversite hastaneleri gibi daha özellikli hastanelerin yaygınlaştırılması sağlık sektöründeki başlıca gelişmelerdendir (Ataman ve Yarımoglu, 2018, s.274). Sağlık sektöründe kalite göstergesi hasta memnuniyetiyle ölçülmekte, sağlık kurumlarının sürdürülebilirliği açısından hasta memnuniyeti önemli bir rol üstlenmektedir. Tüfekci ve Aşığbulmuş (2016, s.73), hasta memnuniyeti sağlandığında hastanenin rekabet edebilirliğinin ve tercih edilme oranının arttığını ifade etmişlerdir.

Araştırma alanı olan Samsun ili 1 milyon 371 bin nüfusuyla Türkiye’nin 16., Karadeniz’in ise en büyük şehridir. Bir üniversite hastanesi, 22 kamu hastanesi, 8 özel hastane ve 4 dal hastanesine sahip olan Samsun (Samsun İl Sağlık Müdürlüğü, 2021), Karadeniz Bölgesi’nin metropol şehri olarak kuzey Anadolu’nun sağlık üssü olma vazifesini de üstlenmektedir. Her yıl yerli ve yabancı pek çok hastaya sağlık hizmeti verilmesi nedeniyle, Samsun iline yönelik yapılan sağlık yatırımlarının hacmi giderek artmaktadır. Kamu kesiminin yanı sıra özel sağlık sektörüne yönelik de ciddi atılımlar yapan Samsun, toplam 2927 yatak kapasitesi ile Sağlık Bakanlığı’nın sağlık turizmini geliştirmek istediği 20 ilden biridir (Samsun İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022). Sağlık hizmeti sunumunu her geçen yıl arttıran ilin 2023 yılı eylem planları arasında sağlık alanındaki etkinlik ve güncel gelişmeler konusunda farkındalığı arttırmak ile sağlık turizmi kapsamında Samsun’u Türkiye’de ve dünyada ön plana çıkarmak bulunmaktadır (OKA, 2018). Sağlık hizmeti arz ve talebinde böylesine önemli bir yere sahip olan Samsun, il sınırları dâhilindeki 8 özel hastanede toplam 1100 yatak kapasitesi ile sağlık hizmetlerinde rekabeti tetikleyerek özel hastanelerin birbirleriyle mücadele etmesine vesile olmaktadır.

Tüketici tercihleri pek çok faktörle birlikte belirlenmekte ve bu faktörlere bağlı olarak zaman içinde değişebilmektedir. Tüketicilerin dinamik yapısı göz önünde bulundurulduğunda tüketici davranışlarını etkileyebilme ve değiştirebilme özelliğine sahip kişisel özelliklerin yanısıra piyasa koşullarına uygun pazarlama stratejilerinin de etken olduğu unutulmamalıdır (Kılıç ve Eryılmaz, 2020). Sürekli değişen piyasa koşullarında tüketici davranışlarını ortaya koyan pek çok araştırma yapılmıştır. Yapay zekâ ve tüketici davranışını inceleyen Akyılmaz (2022), tüketici tercihlerinin etkilenmesi, pazarlama ve pazarlama araştırmaları için yapay zekanın önemini ortaya koyarken; Tutkun ve Eroğlu'nun araştırması (2022) havayolu şirketlerinin sosyal medya faaliyetlerinin tüketici tutum ve davranışlarını olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Tüketici davranışlarını araştıran başka bir araştırmada markaların internet üzerinden yayınlanan reklamlarının 8-11 yaş grubu çocukları sosyo-ekonomik düzeylerine göre farklı etkileme gücüne sahip olduğu sonucuna ulaşılmışken (Demir, 2018), Eryılmaz ve arkadaşlarının (2015) yaptığı çalışma organik tarım ve gıda ürünlerine, GDO'lu ürünlere karşı AB ülkelerindeki ve Türkiye'deki tüketicilerin farklı tutumlar sergilediğini ortaya koymuştur.

Bir sağlık hizmeti tüketicisi olarak hastalar ise, hastane tercihi yaparken pek çok faktörü göz önünde bulundurabilmektedirler. Bu nedenle daha iyi sağlık hizmetini sunmak zorunda olan özel hastanelerin hasta tercih ve beklentilerini bilmeleri ve buna göre hareket etmeleri gerekir. Hastaların hastane seçim kararlarını etkileyen faktörleri tanımlayan kapsamlı bir literatür bulunmakla birlikte bu çalışmaların büyük çoğunluğu kamu-özel ayrımı yapmamış, hastanelerin tercih edilme faktörlerine genel perspektiften yaklaşmıştır. Çolakoğlu ve Seyrek (2018) tarafından yapılan bir araştırmada, Gaziantep ilindeki 4 özel hastaneden hizmet alan bireylerin özel hastane tercihinde, hastane markası ile demografik özellikler arasında bir ilişki olup olmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Buna göre, hastane tercihi ile bireylerin medeni durum, eğitim durumu, yaş, cinsiyet ve aylık gelirleri arasında anlamlı ilişkiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aladağ vd. (2017), Kocaeli ilinde yaptıkları araştırmalarında, hastaların özel hastaneleri tercih etmelerindeki en önemli faktörler sırasıyla; teknik kalite, hasta mahremiyeti, önceden alınan iyi hizmet, ilgi ve nezaket, otelcilik hizmeti, randevu alma kolaylığı ve bürokrasi süresi olarak tespit edilmiştir. Demirel ve Bülbül (2014) kamu ve özel hastanelerdeki hasta tercihi ile hizmet kalitesi ve hasta tatmini arasındaki ilişkiyi ele aldıkları araştırmalarında, hizmet kalitesinin hastanın sağlık hizmetini tekrar tercih etmesine doğrudan bir etkisinin olmadığı, hastane tercihinde hasta tatmininin etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aynı araştırmaya göre, özel hastanelerden sağlık hizmeti alan bireylerin kalite algıları diğer gruba göre tatmin düzeylerini daha fazla etkilemekte, tatmin düzeylerinin özel hastane tercihi üzerindeki etkisi de daha büyük olmaktadır. Papatya vd. (2012) tarafından Kırıkkale ilinde gerçekleştirilen araştırma sonucunda, hastaların özel hastaneleri tercih etmelerindeki temel nedenler; başka kişilerin tavsiyesi, hastanenin evlerine yakın olması ile devlet hastanelerine duyulan güvensizlik olarak belirlenmiştir. Aryan ve Canöz (2006) tarafından gerçekleştirilen araştırmanın bulgularına göre ise özel hastanelerden hizmet alan bireylerin hastane tercihindeki en etkili faktörler; hastanenin imajı, anlaşılabilir kurumları ve hizmet kalitesi olarak tespit edilmiştir. Akyürek ve Orhaner'in (2017) özel hastanelere talebi etkileyen faktörleri belirlemek için yerli ve yabancı literatürden derledikleri çalışmanın neticesinde sağlık hizmeti kullanım sıklığı, sağlık hizmetine duyulan ihtiyaç, sosyal sigorta ve maliyet, hastanenin donanımı, fiziksel konforu, ulaşımı ve hijyeninin hastane tercihine etki eden en önemli faktörler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu araştırmanın amacı ise, Samsun ilinde özel hastaneden hizmet alan hastaların özel hastane tercihinde etkili faktörleri ortaya koymaktır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar, sürekli değişen hasta istek ve beklentilerini karşılamada ve bu sayede hasta

memnuniyeti sağlamada sektörde hizmet veren kuruluşlara yol gösterici bir kaynak oluşturacaktır. Yapılan literatür taraması neticesinde hastane tercihinin etki eden çalışmaların varlığına rastlansa da, yerli literatürde özel-kamu ayrımı yapan çok az sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Bu çalışma yerli literatürde Samsun ilini baz alan ilk araştırma olması nedeniyle biriciklik arz etmektedir.

2. Sağlık ve Sağlık Hizmetleri

En temel insan haklarından biri olarak sağlık, tüm toplumlarda bireyler için başat öneme sahip konulardan birini oluşturmaktadır. Beslenme, barınma, barış içinde yaşama, öğrenim görme, bilgi edinme gibi hak ve özgürlüklerin yanı sıra sağlık hakkı da sosyal, kültürel ve ekonomik hakları kapsayan insan hakları arasındadır (Çınarlı, 2008, s.6). Nitekim İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin (1948) 25. maddesi ile Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın 56. Maddesinde sağlıklı yaşama hakkına bilhassa vurgu yapılarak sağlık hakkı, ulusal ve uluslararası çeşitli yasal ve sözleşmelerle güvence altına alınmıştır.

Sağlık hakkı, 20. yüzyılın ortalarından itibaren pek çok toplumsal kurumun insana yönelik uygulamalarını kapsayan toplumsal kazanım olarak ele alınmaya başlamıştır. Dünya genelinde sağlığın geliştirilmesi ve teşvikine yönelik yapılan çalışmalar¹ sağlık kavramını sadece sağlık sektörüne ele alınan bir konu olmaktan çıkararak toplumsal bir konu haline getirmiştir. Bugün dünya toplumlarında ekonomik, politik, toplumsal ve ekolojik boyutlarıyla birlikte değerlendirilen sağlık konusu diyalektik yaklaşımla ele alınmakta; bireylerin daha sağlıklı bir çevrede refah içinde yaşamaları için çeşitli politikalar üretilmektedir. Bu alandaki çalışmaların ilki 1978 yılında Kazakistan'ın Alma-Ata kentinde düzenlenen "Temel Sağlık Hizmetleri Uluslararası Konferansı"dır (Kıvanç, 2015, s.163). Ülkeler için vazgeçilmez bir politika haline gelen toplum sağlığını koruma ve geliştirme anlayışı, 1978 yılında yayımlanan Alma-Ata Bildirgesi'nde temel sağlık hizmetleri kavramı olarak tanımlanmış ve Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization-WHO)'ne üye ülkeler tarafından onaylanmıştır (Sağlık Bakanlığı, 2008).

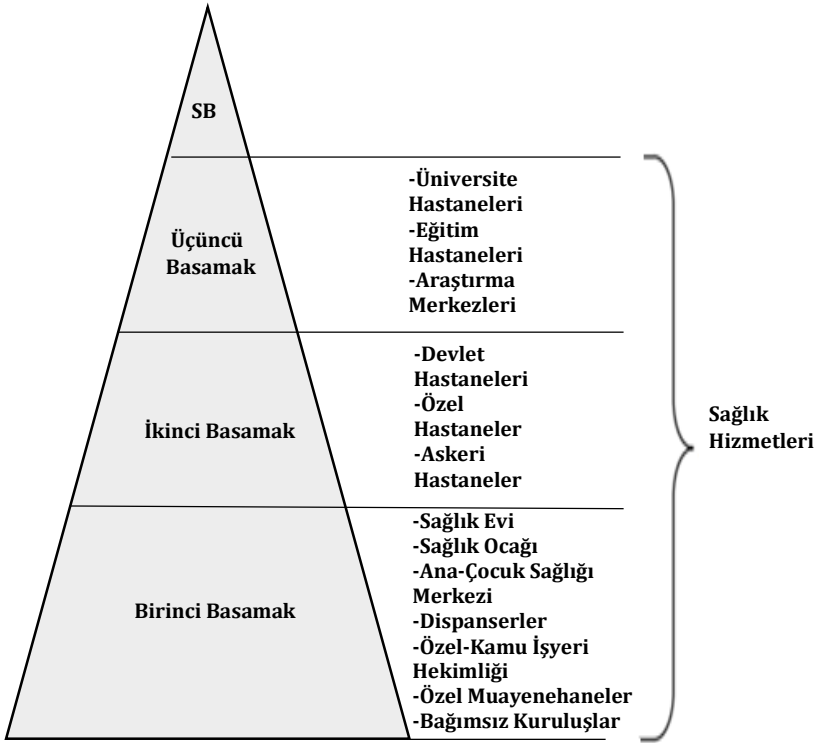
Sağlık hizmetleri; kişilerin sağlığını korumak, geliştirmek, hastalıkların teşhis, tedavi ve bakımı için kamu ya da özel kuruluşlar tarafından verilen tıbbi ve sosyal hizmetlerdir (Tengilimoğlu vd., 2015, s.72). Sağlık hizmeti sunan kuruluşların temel amacı, toplumun genel sağlık statüsünü yükseltmek ve sağlık durumunun devamını sağlamak için hastaların uygun yöntemlerle tedavi edilmesini ve bakılmasını sağlamaktır. Elbette sunulan sağlık hizmeti sağlık tüketicilerinin istediği zamanda, beklediği kalitede ve düşük maliyetle gerçekleştirilmelidir. Beklenen sağlık hizmeti kalitesi ile sunulan hizmet kalitesi arasında minimum fark olduğunda ya da birbirine denk olduğunda sağlık kuruluşları istenilen kalitede sağlık hizmeti sunmuş olabilecektir. Bununla birlikte hızla değişen teknoloji, artan maliyetler, özel sağlık sektöründeki kurumların sayıca fazlaşması ve bunlara paralel olarak hasta memnuniyetsizlik ve beklenti düzeylerindeki artış daha iyi bakım hizmeti talebini getirerek sağlık hizmetlerinin daha komplike bir yapıya bürünmesine sebep olmuştur (Zerenler ve Ögüt, 2007, s.504).

Türkiye'de son yıllarda sağlık sektöründe hızlı bir gelişme yaşanmaktadır. Nüfus sayısının artması nedeniyle daha fazla sağlık kuruluşuna ihtiyaç duyulmakta, satın alma gücünün artması ya da medyanın sağlık hizmetlerinin kozmetik kısmını ön plana çıkarmasıyla sağlık harcamaları da giderek artmaktadır. Sağlık hizmetlerindeki artan talep daha nitelikli bir hizmet sunumunu, gelişmiş ülkelerin sağlık hizmeti standartlarına uyumu ve yeni teknolojilerin kullanımını da zorunlu hale getirdiğinden bu beklenti sağlık

¹ "Sağlığın Teşviki ve Geliştirilmesine Yönelik Dönüm Noktaları Global Konferanslardan Bildiriler" (2011). T.C. Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü

hizmetleri sektöründe değişim ve dönüşümü beraberinde getirmiştir (Altay, 2007, s.53). Ancak sağlık hizmetleri ertelenemeyen, ikamesi olmayan, ihtiyaç ve talebin ne zaman ortaya çıkacağı belli olmayan özellikleri nedeniyle diğer hizmet türlerinden ayrılmaktadır (Tengilimoğlu vd., 2015, s.74). İnsan hayatı ve sağlığının söz konusu olduğu bu alandaki hizmetlerin maliyeti kadar mahiyetinin de tahmin edilemez oluşu, sağlık hizmetlerini diğer hizmetlerden daha ayrıcalıklı ve biricik kılmaktadır.

Türkiye’de sağlık hizmetleri; tedavi edici, koruyucu, rehabilite edici sağlık hizmetler ile sağlığın iyileştirilmesine yönelik hizmetler (Tengilimoğlu vd., 2015) olarak sınıflandırılırken, sağlık hizmetleri sunumu dört basamağa ayrılmaktadır. Birinci basamak sağlık kuruluşları; aile sağlığı merkezleri (sağlık ocakları), işyeri hekimleri, kamu hastanesi poliklinikleri, verem savaş dispanserleri ve muayenehaneler gibi geniş çaplı tetkik ve tedavinin yapılmadığı sağlık kuruluşlarıdır. İkinci basamaktaki sağlık kuruluşları; birinci basamaktaki sağlık kuruluşlarından daha geniş kapsamlı kuruluşlar olup, uzman hekim ve sağlık personelleri tarafından yatarak tedavi ve gözlemin yapıldığı sağlık kuruluşlarıdır. İkinci basamak sağlık kuruluşları arasında kamu hastaneleri, özel hastaneler özel tüm hastaneler (özel dal hastaneleri hariç) ve askeri hastaneler bulunmaktadır. Üçüncü basamak sağlık kuruluşları ise daha ileri tetkik ve özel tedavilerin sunulduğu üniversite hastaneleri, eğitim araştırma hastaneleri, ruh ve sinir hastalıkları hastaneleri ve onkoloji hastaneleri gibi özellikli sağlık kuruluşlarıdır. Sağlık sisteminin en tepesinde ise planlayıcı ve denetleyici kurum olarak Sağlık Bakanlığı (SB) bulunmaktadır (Şekil 1).



Kaynak: T.C. Sağlık Bakanlığı, Türkiye Sağlık Bilgi Sistemi Eylem Planı, Ocak 2004, s.10.

Şekil 1. Türk Sağlık Sistemi Basamakları

3. Sağlık Hizmetlerinde Özelleşme ve Özel Hastaneler

Selçuklu ve Osmanlı döneminde darüşşifa, şifahane, maristan, bimaristan, dar-üş-sihha, darü't-tıb (Cantay, 1992, s.1,2) olarak anılan hastaneler WHO tarafından; bireylere yönelik ayakta veya yatarak teşhis, tedavi ve rehabilitasyon hizmetleri veren kuruluşlar olarak tanımlanmıştır. Sağlık sisteminin önemli bir parçasını oluşturan hastaneler bir yandan toplumun sağlık ihtiyacını karşılarken, diğer yandan hekim ve hemşire gibi sağlık profesyonellerinin eğitimi ve klinik araştırmalar için de kritik bir temel oluştururlar (WHO, 2022). Hasta ya da hastalık şüphesi duyanların, yaralıların, sağlık durumlarını kontrol ettirmek isteyenlerin, muayene ve tedavi olmak için başvurdukları sağlık kurumları olarak hastaneler aynı zamanda çevreden girdi alarak, yine aynı çevreye geri bildirim verme mekanizmasına sahip dinamik sistemlerdir (Tengilimoğlu vd., 2015, s.183). Bu nedenle hastanelerin, hastaların farklı ihtiyaçlarına cevap verebilecek teknolojik ve donanımsal alt yapıya; yeterli bilgi ve uzmanlık seviyesine sahip sağlık ekibine sahip olması beklenir. Ancak hastaneler kurumsal açıdan bakıldığında yalnızca sağlık hizmeti sunulan fiziki yapılar değil, aynı zamanda hasta ve yakınlarının teşhis ve tedavi süresi boyunca yeme-içme, yatılı hizmet, temizlik, otopark, ödeme kolaylığı gibi ihtiyaçlarının da karşılandığı, üst düzey yöneticilik becerisi gerektiren emek-yoğun hizmet işletmeleridir. Bu da hastanelerde planlama, koordine etme ve yürütmedeki sorumluluğun önemini ortaya çıkarmaktadır. Bilhassa sağlık sektörüne özel hastanelerin katılmasıyla birlikte ekonomik bir yapıya dönüşen hastaneler birbirleriyle rekabet edebilmek adına en kaliteli sağlık hizmetini sunabilmek için farklı stratejiler geliştirmek zorunda kalmışlardır.

Sağlık hizmetlerinin sunumunda temelde iki örgütlenme biçimi vardır; kamusal sağlık kurumları ve özel sağlık kurumları. Ülkeye göre örgütlenme biçimleri değişmektedir. Kimi ülkeler kamu ve özel sağlık hizmetlerinden oluşan karma modeli benimserken kimi ülkeler bunlardan yalnızca bir modeli uygulamaya koymaktadır (Akdur, 1999, s.9). Tekli sağlık politikasını uygulayan ülkelerde sağlık hizmetleri yoğunlukla kamu birimleri aracılığıyla yürütülürken, karma modeli uygulayan ülkelerde bu hizmetler ağırlıklı olarak özel teşebbüsler ve özel hastaneler tarafından yürütülmektedir (Akdur, 1999, s.9). Türkiye'deki sağlık hizmeti sunumuna baktığımızda biraz karmaşık bir yapı görülmektedir. Türk sağlık sektörü kamu, yarı-kamu ve özel kurumların yanı sıra dernek ve vakıflar tarafından yürütülmektedir (Tengilimoğlu vd., 2015, s.147). Kamu kesiminde temel sağlık hizmeti sunucusu ve yürütücüsü Sağlık Bakanlığı olmakla birlikte, Milli Savunma Bakanlığı, belediyeler ve üniversiteler de kamu kesimindeki diğer sağlık hizmeti üreticileridir (Tengilimoğlu vd., 2015, s.147). Kamu kesiminin karşıt aktörü olarak özel sağlık hizmeti sunucuları arasında ise özel kişilere ve kuruluşlara ait sağlık kurumları, dernek ve vakıflara ait sağlık kurumları ile yabancılarla ve azınlıklara ait sağlık kurumları bulunmaktadır (Yıldırım ve Konca, 2018, s.4).

Türkiye'de özel sağlık kuruluşları ile ilgili temel mevzuat; "1933 tarih ve 2219 sayılı Hususi Hastaneler Kanunu", "1982 tarih ve 5747 sayılı Özel Hastaneler Tüzüğü", "2002 tarih ve 24708 sayılı Özel Hastaneler Yönetmeliği" başta olmak üzere diğer sağlık hüküm ve yönetmeliklerinden oluşmaktadır. Türkiye'de özel sağlık hizmeti sunan kuruluşlar; özel hastaneler, özel poliklinik ve tıp merkezleri, özel muayenehaneler ve özel tanı laboratuvar merkezleri olmak üzere dört farklı kategoride incelenmektedir (Yıldırım ve Konca, 2018, s.5).

Dünya'da ilk özel hastaneler kar amacı gütmeyen, gönüllülük esasına dayalı hizmet veren kişi ve kurumlarca kurulmuştur (Temel, 2003, s.3). Ancak Türkiye'de ve dünyada özel hastane sektörünün hızlı bir şekilde gelişmesine neden olan neoliberal politikalar, özel sağlık kurumlarını da tıpkı diğer özel sektör kuruluşları gibi kar odaklı

yapılara dönüştürmüştür. 1990'lı yıllara kadar devlet hastanelerini tamamlayan özel muayenehaneler, laboratuvar ve röntgen tetkik üniteleri, azınlıkların ve yabancıların kurduğu özel hastaneler şeklinde varlık gösteren özel sağlık sektörü 1980'li yıllarda özel poliklinik ve dispanser tarzında il ve ilçe merkezlerinde gelişmeye başlamıştır (Temel, 2003, s.4). Bu gelişmede 24 Ocak 1980 İstikrar Programı kapsamında alınan ekonomik kararların büyük etkisi vardır. Alınan kararlar neticesinde ülkede sağlık ve sosyal güvenlik hizmetleri de yeniden düzenlenerek sağlıkta özelleştirme dönemi olarak adlandırılan dönem başlamış ve TC Anayasası bu yönde yeniden düzenlenmiştir. (Akdur, 1998, s.27).

1980'lerden itibaren yapılan yeni düzenlemelerle diğer alanlarda olduğu gibi sağlık sektöründe de özelleştirme ve rekabet ön plana çıkarılmaya başlamıştır. 1982 Anayasası ile Cumhuriyet tarihinde ilk kez bir Anayasa'da özel sağlık sektöründen bahsedilmiştir. 1982 Anayasası'nın 56. maddesi sağlık hakkından bahsederken sağlık alanında özelleşmenin teşvik edilmesini de sağlamıştır. Benzer şekilde 1987 yılında yürürlüğe giren "3359 sayılı Sağlık Hizmetleri Temel Kanunu"nun 5. Maddesi ile de sağlık kurumları birer sağlık işletmesine dönüştürülmüştür. Hastanelerin sağlık işletmesine dönüştürülmesindeki temel amaç kendi bütçeleriyle işletilmesinin yanı sıra, serbest piyasa koşullarında sağlık kurumlarının birbirleriyle rekabet eder pozisyona getirilmesidir (Altay, 2007, s.54).

Bu gelişmeler doğrultusunda 1990'lardan itibaren Türkiye'de özel hastanelerin sayısında büyük bir artış görülmüştür (Kökücü, 2014, s.103). 1980'de 75 olan özel hastane sayısı 1990 yılında 103 olurken; sadece 13 yıl sonra yaklaşık 2.5 kat artış göstererek 2003 yılında bu sayı 246'ya ulaşmıştır (Sağlık Bakanlığı, 2020).

İBBS-1	Sağlık Bakanlığı	Üniversite	Özel	Toplam
İstanbul	54	16	162	232
Batı Marmara	55	4	20	79
Ege	122	7	71	200
Doğu Marmara	80	4	54	138
Batı Anadolu	71	13	51	135
Akdeniz	84	8	88	180
Orta Anadolu	77	4	22	103
Batı Karadeniz	97	3	19	119
Doğu Karadeniz	68	1	12	81
Kuzeydoğu Anadolu	50	2	4	56
Ortadoğu Anadolu	58	3	17	78
Güneydoğu Anadolu	84	3	46	133
Türkiye	900	68	566	1534

Tablo 1. İBBS-1'e ve Sektörlere Göre Hastane Sayısı (2020)

Kaynak: T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Bilgi Sistemleri Genel Müdürlüğü
<https://sbsqm.saglik.gov.tr/Eklenti/41611/0/haber-bulteni-2020pdf.pdf>

2020 sonu itibariyle Sağlık Bakanlığı'nın verilerine göre 566'ya ulaşan özel hastanelerin 162'si sadece İstanbul'da faaliyet göstermektedir. Türkiye'deki özel hastanelerin toplam hastaneler içindeki payı yaklaşık %37'dir (Tablo 1).

Sağlık sektörünün büyük oranda kamu kurumlarında olan yükünü hafifleten özel sağlık kurumları sağlık alanındaki kaynakların daha etkin ve verimli kullanılmasını sağlarken, hasta ve yakınları için daha fazla sağlık hizmeti fırsatı yaratmaktadır. Tüm bunların yanı sıra 2020 yılından bu yana içinde bulunduğumuz küresel koronavirüs (Covid-19) salgını nedeniyle özel sağlık kurumlarına olan ihtiyaç bir kez daha gündeme

gelmiştir. Covid-19'la mücadele kapsamında Türkiye genelinde pek çok kamu hastanesinin pandemi hastanesi ilan edilmesi sebebiyle hastalar koronavirüs tedavisi dışındaki tedavilerinde büyük oranda özel hastanelerden yararlanmışlardır. Aynı zamanda yoğun bakım desteği gereken durumlarda özel hastaneler de kendi imkânlarıyla tedavi sürecine katılmışlardır. Ancak her ne kadar sağlık hizmeti sunumu söz konusu olsa da özel hastanelerden hizmet alma süreci kamu hizmeti olarak görülmemelidir. Rekabete dayalı tüm sektörlerde olduğu gibi özel sağlık sektöründe de gelir-gider dengesini kurmak isteyen kuruluşlar için ekonomik kazanç ön planda olmaktadır. Özel hastaneler başta olmak üzere tüm özel sağlık kuruluşlarında başarılı olabilmek için müşteri (hasta) memnuniyetini sağlamak ve tercih edilir olmak gerekmektedir.

Müteşebbisleri tarafından kar amacı ile kurulup işletilen özel hastanelerin sektörde varlıklarını sürdürebilmeleri kar etmelerine bağlı olduğundan özel hastanelerin yanı sıra kamu hastaneleri ile de rekabet etmek zorundadırlar (Tengilimoğlu vd., 2015, s.224). Bu nedenle özel hastaneler çoğu zaman asgari şartlarda temel sağlık hizmeti veren kamu hastanelerinden daha özenli, daha kaliteli ve daha çekici sağlık hizmeti vermeye özen göstermelidirler.

Kamu ya da özel hastanelerde sunulan sağlık hizmeti hususunda teknolojik olanaklar ve hastanenin fiziki imkanları harici ciddi farklılıklar bulunmamaktadır. Kurumlar arası farklılıkları belirgin hale getiren kişilere uygulanacak teşhis ve tedavide hekimin bilgisi ve tecrübesinin yanısıra hastanenin alt yapı imkanları, temizliği, sağlık personeli ve diğer personellerin ilgisi, randevu kolaylığı ve iletişim faaliyetleri olmaktadır (Canöz, 2013, s.62-63). Özel hastaneler hastalara daha iyi şartlarda hizmet sunarak sağlık hizmetlerinin kalitesinin gelişmesine katkıda bulunurken, kamu sektörünün alternatifi olarak serbest piyasa ekonomisinde rekabet ortamı da yaratmaktadırlar. Elbette bir özel hastanenin rekabet avantajı sağlayabilmesi için tercih edilmesi, bunun için de hastalarının beklentilerini karşılayarak onları memnun etmesi gerekmektedir.

4. Materyal ve Yöntem

Araştırmanın ana materyali, 2016 yılı Nisan-Mayıs aylarında Samsun il merkezinde yer alan özel hastanelerden en az bir kere sağlık hizmeti alan 504 kişiyle yapılan yüz yüze anketlerden elde edilmiştir. 2016 itibarıyla 1,28 milyon nüfusa sahip Samsun ili için %95 güven düzeyinde gerekli örneklem sayısı 384 olarak belirlenmiştir. Ölçeğin oluşturulması esnasında ölçekte yer verilmesi uygun bulunan maddeler alanında uzman kişilere gösterilmiş, onların önerileri doğrultusunda gerekli düzenleme ve değişiklikler yapılmıştır. Uygulama öncesi gerçekleştirilen pilot çalışma neticesinde anket formu son şeklini almıştır. Hastaların özel hastane tercihlerinde kurumsal imajın rolünü ölçmeye yönelik 43, demografik özelliklere yönelik 7 soru bulunmaktadır. Anket soruları araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanmış olup, araştırmada amaçlı örneklem yöntemi kullanılmıştır. Örneklemi oluşturan 504 katılımcının %60,5'ini (305) kadın katılımcılar, %39,5'ini (199) ise erkek katılımcılar oluşturmaktadır (Tablo 2).

Cinsiyet	n (Katılımcı Sayısı)	% (Yüzde)
Kadın	305	60,5
Erkek	199	39,5
Toplam	504	100

Tablo 2. Cinsiyete Göre Katılımcı Sayıları

Araştırmada kullanılan ölçek 5'li likert tipi ölçektir ve ölçeği oluşturan anket sorularında; demografik özellikler ile özel hastane tercihinde etkili faktörleri belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Özel hastane tercihini belirlemek üzere sorulan 40 maddenin cevaplandırılmasında kullanılan 5'li likert ölçeği; 1: Hiç önemli değil, 2: Önemli değil, 3: Kararsız, 4: Önemli, 5: Çok Önemli olarak belirlenmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçeği alt boyutlar altında toplamak amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Ölçeğin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri (0.863) örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu göstermektedir. Ayrıca Bartlett küresellik testiyle ($P < 0.001$) verilerin anlamlı olduğu, bu bağlamda değişkenler arasında faktör analizi yapmaya yeterli bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur (Tablo 3).

KMO örneklem yeterliliği ölçütü		0.863
Bartlett küresellik testi	Yaklaşık ki kare	7085.41
	Serbestlik derecesi	780
	Önem düzeyi (P)	<0.001

Tablo 3. Ölçeğin Faktör Analizine Uygunluğu (KMO ve Bartlett Testi)

Araştırmanın temel hipotezleri şu şekildedir:

Hipotez 1: Özel hastane tercihinde etkili faktörler arasında anlamlı pozitif ilişkiler vardır.

Hipotez 2: Özel hastane tercihinde etkili olan faktörler (alt boyutlar) ve cinsiyet arasında fark vardır.

Hipotez 3: Özel hastane tercihinde etkili olan faktörler (alt boyutlar) ve medeni durum arasında fark vardır.

Hipotez 4: Özel hastane tercihinde etkili olan faktörler (alt boyutlar) ve eğitim durumu arasında fark vardır.

Hipotez 5: Özel hastane tercihinde etkili olan faktörler (alt boyutlar) ve sosyal güvence arasında fark vardır.

Hipotez 6: Özel hastane tercihinde etkili olan faktörler (alt boyutlar) ve özel hastaneden yararlanma sıklığı arasında fark vardır.

4.1. Özel Hastaneleri Tercih Etmede Etkili Olan Faktörler

Araştırmada, KMO ve Bartlett küresellik testi sonuçlarından hareketle verilerin faktör analizi yapılması açısından uygun olduğu belirlenerek açıklayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. "Faktör analizi çoğunlukla ölçek geliştirmek veya ölçme aracının temel aldığı varsayılan yapıyı test etmek amacıyla kullanılan bir analiz türüdür" (Tuncer, 2012).

Örneklem büyüklüğünün faktörleştirmeye uygunluğu KMO testi ile verilerin çok değişkenli normal dağılımdan gelip gelmediği ise Bartlett küresellik testi ile ortaya konulmuştur (Tablo 3). Bu araştırmada özel hastaneyi tercih etme nedenleri için esas olan maddeler (40 madde) belirlenirken maddelerin yüklendiği faktördeki yüklerinin en az 0,40 olması ve diğer faktörlere oranla en yüksek değerde olması esas alınmıştır (Tavşancıl, 2006).

	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5	Faktör 6
Hastalık ve tedavi süreci hakkında bilgi verilmesi	0.821					
Şikâyetlerin dinlenmesi	0.698					
Hastalığı anlaşılır şekilde anlatılması	0.696					
Muayene için gerekli öznenin gösterilmesi	0.677					
Tecrübeli ve bilgili hekimlerin olması	0.612					
Olumlu iletişim kurulması	0.468					
Bekleme süresinin azlığı		0.681				
Kayıt işleminin kısa sürmesi		0.681				
Personelin ilgili olması		0.585				
Tetkik sonuçlarının kısa sürede verilmesi		0.548				
Yoğunluk olmaması		0.512				
İletişim ve randevu alma kolaylığı		0.501				
Gürültülü olmaması		0.491				
Personelin güler yüzlü davranması		0.478				
Şikâyet ve problemlerin hızlı çözülebilmesi		0.474				
Bilgi alma kolaylığı		0.454				
Dergi / Broşür yayınlama			0.776			
Radyo / TV / Gazete reklamları			0.712			
Promosyon ürün			0.663			
Güncel ve işlevsel bir web sitesi			0.659			
Konferans / Seminer / Eğitim			0.627			
Binanın güzel görünmesi			0.473			
Personel kıyafetlerinin düzgün olması				0.681		
Kafeteryanın düzenli ve yeterli olması				0.641		
Bekleme salonunun düzenli ve yeterli olması				0.624		
Bina düzeninin iyi olması				0.606		
Yataklı servisin iyi olması				0.601		
Otoparkın geniş olması				0.486		
Kan bağıışı kampanyası düzenleme					0.701	
Hastalıklar konusunda toplumu bilgilendirme					0.657	
Gazi ve şehit ailelerine ücretsiz hizmet					0.645	
Hasta bilgileri gizliliği ve mahremiyeti					0.570	
Çevresel konulara karşı duyarlı olma					0.563	
Hasta haklarına saygılı olma					0.488	
Yakın çevrenin tavsiyesi						0.667
Medyadaki olumlu haberler						0.594
Hekimin tanınmış / ünlü olması						0.546
Dini hassasiyetlerin gözetilmesi						0.527
Eve / iş yerine yakınlık						0.504
Makul ücretler						0.470
Özdeğer	7.551	4.576	2.173	1.892	1.732	1.490
Varyans (%)	18.878	11.440	5.432	4.731	4.330	3.726

Tablo 4. Döndürülmüş Faktör Yükleri ve Özdeğerler

Yapılan açıklayıcı faktör analizi neticesinde toplam varyansın %48.536'sını açıklayan altı (6) faktör olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda; hekim, fiziki etkenler, reklam-tanıtım, hizmet kalitesi, sosyal sorumluluk ve memnuniyet üzere altı faktör grubu belirlenmiştir (Tablo 4).

Katılımcıların özel hastaneleri tercih etmelerinde etkili olan faktörler arasındaki ilişki düzeyleri incelendiğinde; Hizmet faktörüyle Hekim Faktör arasında pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı bir ilişki görülmektedir (.449). Buna göre özel hastaneleri tercih etmede hizmet faktörüne önem verenlerin aynı zamanda Hekim faktörüne de önem verdikleri söylenebilir.

Faktörler	Hekim faktörü	Hizmet kalitesi	Reklam-Tanıtım	Fiziki faktörler	Sosyal sorumluluk	Müşteri memnuniyeti
Hizmet	0,449**					
Reklam-Tanıtım	-0,036	0,242**				
Fiziki etkenler	0,188**	0,380**	0,367**			
Sosyal sorumluluk	0,263**	0,338**	0,295**	0,381**		
Memnuniyet	0,119**	0,351**	0,496**	0,396**	0,307**	
Genel	0,338**	0,650**	0,728**	0,669**	0,609**	0,737**

** (P<0,001)

Tablo 5. Hastaların Özel Hastane Tercih Etmelerinde Etkili Olan Faktörler Arasındaki İlişkiler

Reklam-Tanıtım Faktörü ile Hizmet Kalitesi Faktörü arasında da pozitif yönlü zayıf ilişki vardır (,242). Buna göre özel hastaneleri tercih etmede Reklam-Tanıtım Faktörüne önem verenlerin aynı zamanda Hizmet Kalitesine de önem verdikleri görülmektedir.

Özel Hastaneleri tercih etmede Fiziki şartlara önem verenlerin pozitif yönlü zayıf düzeyde Hekim (,188), yine pozitif yönlü orta düzeyde Hizmet Kalitesi (,380) ve Reklam-Tanıtım (,367) Faktörlerine de önem vermektedirler. Buna göre özel hastaneleri tercih etmede Fiziki Etkenlere önem verenlerin hekim, hizmet kalitesi ve reklam-tanıtım faktörlerinde önem verdikleri söylenebilir.

Özel Hastaneleri tercih etmede Sosyal Sorumluluk faktörü ile Hekim (,263), Hizmet Kalitesi (,338) ve Reklam-Tanıtım (,295) faktörleri arasında pozitif yönlü zayıf düzeyde; Fiziki Faktörler (,381) ile de yine pozitif yönlü orta düzeyde bir ilişki vardır. Bu verilere göre özel hastaneleri tercih etmede Sosyal Sorumluluk Faktörüne önem verenlerin biraz daha az olmak kaydıyla Hekim, Hizmet Kalitesi, Reklam-Tanıtım; bunlardan biraz daha fazla olmak kaydıyla da hastanenin Fiziki şartlarına önem verdikleri söylenebilir.

Özel Hastaneleri tercih etmede etkili olan Memnuniyet Faktörü ile Hekim (,119) ve Sosyal Sorumluluk Faktörü (,307) arasında pozitif yönlü zayıf; Hizmet Kalitesi (,351), Reklam -Tanıtım (,496) ve Fiziki Faktörler (,396) arasında da pozitif yönlü orta düzeyde ilişki vardır. Bu verilere göre özel hastaneleri tercih etmede Memnuniyet Faktörüne önem verenlerin Hekim, Fiziki Faktörler, Reklam-Tanıtım, Hizmet Kalitesi ve Sosyal Sorumluluk Faktörlerine de önem verdikleri söylenebilir. Ya da başka bir deyişle özel hastaneleri tercih etmede Memnuniyeti önemseyenlerin en fazla Reklam-Tanıtım, ondan biraz daha az olmak kaydıyla sağlık kuruluşunun Fiziki yeterliliğini, Hizmet kalitesini, Sosyal sorumluluk çalışmalarını ve en az düzeyde de Hekim ile ilgili verileri önemsedikleri söylenebilir (Tablo 5).

Ölçeğin iç tutarlılığını ortaya koyan Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı 0.870 olarak bulunmuştur. Ayrıca ölçeğin alt boyutları olan hekim, hizmet kalitesi, reklam-tanıtım, fiziki etkenler ve sosyal sorumluluk için araştırmanın güvenilirliği için yeterli görülen 0.70'den yüksek olup, memnuniyete ait güvenilirlik katsayısı kabul edilebilir bir değerdir (Tablo 6).

	Madde sayısı	Güvenilirlik derecesi (Cronbach Alfa)
Hekim	6	0.781
Hizmet kalitesi	10	0.776
Reklam-Tanıtım	6	0.825
Fiziki etkenler	6	0.754
Sosyal sorumluluk	6	0.759
Memnuniyet	6	0.690
Genel	40	0.870

Tablo 6. Araştırma Ölçeğinin Güvenirliği

Araştırmada uygulanan Kolmogrov-Smirnov ve Shapiro Wilk testine göre, her bir alt boyuttan alınan puanlara ait hata terimlerinin normal dağılım göstermemektedir ($p<0,05$). Bu nedenle, cinsiyet ve medeni durum açısından farklılık olup olmaması Mann-Whitney U testi; eğitim durumu, sosyal güvence ve özel hastaneden yararlanma sıklığı açısından farklılıklar ise Kruskal Wallis H testiyle ortaya konulmuştur.

4.2. Özel Hastane Tercihinde Cinsiyetin Rolü

Cinsiyet, bireylerin karar ve tercihlerini etkileyen önemli bir değişkendir. Araştırma sonuçlarına göre, cinsiyet ile özel hastane tercihinde etkili faktörlerden hekim ve hizmet kalitesi faktörleri arasında fark olduğu belirlenmiştir ($P<0.05$).

Özel hastane tercihinde kadınlar, hekim ve hizmet kalitesi faktörlerini erkeklere göre daha etkili bulmaktadırlar (Tablo 7). Benzer şekilde Korkutan'ın (2021) araştırma sonuçlarına göre de kız öğrencilerin hastane tercihinde hekim faktörüne erkeklerden daha fazla dikkate ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Yalçın ve Uka (2020)'nin araştırmasına göre ise kadınlar sağlık hizmet kalitesine erkeklerden daha fazla önem vermekte iken; Karamustafa ve Akbaş'ın (2018) araştırma sonuçları kadınların hastane özelliklerine ilişkin teknolojik altyapı ve hizmetlere ulaşılabilirliği erkeklerden daha fazla önemseydiğini göstermektedir.

	Cinsiyet	Kişi	Ortalama	Std. Sapma	Önem düzeyi (P)
Hekim	Kadın	305	4.84	0.30	0.018**
	Erkek	199	4.78	0.34	
Hizmet kalitesi	Kadın	305	4.53	0.40	0.046**
	Erkek	199	4.45	0.43	
Reklam-Tanıtım	Kadın	305	3.34	0.87	0.975
	Erkek	199	3.33	0.93	
Fiziki faktörler	Kadın	305	4.11	0.64	0.882
	Erkek	199	4.11	0.63	
Sosyal sorumluluk	Kadın	305	4.47	0.48	0.156
	Erkek	199	4.39	0.55	
Memnuniyet	Kadın	305	3.87	0.72	0.627
	Erkek	199	3.88	0.76	
Genel	Kadın	305	4.23	0.37	0.296
	Erkek	199	4.19	0.40	

** : % 5 düzeyinde istatistiki olarak önemlidir.

Tablo 7. Cinsiyete Göre Özel Hastane Tercihinde Etkili Faktörler

4.3. Özel Hastane Tercihinde Medeni Durumun Rolü

	Medeni durum	Kişi	Ortalama	Std. Sapma	Önem düzeyi (P)
Hekim	Evli	268	4.83	0.31	0.095
	Bekâr	236	4.79	0.32	
Hizmet kalitesi	Evli	268	4.48	0.42	0.450
	Bekâr	236	4.51	0.41	
Reklam-Tanıtım	Evli	268	3.32	0.85	0.598
	Bekâr	236	3.34	0.94	
Fiziki faktörler	Evli	268	4.16	0.62	0.042**
	Bekâr	236	4.05	0.65	
Sosyal sorumluluk	Evli	268	4.46	0.48	0.847
	Bekâr	236	4.43	0.54	
Memnuniyet	Evli	268	3.94	0.73	0.011**
	Bekâr	236	3.80	0.74	
Genel	Evli	268	4.23	0.37	0.290
	Bekâr	236	4.19	0.39	

** : % 5 düzeyinde istatistiki olarak önemlidir.

Tablo 8. Medeni Duruma Göre Özel Hastane Tercihinde Etkili Faktörler

Araştırmada, medeni durum itibarıyla özel hastane tercihinde etkili olan faktörlerden memnuniyet ve fiziki faktörler arasında fark olduğu belirlenmiştir ($P < 0.05$).

Memnuniyet faktörü ve fiziki faktörler, evlilerin özel hastane tercihinde bekârlara göre daha etkilidir (Tablo 8).

Belber (2015)'in araştırmasında da benzer bulgular elde edilmiş olup evli kişilerin memnuniyet düzeyine bekarlardan daha fazla önem attığı; Yetim ve Çelik (2021) tarafından yapılan araştırmada ise, bekâr bireylerin devlet hastanelerini, evlilerin ise özel hastaneleri daha çok tercih ettiği tespit edilmiştir.

4.4. Özel Hastane Tercihinde Eğitim Düzeyinin Rolü

	Eğitim Durumu	Kişi	Ortalama	Std. Sapma	Önem düzeyi (P)
Hekim	Oku-yazar	4	4.75	0.29	0.496
	İlkokul / ortaokul	138	4.82	0.30	
	Lise	140	4.81	0.30	
	Üniversite	222	4.81	0.30	
Hizmet kalitesi	Okur-yazar	4	4.58	0.46	0.450
	İlkokul / ortaokul	138	4.48	0.41	
	Lise	140	4.47	0.40	
	Üniversite	222	4.53	0.40	
Reklam-Tanıtım	Okur-yazar	4	3.63	1.05	0.798
	İlkokul / ortaokul	138	3.37	0.75	
	Lise	140	3.28	0.90	
	Üniversite	222	3.34	0.90	
Fiziki faktörler	Okur-yazar	4	4.00	0.30	0.279
	İlkokul / ortaokul	138	4.21	0.50	
	Lise	140	4.10	0.60	
	Üniversite	222	4.05	0.70	

Kategori	Okuma Türü	Kişi	Ortalama		P Değeri
			Ortalama	Standart Sapma	
Sosyal sorumluluk	Okur-yazar	4	3.88	0.76	0.093
	İlkokul / ortaokul	138	4.51	0.50	
	Lise	140	4.42	0.50	
	Üniversite	222	4.43	0.50	
Memnuniyet	Okur-yazar	4	4.38 ^a	0.28	0.013**
	İlkokul / ortaokul	138	4.03 ^{ab}	0.65	
	Lise	140	3.82 ^b	0.80	
	Üniversite	222	3.80 ^b	0.80	
Genel	Okur-yazar	4	4.24	0.32	0.437
	İlkokul / ortaokul	138	4.26	0.34	
	Lise	140	4.18	0.40	
	Üniversite	222	4.20	0.40	

** : % 5 düzeyinde istatistiki olarak önemlidir.

a, b: Aynı harflerle ifade edilen ortalamalar arasında fark yoktur.

Tablo 9. Eğitim Durumuna Göre Özel Hastane Tercihinde Etkili Faktörler

4.5. Özel Hastane Tercihinde Hastaneden Yararlanma Sıklığının Rolü

Araştırmada özel hastaneden yararlanma sıklığına göre özel hastane tercihinde etkili olan faktörlerden hekim ve reklam-tanıtım alt boyutlarına verilen cevaplar arasında fark olduğu belirlenmiştir (P<0.05).

Kategori	Okuma Türü	Kişi	Ortalama	Önem Düzeyi (P)
Hekim	Her ay düzenli	31	4.74 ^{ab}	0.001***
	Altı ayda bir	52	4.74 ^{ab}	
	Yılda bir	41	4.70 ^b	
	İki-üç yılda bir	28	4.71 ^{ab}	
	İhtiyaç duyduğumda	352	4.85 ^a	
Hizmet kalitesi	Her ay düzenli	31	4.48	0.304
	Altı ayda bir	52	4.44	
	Yılda bir	41	4.41	
	İki-üç yılda bir	28	4.43	
	İhtiyaç duyduğumda	352	4.52	
Reklam-Tanıtım	Her ay düzenli	31	3.50 ^{ab}	0.001***
	Altı ayda bir	52	3.65 ^a	
	Yılda bir	41	3.60 ^{ab}	
	İki-üç yılda bir	28	3.61 ^{ab}	
	İhtiyaç duyduğumda	352	3.22 ^b	
Fiziki etkenler	Her ay düzenli	31	4.24	0.816
	Altı ayda bir	52	4.07	
	Yılda bir	41	4.06	
	İki-üç yılda bir	28	4.22	
	İhtiyaç duyduğumda	352	4.10	
Sosyal sorumluluk	Her ay düzenli	31	4.42	0.397
	Altı ayda bir	52	4.49	
	Yılda bir	41	4.33	
	İki-üç yılda bir	28	4.41	
	İhtiyaç duyduğumda	352	4.45	

Memnuniyet	Her ay düzenli	31	3.81	0.110
	Altı ayda bir	52	3.97	
	Yılda bir	41	4.00	
	İki-üç yılda bir	28	4.17	
	İhtiyaç duyduğumda	352	3.83	
Genel	Her ay düzenli	31	4.23	0.788
	Altı ayda bir	52	4.25	
	Yılda bir	41	4.20	
	İki-üç yılda bir	28	4.28	
	İhtiyaç duyduğumda	352	4.20	

***: % 1 düzeyinde istatistiki olarak önemlidir.

^{a, b}: Aynı harflerle ifade edilen ortalamalar arasında fark yoktur.

Tablo 10. Özel Hastaneden Yararlanma Sıklığına Göre Özel Hastane Tercihinde Etkili Olan Faktörler

Ayrıca ihtiyaç duyduklarında özel hastaneyi tercih edenlerin hekimle ilgili faktörlere daha fazla önem atfettikleri saptanırken; özel hastanelerden altı ayda bir yararlananların ise reklam-tanıtım faktörüne diğerlerinden daha fazla önem verdikleri ortaya çıkmaktadır (Tablo 11). Korkutan (2021)'in araştırma sonuçlarına göre ise katılımcıların %38.5'i yılda bir kez, %37.3'ü birden fazla ve %15.5'i de ayda bir kez hastaneye gitmektedir.

4.6. Özel Hastane Tercihinde Bağlı Olunan Sosyal Güvenlik Kuruluşunun Rolü

Sosyal güvencesi olmayan bireyler için ücret, hastane seçiminde önemli unsurlardan olmakla birlikte, bireyler kaliteli sağlık hizmetini düşük ücretle almak istemektedirler.

	Sosyal Güvence	Kişi	Ortalama	Std. sapma	Önem düzeyi (P)
Hekim	SGK	443	4.83	0.30	0.111
	Özel Sigorta / Banka	20	4.67	0.44	
	Sosyal güvencesi yok	34	4.72	0.30	
	Diğer	7	4.81	0.20	
Hizmet kalitesi	SGK	443	4.51	0.42	0.181
	Özel Sigorta / Banka	20	4.45	0.36	
	Sosyal güvencesi yok	34	4.39	0.50	
	Diğer	7	4.37	0.20	
Reklam-Tanıtım	SGK	443	3.33	0.89	0.112
	Özel Sigorta / Banka	20	3.72	0.77	
	Sosyal güvencesi yok	34	3.14	0.90	
	Diğer	7	3.55	0.80	
Fiziki faktörler	SGK	443	4.11	0.65	0.288
	Özel Sigorta / Banka	20	4.21	0.41	
	Sosyal güvencesi yok	34	4.00	0.60	

	Diğer	7	4.45	0.20	
Sosyal sorumluluk	SGK	443	4.46 ^a	0.50	0.014**
	Özel Sigorta / Banka	20	4.08 ^b	0.54	
	Sosyal güvencesi yok	34	4.39 ^a	0.60	
	Diğer	7	4.48 ^a	0.30	
Memnuniyet	SGK	443	3.86	0.76	0.175
	Özel Sigorta / Banka	20	4.14	0.59	
	Sosyal güvencesi yok	34	3.84	0.60	
	Diğer	7	4.24	0.30	
Genel	SGK	443	4.22	0.38	0.496
	Özel Sigorta / Banka	20	4.24	0.30	
	Sosyal güvencesi yok	34	4.11	0.40	
	Diğer	7	4.32	0.10	

** : % 5 düzeyinde istatistiki olarak önemlidir.

^{a, b} : Aynı harflerle ifade edilen ortalamalar arasında fark yoktur.

Tablo 11. Sosyal Güvence Durumuna Göre Özel Hastane Tercihinde Etkili Olan Faktörler

Araştırmada, katılımcıların sosyal güvence durumları açısından özel hastane tercihinde etkili olan faktörler incelenmiştir. Buna göre, sosyal güvence durumu açısından sosyal sorumluluk alt boyutuna verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ($P<0.05$). Sosyal sorumluluk faktörüne ait en düşük skorlamayı özel sigorta ve banka sosyal güvencesine sahip kişilerin yaptığı belirlenmiştir (Tablo 10). Yağar ve Soysal (2017) ile Kayaoğlu ve Gülmez (2020) de araştırmalarında benzer bulgulara ulaşmışlardır. Yağar ve Soysal (2017), hastaların sosyal güvence durumları ile hastaların tercihine etki eden kurumsal özellikler ve tanıtım faktörleri arasında; Kayaoğlu ve Gülmez (2020) de sosyal güvenceye sahip olan ve olmayan hastalar arasında özel hastane tercihinde etkili faktörlerden hizmet kalitesi ve itibar açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit etmişlerdir.

5. Sonuç

Sağlık sektöründe sürekli bir değişimin söz konusu olması, özellikle son yıllarda bireylerin sağlık hizmetlerine karşı farklı talep ve isteklerini ortaya çıkarmaktadır. Bu talep ve istekleri karşılama noktasında, sunulan sağlık hizmeti farklılıklarının gün geçtikçe artması bu sektördeki rekabeti de artırmaktadır. Böylesine yoğun bir rekabetin yaşandığı bu dönemde özel hastanelerin sağlık kurumu olmasının yanısıra kendi sermayesi ve kazancıyla ticari bir teşekkül olduğu da düşünülerek, tercih edilirligi arttırmak için sağlık hizmeti tüketicilerini memnun etmeleri gerektiği unutulmamalıdır. Söz konusu memnuniyet hasta memnuniyeti olduğundan; hastanelerin en kaliteli sağlık hizmeti sunmalarının yanısıra çağa ayak uyduran, teknolojik yenilikleri takip ederek hizmetlerine uygulayan, sağlık tüketicilerinin istek ve ihtiyaçlarını göz önünde bulunduran sağlık kurumları olmaları da beklenmektedir.

Samsun ili merkezini kapsayan bu araştırma, özel hastane tercihinde etkili hekim, hizmet kalitesi, reklam-tanıtım, fiziki etkenler, sosyal sorumluluk ve memnuniyet faktörleri itibarıyla cinsiyet, medeni durum, eğitim, sosyal güvence ve özel hastaneden yararlanma sıklığı açısından farklılık olup olmadığı amacıyla yapılmıştır. Araştırma

sonuçları, kadınların özel hastane tercihinde hekim ve hizmet kalitesi faktörlerini erkeklere göre daha önemli bulduklarını göstermektedir. Hekimin hastada bıraktığı izlenim elbette ki tüm hastalar için önemlidir, ancak kadınların kendi ve ailelerinin sağlıkları söz konusu olduğunda daha hassas oldukları da bir gerçektir. Bu nedenle, özel hastanelerin tüm branşlarda yeterli sayıda, deneyimli ve insan ilişkilerine önem veren bir hekim kadrosu oluşturmaları gerekir. Ayrıca hastanenin hizmet kalitesini artırmak için, hasta ve yakınlarıyla temas halinde olan çalışanlar başta olmak üzere tüm personelin gereken özveriyi göstermeleri sağlanmalıdır.

Hastanın medeni durumu, memnuniyet ve fiziki faktör açısından önemli olup, evli olanlar bu faktörlere bekârlara göre daha fazla önem göstermektedirler. Bu durumda, alınan sağlık hizmetinden memnun olunması ya da olunmaması halinde sadece hizmeti alan değil, tüm aile bireyleri etkilenecektir. Ayrıca fiziki faktörler de, memnuniyeti olumlu etkilemektedir. Nitekim hastanelerde poliklinik ve yataklı servis alanları, bekleme salonları, kafeterya ve otopark gibi fiziki faktörlerin iyileştirilmesinin müşteri (hasta) memnuniyetini de artıracığı görülen sonuçlar arasındadır. Ayrıca daha büyük, daha temiz ve konforlu bir hastane tüm olanaklarıyla güçlü ve pozitif bir hastane imajı geliştireceğinden, hastanenin tercih edilirliliğini de etkileyecektir. Hastanelerin müşteri memnuniyeti sağlamaları, kişinin sadece aile ve yakın çevresini değil, hiç tanışmayan kişilerin dahi birbirlerini günümüzün yoğun iletişim çağında etkilemesi açısından önemlidir. Dolayısıyla, hastanelerin uzun vadede sektördeki varlıklarını sürdürebilmeleri için, bu bilgi akışının gücünü önemsemeleri ve gerekli tedbirleri almaları gerekir.

Araştırma sonuçlarına göre, özel hastanelerden hizmet alma sıklığında hekim ve reklam-tanıtım faktörleri açısından anlamlı farklılık vardır. İhtiyaç duyulmuş hizmet alanlar, düzenli şekilde hizmet alanlara kıyasla hekim faktörüne daha çok önem vermektedir. Diğer taraftan, reklam-tanıtıma en az önem veren grup sadece ihtiyaç duyulmuş özel hastaneye gelen grup iken, düzenli gelenler iletişim faaliyetleri konusunda daha dikkatlidirler. Özel hastanelerin, kendilerinden ara sıra hizmet alan hastaların güvenini kazanmaya yönelik reklam-tanıtım faaliyetlerine ağırlık vermesi, hastanenin zihinlerde doğru şekilde yer etmesi ve hastaneden hizmet alan sayısının artırılması için önemlidir.

Sağlık sektörü, özünde oldukça ehemmiyetli bir sektör olmasının yanı sıra, günümüz koşullarında ayakta kalabilmek için ticari kaygıları da gözetmelidir. Bu nedenle, hastanenin tanınırlığını artıracak, hastalardaki güven duygusunu pekiştirecek reklam faaliyetlerini güçlendirmesi önemlidir. Öte yandan kendi uzmanlık alanında adını duyurmuş hekimler de hastane imajı açısından olumlu bir adım olacaktır. Ayrıca, hastane cihaz ve ekipmanlarında teknolojik gelişmelerin yakından takip edilmesi konusunda yetkililerin gerekli özeni göstermeleri ve hastanenin tam teşekküllü bir yapıya dönüştürülmesi, verilen hizmet kalitesi ve bunun tedaviye yansımaları nedeniyle gereklidir.

KAYNAKÇA

AKDUR, R. (1998). *Çağdaş sağlık ve sağlık hizmetleri kavramları bu kavramlara etki eden dinamikler*. Halk Sağlığı, Ankara: Antıp AŞ. Tıp Kitapları ve Bilimsel Yayınlar.

AKDUR, R. (1999). *Türkiye’de sağlık hizmetleri ve Avrupa Topluluğu ülkeleri ile kıyaslanması*. Ankara: Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı ABD.

AKYILMAZ, B. (2022). Yapay zekâ ve tüketici davranışı alanındaki yayınların bibliyometrik analizi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(1), s.947-963.

doi:<https://doi.org/10.20491/isarder.2022.1420>

AKYÜREK, Ahmet & ORHANER, Emine (2017). Özel hastanelere talebi etkileyen faktörler. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 4(4), s.237-248. Doi: 10.5455/sad.13-1513939681

ALADAÇ, Z., AVCI, S., ÇELİK & B., ALKAN, A. (2017). Özel hastane seçim kriterlerinin analitik hiyerarşi prosesi ile değerlendirilmesi ve kocaeli ili uygulaması. 5. *Uluslararası Mühendislik ve Bilimde Yenilikçi Teknolojiler Sempozyumu*, ISITES2017 Bakü-Azerbaycan.

AYHAN, B. & CANÖZ, K. (2006). Hastaların hastane tercihinde etkili olan halkla ilişkiler faaliyetleri. *II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu*, 27-28 Nisan 2006, Kocaeli, s.71-90.

ALTAY, A. (2007). Sağlık hizmetlerinin sunumunda yeni açılımlar ve türkiye açısından değerlendirilmesi. *Sayıştay Dergisi*, 64, s.33-58.

ATAMAN, G. & YARIMOĞLU, E.K. (2018). Hastane türlerine göre hasta memnuniyetini ve hastane seçimini etkileyen unsurlar. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 21(2), s.273-288.

BELBER, B.G. (2015). Yaş ve medeni duruma göre "özel hastanelerin yaptığı tanıtımın" hastanenin prestijine, tanınırlığına ve tercih edilirliğine etkisi: Nevşehir uygulaması. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1(2), s.518-535. doi: [10.24289/ijsser.106474](https://doi.org/10.24289/ijsser.106474)

BM. (1948). *Birleşmiş Milletler, İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi*. <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights> (Erişim Tarihi: 21.02.2022).

CANTAY, G. (1992). *Anadolu Selçuklu ve Osmanlı darüşşifaları*. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayınları.

CANÖZ, K. (2013). *Sağlık kuruluşlarında halkla ilişkiler uygulamaları*. Konya: Palet Yayınları.

ÇINARLI, İ. (2008). *Sağlık iletişimi ve medya*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

ÇOLAKOĞLU, E. & SEYREK, İ.H. (2018). Marka tercihi ile demografik özellikler arasındaki ilişki: Gaziantep'teki özel hastaneler üzerinde bir araştırma. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 21(3), s.449-460.

DEMİR, E. (2018). İnternet reklamlarının 8-11 yaş grubu çocukları üzerindeki tüketici davranışlarına etkisi. *International Journal of Social Science*, 1(2), s.96-104.

DEMİRER, Ö. & BÜLBÜL, H. (2014). Kamu ve özel hastanelerde hizmet kalitesi, hasta tatmini ve tercihi arasındaki ilişki: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Amme İdaresi Dergisi*, 47(2), s.95-119.

ERYILMAZ, G.A., DEMİRYÜREK, K. & EMİR, M. (2015). Avrupa Birliği ve Türkiye'de organik tarım ve gıda ürünlerine karşı tüketici davranışları. *Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi*, 30, s.199-206. doi.org/10.7161/anajas.2015.30.2.199-206

KARAMUSTAFA, K. & AKBAŞ, Y. Z. (2018). Tüketici odaklı yaklaşımla hastanelerin değerlendirilmesi: Samsun ili örneği. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 4 (2), s.207-230.

KAYAOĞLU, A. ve GÜLMEZ, Y. S. (2020). Sağlık hizmetleri tüketicisi olarak hastaların özel hastane tercihini etkileyen faktörlerin belirlenmesi: Diyarbakır örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 34 (4), s.1267-1286. doi.org/10.16951/atauniiibd.716283

KILIÇ, O. & ERYILMAZ, G.A. (2020). Tüketicilerin ithal tarım ürünleri konusundaki tutum ve davranışlarının belirlenmesi: Samsun ili örneği. *Türkiye Tarımsal Araştırmalar Dergisi*, 7 (3), s.315-320.

KIVANÇ, M. M. (2015). Evrensel sağlık bildireleri ve Türkiye'de sağlık reformları. *Sağlık Ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi*, 3 (2), s.162-166.

KORKUTAN, M. (2021). Gençlerin hastane tercihlerini etkileyen kriterler: bir alan uygulaması. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 8 (68), s.915-927. doi.org/10.26450/jshsr.2399

KÖKCÜ, A. T. (2014). Türkiye'de Cumhuriyet dönemi sağlık politikaları. *Türkiye Klinikleri J Med Ethics*, 22 (3), s.98-105.

OKA. (2018). *Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı, Samsun İli Sağlık Eylem Planı (2018-2023)*.

<https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/assets/upload/dosyalar/43samsun-saglik-eylem-planı-pages-deleted.pdf> (Erişim Tarihi: 21.02.2022).

PAPATYA, G., PAPATYA, N. & HAMŞIOĞLU, A.B. (2012). Sağlık işletmelerinde algılanan hizmet kalitesi ve hasta memnuniyeti: iki özel hastanede karşılaştırmalı bir araştırma. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (1), s.87-108.

Resmi Gazete (1982). *Türkiye Cumhuriyeti Anayasası*, Kanun No: 2709, Kabul Tarihi: 07.11.1982.

Resmi Gazete (2002). *Özel Hastaneler Yönetmeliği*, Resmi Gazete Sayısı:24708, Kabul Tarihi: 27.03.2002.

Resmi Gazete (2003). *Teşhis ve Tedavi Amacıyla Özel Sağlık Kurum ve Kuruluşlarına Hasta Sevğine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkındaki Tebliğ*, Resmi Gazete Sayısı: 25123, Kabul Tarihi: 30.05.2003.

Samsun İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022. <https://samsun.ktb.gov.tr/TR-59852/saglik-turizmi-ve-kaplicalar.html> (Erişim Tarihi: 21.02.2022).

Samsun İl Sağlık Müdürlüğü, 2018. <https://samsunism.saglik.gov.tr> (Erişim Tarihi: 21.02.2022).

ŞANTAŞ, F., KURŞUN, A. & KAR, A. (2016). Hastane tercihinin etki eden faktörler: sağlık hizmetleri pazarlaması perspektifinden alan araştırması. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 19 (1), s.17-33.

TAVŞANCIL, E. (2006). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS İle Veri Analizi*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Eğitimi Genel Müdürlüğü (2008). *Eğitimciler için eğitim rehberi*. Sağlık Ve Sağlığın Korunması Modülleri, Sağlık Bakanlığı, Ankara.

T.C. Sağlık Bakanlığı (2003). *Sağlıkta Dönüşüm Programı*, Sağlık Bakanlığı, Ankara.

T.C. Sağlık Bakanlığı (2004). *Türkiye Sağlık Bilgi Sistemi Eylem Planı, Ocak 2004*, Sağlık Bakanlığı, Ankara.

T.C. Sağlık Bakanlığı (2008). *Türkiye Sağlıkta Dönüşüm Programı ve Temel Sağlık Hizmetleri Kasım 2002-2008*, Sağlık Bakanlığı, Ankara.

T.C. Sağlık Bakanlığı (2004). *80. Yılda Tedavi Hizmetleri 1923 - 2003*, Sağlık Bakanlığı Tedavi Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Ankara.

TEMEL, T. (2003). *Özel hastaneler sektör profili*, İstanbul Ticaret Odası, İstanbul.

TENGİLİMOĞLU, D., AKBOLAT, M. & IŞIK, O. (2015). *Sağlık İşletmeleri Yönetimi*. Nobel Yayınları, Ankara.

TUNCER, M. (2012). "The Development of Data Waste (D-Waste) Scale Toward for Computer Users. *International Online Journal of Educational Sciences*. Cilt 4, Sayı 3, ss.727-737.

TUTKUN, A. & EROĞLU, F. (2022). Havayolu yolcu taşımacılığında sosyal medya faaliyetlerinin tüketici tutum ve davranışları üzerindeki etkisini incelemeye yönelik bir araştırma. *Journal of Aviation*, 6 (1), s.33-41. doi:[10.30518/jav.980949](https://doi.org/10.30518/jav.980949)

TÜFEKÇİ, N. & ASIĞBULMUŞ, H. (2016). Hasta memnuniyeti ve hastane tercihinde etkili olan faktörler: Isparta ili örneği. *Journal of Current Researches on Health Sector*, 6 (2), s.71-92.

WHO. (2020). World Health Organization, *Basic Documents*, https://apps.who.int/gb/bd/pdf_files/BD_49th-en.pdf#page=6 (Erişim Tarihi: 21.02.2022).

YAĞAR, F. & SOYSAL, A. (2017). Markalaşma sürecinde etkili olan kurumsal özellikler ve tanıtım faktörlerinin hastane tercihleri üzerindeki etkisi. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 20 (4), s.457-474.

YALÇIN, İ. & UKA, S. (2020). Hastaların demografik özelliklerine göre devlet ve özel sağlık hizmeti kalitesi algısı-kosovalı hastalar üzerine bir araştırma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12 (4), s.15-26.

YETİM, B. & ÇELİK, Y. (2021). Sağlık sektöründe bireylerin hizmet sunucu tercihlerini etkileyen faktörler. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, İstiklal Marşı 100. Yıl Armağan Sayısı, s.173-185. doi.org/10.18026/cbayarsos.682772

YILDIRIM, H. H. & KONCA, M. (2018). *Türkiye’de özel sağlık kurumları sektörü: mevcut durum, sorunlar ve çözüm önerileri*. TUSPE Yayınları, https://www.tuseb.gov.tr/tuspe/uploads/yayinlar/diger/pdf/02-07-2020_5efdc79d4b380_tuspeanaliz05_turkiyede_ozel_saglik_kurumlari_sektoru.pdf (Erişim Tarihi: 21.02.2022).

ZERENLER, M. & ÖĞÜT, A. (2007). Sağlık sektöründe algılanan hizmet kalitesi ve hastane tercih nedenleri araştırması: Konya örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18, s.501-519.

Summary

The aim of this research is to reveal the factors that affect the private hospital preference of patients who are health care consumers. Health care is one of the main factors that increase people's quality of life and increase social welfare. The increase in the number of institutions serving in the health sector and the integration of constantly developing technologies are important in terms of meeting patient expectations. In Turkey, important steps have been taken in recent years to ensure the satisfaction level of people receiving health services and to improve public health. Increasing the scope and number of private hospitals as well as family medicine, community health centers, health cabinet applications, home care services for the elderly and disabled individuals, and dissemination of more specialized hospitals such as city hospitals, training and research hospitals and university hospitals are among the main developments in the health sector.

The research area is Samsun, which is Turkey's 16th and Karadeniz's largest city with a population of 1 million 371 thousand. The data of the research were obtained from the questionnaires made with 504 people who received health care at least once from private hospitals located in the city center of Samsun. As a healthcare consumer, patients can consider many factors when choosing a hospital. For this reason, private hospitals, which have to provide better health services, should know the patient preferences and expectations and act accordingly. There are two basic forms of organization in the provision of health services, public and private. Organizational styles vary from country to country. While some countries adopt a mixed model of public and private health services, some countries implement only one model. Since the 1990s, there has been a great increase in the number of private hospitals in Turkey. While the number of private hospitals was 75 in 1980, it was 103 in 1990; After only 13 years, this number increased by 2.5 times and reached 246 in 2003. As of the end of 2020, according to the data of the Ministry of Health, 162 of the 566 private hospitals operate only in Istanbul. The share of private hospitals in Turkey in total hospitals is approximately 37%.

In the research; Six factors effective in choosing a private hospital were determined: physician, service quality, advertisement-promotion, physical factors, social responsibility and satisfaction. According to the results of the research, there is a significant difference in the frequency of receiving services from private hospitals in terms of physicians and advertising-promotional factors. Those who receive service as needed give more importance to the physician factor than those who receive service regularly. On the other hand, while the group that attaches the least importance to advertisement-promotion is the group that only visits the private hospital when needed, those who come regularly are more careful about communication activities. It is important for private hospitals to focus on advertising-promotion activities aimed at gaining the trust of the patients who receive service from them occasionally, for the hospital to be placed in the minds correctly and to increase the number of service recipients from the hospital.

Yaşlı Aile Üyesine Evde Bakım Verenlerin Bakım Verme ile Hakları Konusundaki Bilgi Düzeyleri ve İhtiyaçları*

Gamze ÖZBAYRAK**, Ömer Miraç YAMAN***

Öz

Bu araştırmada yaşlılara bakım veren aile üyelerinin bakım verme ile hakları konusunda ne kadar bilgiye sahip olduklarını ortaya çıkarmak, yararlandıkları hizmetleri değerlendirmek ve ihtiyaçlarını tespit etmek amaçlanmıştır. Bu amaç için nitel araştırma yöntemi, durum çalışması deseni kullanılmış, derinlemesine mülakat ile gözlem yapılarak veri toplanmıştır. 48'i bakım veren, 15'i yaşlı olmak üzere toplam 63 kişi ile iletişime geçilmiştir. Ancak Covid-19 nedeni ile birçok kişi mülakat yapmayı kabul etmemiş ve toplam 19 bakım veren aile üyesi ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler Maxqda Nitel Veri Analiz Programına yüklenmiş, veriler birkaç kez okunmuş, kodlamalar yapılarak ana temalara ulaşılmıştır. Veri analizinde betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Araştırma sonucunda bakım verenlerin bakım verme ve hakları konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları görülmüştür. Bu durumda hem meslek elemanları tarafından bilgilendirilmemelerinin hem de haklarının yeterince tanıtılmamasının etkili olduğu belirlenmiştir. Bununla beraber ev içi yardımcı personele, psikolojik-sosyal-maddi desteğe, yaşlı bakımı eğitimine, sosyal güvenceye, toplumsal farkındalığa ihtiyaç duydukları tespit edilmiştir. Bakım verenlerin bilgi düzeyleri ve ihtiyaçları doğrultusunda gerekli uygulama ve politikaların üretilmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yaşlı bakımı, evde bakım, bakım verme, hak, ihtiyaç



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 20.12.2021

Kabul/Accepted: 19.05.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.1038511>

* Bu çalışma birinci yazarın Prof. Dr. Ömer Miraç YAMAN danışmanlığında yürütülen "Bakıma İhtiyaç Duyan Yaşlılara Bakım Vermenin Bakım Veren Aile Üzerindeki Etkilerinin Araştırılması" isimli yüksek lisans tez sürecinde elde edilen verilerden üretilmiştir. İlgili tez, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü tarafından 2021 yılında kabul edilmiştir.

** Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Sosyal Hizmet Bölümü, İstanbul, Türkiye. E-posta: ozbayrakgamze.tr@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0003-0636-0683>

*** Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, İstanbul, Türkiye, E-posta: omermirac@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9989-8575>

Knowledge Levels and Needs of Home Caregivers on Care and Rights of Elderly Family Members

Abstract

In this study, it was aimed to reveal how much knowledge the family members who care for the elderly have about caregiving and their rights, evaluate the services they use, and to determine their needs. For this purpose, qualitative research method, case study design was used, and data were collected through observation through in-depth interviews. A total of 63 people, 48 of whom were caregivers and 15 of whom were elderly, were contacted. However, due to Covid-19, many people did not accept to be interviewed and a total of 19 family members were interviewed. The data obtained were loaded into the Maxqda Qualitative Data Analysis Program, the data were read several times, and the main themes were reached by coding. Descriptive analysis technique was used in data analysis. As a result of the research, it was seen that caregivers did not have enough information about caregiving and their rights. In this case, it has been determined that both the fact that they are not informed by the professionals and that their rights are not adequately promoted are effective. In addition, it has been determined that they need domestic auxiliary personnel, psychological-social-material support, elderly care education, social security and social awareness. It is thought that it is necessary to produce the necessary practices and policies in line with the knowledge levels and needs of the caregivers.

Keywords: Elderly care, informal care, care, right, need

1. Giriş

Bakım kelimesi, herhangi bir şeyin gelişme göstermesi veya iyi olması için verilen emek anlamına gelmektedir (Dinç, 2010, s.75). Kişinin ihtiyaçlarını tek başına karşılayamaması ve isteklerini yerine getirmemesi bakıma ihtiyaç duyma haline işaret ederken (Karaca, Yazıcı ve Korkma, 2016, s.7) bu kişinin ihtiyaçlarını gideren ve bireye destek olan kişiye bakım veren denilmektedir (Ekici, 2019, s.9). Bir kişinin bakıma ihtiyaç duyar hale gelmesinde yaşlılık, engellilik ve kronik hastalıklar gibi pek çok sebep etkili olmaktadır (Özkurt, 2019, s.6). Bu nedenlerden biri olan yaşlılık döneminde yaşlı bireyler pek çok sorunla karşılaşmaktadır (Kurt, Beyaztaş ve Erkol, 2010, s.34). Sorunlarla baş etme noktasında yaşlının ve ailesinin yararlandığı resmi hizmetler ile haklarına erişim durumları önem arz etmektedir.

Bakıma ihtiyaç duyan yaşlıların yasal hakları arasında 2022 sayılı kanunda belirtildiği üzere yaşlılık maaşı yer almaktadır. Bu kanuna istinaden çıkarılan yönetmelikte 65 yaşını dolduran, bakıma ihtiyaç duyduğuna Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları tarafından karar verilen ve diğer şartları karşılayan yaşlı Türk vatandaşlarına aylık maaş ödeneceği belirtilmiştir (Resmi Gazete, 2013). Bununla beraber bakım ihtiyaçlarının karşılanması için yaşlıların kalabileceği bazı bakım merkezleri de bulunmaktadır. Bu merkezlerin hizmetlerinden yararlanmak bakıma ihtiyaç duyan tüm yaşlıların hakkıdır. Son dönem hastaneleri, söz konusu merkezler arasında yer almaktadır. Özellikle ağır hastalığı olan ve tedavisi henüz mümkün görünmeyen yaşlılara ve ailelerine sosyal ve ruhsal destek

sağlanmaktadır. Gündüz bakım merkezleri de bakıma ihtiyaç duyan yaşlıların günün belirli saatlerinde kalabileceği, akşam ise evlerine dönebilecekleri merkezlerdir. Buralarda yaşlıların bakım ihtiyaçlarının tamamı meslek elemanları tarafından karşılanmaktadır (Gürer, Çırpan ve Özlen, 2019, s.3). Bakım ihtiyaçlarının yanı sıra yaşlıların sosyalleşmeleri için de bu merkezler imkan olarak görülmektedir (Keser, 2020, s.310). Kurumda bakım hizmetleri kapsamında yaşlıların huzurevi hizmetlerinden ücretsiz yararlanmaları da hakları arasında yer almaktadır. Ancak bu hak türünde yaşlının oldukça düşük ekonomik gelire sahip olması, tek başına veya bir yakını tarafından bakım ihtiyaçlarının karşılanmaması gerekmektedir (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2017, s.228).

Bakıma ihtiyaç duyan yaşlıların diğer hakları arasında ÖTV, emlak ve diğer vergi türlerinde indirimden yararlanma, malulen emekli olma, fatura indirimleri, şehir içi ücretsiz ulaşım, şehirlerarası ulaşımında indirim, müze ve tiyatrolarda ücretsiz bilet alma gibi haklar da bulunmaktadır (Anonim, 2021). Yaşlılar bu yardımlar için Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Büyükşehir Belediye Başkanlıkları, İlçe Belediye Başkanlıkları, Kaymakamlıklar ve Sivil Toplum Örgütlerine başvurabilmektedir.

Bakım verenlerin de, bakım sürecinde ruh sağlıklarını korumak için belirlenen bazı hakları mevcuttur. Bunlardan bazıları şunlardır; bakım alma hakkı, yardım alma hakkı, kendi yaşamını sürdürme hakkı, duygularını ifade etme hakkı, bazı yönlendirmeleri reddetme hakkı, sevgi ve saygı görme hakkı, gururlanma ve takdir edilme hakkı, kendi yaşamını sürdürme hakkı ve yeni kaynaklar talep etme hakkı (Hacıoğlu, 2005, s.131). Son olarak evde bakım aylığını da söz konusu haklar arasında göstermek gerekmektedir. Evde bakım aylığı hem bakım verenin hem de yaşlının hakları arasında yer almaktadır. Resmi Gazete'de (2006) yayımlanan Bakıma Muhtaç Özürlülerin Tesbiti ve Bakım Hizmeti Esaslarının Belirlenmesine İlişkin Yönetmelik'e göre evde bakım aylığı almaya hak kazanmak için iki temel şart vardır. Bunlardan ilki gelirin tamamının aile üyesi sayısına bölünmesi sonucunda yaşlının gelirinin aylık net asgari ücretin üçte ikisinin altında olması ve diğeri de bakım verilenin tek başına yaşamını idame ettirememesidir. Bakım verilenin, bakıma ihtiyaç duyar halde olduğunun hastanelerden alınan Sağlık Raporu ile kanıtlanması gerekmektedir. Bu raporlarda bireyin gerek yaşlılık gerekse de engellilik kaynaklı nedenlerle başkasının bakımına bağımlı olduğu ibaresi yer almalı ve engellilik oranı en az %50 olmalıdır (Özdamar ve Çakar, 2015, s.179). Belirtilen temel şartların yanı sıra evde bakım aylığına hak kazanmak için; bakım verenin bakım verilenin birinci dereceden akrabası ya da yasal olarak vasisi olması, bakım verenin herhangi bir işte çalışmaması, bakım veren ile bakım verilenin aynı hanede ikamet etmesi gibi birkaç şartın daha yerine getirilmesi gerekmektedir (Aygüler ve Ayalp, 2018, s.6).

Sosyal politikalarda bakıma ihtiyaç duyan yaşlıya ve bakım verenine sunulan bu hakların, uygulamada nasıl karşılık bulduğu ve bakım verenler tarafından algılanan işlevselliği önemli bir noktadır. Zira haklar konusunda bilgi sahibi olunması ve erişim sağlanması, bakım verenlerin bakım sürecini kolaylaştırabilmektedir. Bu noktalardan hareketle araştırma, bakım veren bireylerin hakları konusunda sahip oldukları bilgileri, yararlandıkları hizmetlerin değerlendirilmesi ve varsa diğer ihtiyaçlarının anlaşılması üzere planlanmıştır.

2. Yöntem

Bu araştırmada 60 yaş ve üzeri yaşlılara evde bakım veren aile üyelerinin bakım verme ve hakları konusundaki bilgi düzeylerinin ne olduğunu ortaya çıkarmak, yararlandıkları hizmetler hakkındaki değerlendirmelerini öğrenmek ve ihtiyaçlarını tespit etmek amaçlanmıştır. Belirlenen amaca yönelik nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çünkü nitel araştırmalarda katılımcının düşünceleri ve algı dünyası irdelenmekte, belirlenen konu odağında katılımcıya birçok soru yöneltilmektedir (Chesebro ve Borisoff, 2007, s.9). Bununla beraber araştırmadan durum çalışması desenine uygun şekilde yürütülmesiyle de konu hakkında neden-sonuç ilişkisi kurmaktan ziyade katılımcıları anlama ve tanıma ön plana çıkarılmıştır (Gerring, 2004, s.343). Araştırmanın ana sorusu "*Yaşlı aile üyesine evde bakım verenlerin bakım verme ve hakları konusundaki bilgi düzeyleri ile ihtiyaçları nedir?*" olarak belirlenmiştir.

2.1. Araştırma Grubu

Araştırma grubu Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı'nın (2020) yayınladığı rehberdeki 60 yaş sınırı esas alınarak belirlenmiştir. Bu rehberde göre 60 yaş ve üzeri olan yaşlılar kurum bakımı hakkından yararlanabilmektedir. Dolayısıyla yaşlının kurum bakımına geçme hakkı olduğu halde ona evde bakım veren kişiler ile görüşülmüş, kurum bakımı hakkındaki bilgi düzeyleri de araştırma alanlarından birini oluşturmuştur. Katılımcılara ulaşmak için amaçlı örnekleme ve kartopu örnekleme yöntemi olmak üzere 2 farklı yöntem kullanılmıştır. Araştırma grubunu oluşturmak için 48 bakım veren ve 15 yaşlı ile iletişime geçilmiştir. Toplam 63 kişiden 30'u ile araştırma kriterlerini hiçbir şekilde karşılamamaları, vakit ayıramamaları, yaşlının vefat etmesi gibi nedenlerle ilk görüşmeden sonra derinlemesine mülakat gerçekleştirilmemiştir. Kalan 33 kişi ile derinlemesine mülakat yapılmış ancak 11 kişinin araştırmanın bazı kriterlerini karşılamaması nedeni ile bu mülakatlar analizlere dahil edilmemiştir. Diğer 22 görüşmenin 3'ü pilot görüşme olarak gerçekleştirilmiş, dolayısıyla 19 derinlemesine mülakat analiz edilmiş ve araştırmanın bulgularına dahil edilmiştir. Katılımcıların demografik bilgileri Şekil 1'de gösterilmiştir.

İsim	Doğum yılı	Cinsiyeti	Eğitim durumu	Mesleği	Yaşadığı şehir	Bakım verdiği kişi/ler	Bakım verme süresi	Sosyal yardım/evde bakım maaşı alıyor mu?	Yaşının rahatsızlığı
K1	1974	Kadın	Lise mezunu	Ev hanımı	İstanbul	Kaynana, kayınbaba (Geçmişte), hala (Şimdi)	5 yıl	Hayır	Alzheimer
K2	1974	Kadın	İlkokul mezunu	Ev hanımı	İstanbul	Anne	6 yıl	Evet	Kemik erimesi, kanser, yeti kaybı
K3	1981	Kadın	İlkokul mezunu	Ev hanımı	İstanbul	Anneanne	13 yıl	Hayır	Kalp hastası, yatağa bağımlı
K4	2000	Kadın	Lisans	Öğrenci	İstanbul	Anne ve baba	Anne: 1 yıl Baba: 5 yıl	Hayır	Anne: kanser Baba: kalp hastası
K5	1973	Kadın	Lise mezunu	Ev hanımı	Kayseri	Kayınvalide	7 yıl	Hayır	Alzheimer
K6	1969	Kadın	Ortaokul mezunu	Ev hanımı	İstanbul	Anne	5 yıl	Bez yardımı	Felç
K7	1983	Kadın	İlkokul mezunu	Ev hanımı	İstanbul	Kayınbaba (Geçmişte), kayınvalide (Şimdi)	10 yıl	Hayır	Felç
K8	1977	Erkek	Lise mezunu	Kuyumcu	İstanbul	Baba	5 yıl	Hayır	Felç
K9	1973	Kadın	Lise mezunu	Ev hanımı	İstanbul	Kayınvalide	6 yıl	Hayır	Kalp hastası, kemik erimesi, alzheimer
K10	1975	Kadın	İlkokul mezunu	Ev hanımı	Ankara	Anne ve baba	3 yıl	Hayır	Anne: diyaliz Baba: alzheimer
K11	1998	Kadın	Lisans	Öğrenci	Yozgat	Babaanne	5 yıl	Hayır	Kalp ve şeker hastası
K12	1997	Kadın	Lisans	Öğrenci	İstanbul	Babaanne	12 yıl	Hayır	Felç
K13	1992	Kadın	Lisans mezunu	Ev hanımı	İstanbul	Anneanne	6 yıl	Hayır	Felç
K14	1975	Kadın	Önlisans	Ev hanımı	Bitlis	Anne	3 yıl (+20 yıl aralıklı)	Hayır	Felç
K15	1972	Kadın	İlkokul mezunu	Ev hanımı	İstanbul	Baba	12 yıl	Hayır	Felç
K16	1972	Kadın	Açıköğretim lise	Ev hanımı	Yalova	Kayınvalide	25 yıl	Hayır	Felç
K17	1990	Kadın	Önlisans mezunu	Ev hanımı	İstanbul	Anne	2 yıl	Hayır	Alzheimer
K18	1965	Kadın	Lise mezunu	Ev hanımı	Yalova	Kayınvalide	1,5 yıl	Hayır	Alzheimer
K19	1969	Kadın	İlkokul mezunu	Ev hanımı	Ankara	Kayınbaba	3 yıl	Hayır	Felç

Tablo 1. Katılımcıların Sosyodemografik Bilgileri

2.2. Veri Toplama Teknikleri

Araştırmada derinlemesine mülakat ve katılımcı olmayan/doğal gözlem veri toplama teknikleri kullanılmıştır. Derinlemesine mülakatta yarı yapılandırılmış ve sosyodemografik soru formları kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış soru formunun oluşturulmasında çeşitli ölçekler, uluslararası ve ulusal tezler incelenmiş, evde bakım alanında deneyimli 2 sosyal çalışmacıdan ve 2 akademisyenden fikir alınmıştır. Formun son halinde bakım verenlerin sahip oldukları haklar, yararlandıkları hizmetler ve bakım sürecinde ihtiyaç duydukları diğer noktalara ilişkin sorular yer almıştır. 3 pilot görüşme gerçekleştirilmiş ve en nihayetinde 9 aşamalı bir sürecin sonunda soru formunun son hali belirlenmiştir. Derinlemesine mülakat ile katılımcıların iç dünyası keşfedilebilmiş, bakış açıları öğrenilebilmiştir (Karataş, 2017, s.77). Bu mülakatlar Şubat 2021-Nisan 2021 tarihlerinde, 3 aylık süre zarfında gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların onamları ile beraber her görüşme sesli kayıt altına alınmıştır. Bazı görüşmeler Covid-19 tedbirleri kapsamında ev ortamında, bazıları ise çevrimiçi ortamda yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Katılımcı olmayan/doğal gözlem sayesinde ise fiziksel ortam, konuşma şekli ve katılımcının sözsüz iletişim biçimlerine dair veri elde edilmiştir (Merriam, 2018, s.114-115). Gözlemlere dair toplam 5 buçuk sayfa yazılı not tutulmuştur.

2.3. Veri Analizi

Derinlemesine mülakatlar sonucunda toplam 928 dakika 26 saniyelik ses kaydı elde edilmiştir. Ses kayıtları yazıya aktarılmış, 374 sayfa yazılı doküman elde edilmiş ve gözlem notları ile toplam 379 buçuk sayfa veriye ulaşılmıştır. Elde edilen veriler betimsel analiz ile analiz edilmiştir. Bu analiz yönteminde soru formu ışığında ve kodlama işlemi sonucunda temalar belirlenmektedir (Özdemir, 2010, s.336). Analizin ilk aşamasında tüm veriler Maxqda 2020 Nitel Veri Analiz Programı'na yüklenmiş ve birçok kez okunmuştur. Ardından kodlamalar yapılmış ve ortak temalar belirlenmiştir. Analiz sonucunda toplam 5 ana temaya ulaşılmıştır.

2.4. Etik Uygunluk

Bu araştırmanın etik ilkelere uygun yürütülmesi için İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'ndan 02.02.2021 tarih ve 20530 sayılı etik kurul onayı alınmıştır.

2.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma boyunca yaşanan sınırlılıklardan biri Covid-19 nedeni ile katılımcılara ulaşma noktasında yaşanan zorluk olmuştur. Yaşlıların risk grubunda yer alması ve bu nedenle bakım verenlerin Covid-19 tedbirlerine özellikle dikkat etmeleri nedenleri ile görüşme yapmayı kabul eden bakım veren sayısı oldukça kısıtlı kalmıştır. Bir diğer sınırlılık ise görüşmeyi kabul eden bazı katılımcılar ile çevrimiçi ortamda görüşülmek zorunda kalınmasıdır. Araştırmacı her ne kadar katılımcının yalnız ve rahat olduğu bir ortamda görüşmek istese de çevrimiçi görüşmelerde bu durumun doğruluğundan emin olunamamıştır. Son olarak çevrimiçi görüşmelerde yaşanan internet kopuklukları veya görüntü kalitesinin bozuk olması araştırmacının gözlem yapmasını zorlaştırmıştır.

3. Bulgular

Yapılan mülakatlar neticesinde bakım verenlerin yaşlı bakımı ve sahip oldukları haklar konusundaki bilgi düzeylerine, yararlandıkları bakım hizmetlerine ve bunların değerlendirilmesine, yaşlının bakım ihtiyaçlarının huzurevlerinde ve bakım merkezlerinde karşılanmasına dair düşüncelerine ve son olarak bakım sürecinde ihtiyaç duydukları diğer hususlara yönelik bilgiler elde edilmiştir.

3.1. Bakım Verenlerin Bilgi Düzeyleri: Yaşlı Bakımı ve Haklar

Katılımcıların hem yaşlının hastalığı hem de bakım süreci ile ilgili yeterli düzeyde bilgi sahibi olmadıkları tespit edilmiştir. Bununla beraber yaşlının hastalığı için gerekli tedavi hakkında sürekli sağlık çalışanlarından destek almak zorunda oldukları görülmüştür. Bilgi yetersizliğinden dolayı katılımcıların bakım sürecinde zorlandıkları anlaşılmıştır.

"Ben gene de elimden geldiği kadar aklımın erdiği kadar bakmaya çalıştım. Çünkü ben sonuçta bunun eğitimini almış biri değilim. Daha önce böyle bir hastayla da karşılaşmadım. Nasıl davranmam gerektiğini de bilmiyordum. Kimse de bana demedi yani, çevremizde böyle bir hasta yok, yani bildiğim bir şey değil... Ha biri bana deseydi ki eğer "bak bu hastalar böyle inatlaşmıcan, zıtlaşmıcan, öyle yaptın mı daha çok hırçın oluyorlar. Bunu alttan alttan eline de bi uğraş vericen" böyle deselerdi bana, ben daha rahat ederdim." (K5)

"Yani bilmiyorduk hani nasıl altı bağlanacak, hani nasıl üstü giynilicek, hani ne yiyecek, neyi arıyor, neyi aramıyor. Ya öyle öyle zor bir süreç geçti... Valla hani şey mesela ilk başta sonta takılıydı diyorum ya hiç öyle bir şey görmemiştik, sontalar doktor hemşireler sürekli çağırıyordum evde değiştiriyorlardı. (K7)

Bununla beraber katılımcıların süreç içinde tecrübe ile bilgi edindikleri anlaşılmıştır. Dolayısıyla bakım verme hakkında bilgi sahibi olmayan katılımcıların, bireysel çabaları ve kişisel deneyimleri ile bakım sürecine ancak uyum sağlayabildikleri tespit edilmiştir.

"Eğitim almış kadar şeyimiz olmuştur heralde. Çok yaşadık ve hep böyle doktorlara, bi eczacı var sağ olsun. Onunla çok şey yaptık. O bizi yönlendirirdi..." (K1)

"Hastalığı da bilmiyordum, nasıl davranmam gerektiğini de, nelerle karşılaşacağımı da bilmiyordum ha bunların hepsini yaşayarak öğrendim." (K5)

Katılımcıların hem bakım veren hem bakıma ihtiyaç duyan yaşlı haklarına ilişkin bilgi düzeyleri, bakım sürecindeki zorluklarla baş etmeleri için önem arz etmektedir. Bu amaçla katılımcıların haklarının ne olduğu sorulduğunda; çok büyük bir kısmı yalnızca evde bakım aylığından bahsetmiş, diğer haklarından söz etmemişlerdir. Bununla beraber evde bakım aylığından da bakım vermeye başladıktan belirli bir zaman sonra haberdar oldukları, genellikle yakın çevrelerinin veya doktorların yönlendirmesi ile evde bakım aylığını öğrendikleri görülmüştür.

"Biz kayıvalideme ilaç için rapor almaya gittiğimizde doktor bana dedi ki 'siz bakım parası alıyor musunuz?' 'Yok hayır almıyorum' dedim ki, bu kaç sene sonra şey oldu. 'Almıyorum' dedim. 'Neden başvuruyorsun?' dedi. 'Bilmem hiç.' Yani ihtiyaç duymadık. Bi de hani bana vermezler diye düşünmüştüm, eski evlerimiz falan var ya. 'Al' dedi 'bu raporu doğru şeye kaymakamlığa (bakanlığı kast ediyor) başvuruda bulun.' Gittim neyse sosyal hizmetlere başvuruda bulundum. Ondan sonra işte ordaki memurlar işlemleri başlattılar. İşte 'şunlar şunlar olacak,' sonra eve geldiler baktılar. Bir tek bildiğim sosyal hizmetler, başka da bir yere gitmedim yani öyle kaymakamlığa falan." (K16)

"O zaman biz engelli maaşları falan hiç bi şey almıyoduk. Aslında biz raporları çıkardık ama onların maaş olduğunu bilmiyoduk... Öyle bilmiyorum meğersem evde bakım bile varmış arasında. Ben saf, yani insan bilmiyor bi şeyleri." (K3)

Bir katılımcı da evde bakım aylığına ek olarak yaşlının yatak yarası için sağlık hizmetini bildiğini belirtmiştir. Katılımcının ifade ettiği bu hak, evde sağlık hizmeti kapsamında büyükşehir belediyeleri tarafından sunulmaktadır.

"Sadece u şey yatak yarası pansumanını biliyorum. Onun dışında bi de u bakım maaşı dediğiniz ama onun için tekrar kurula girmesi gerekiyor." (K17)

Bazı katılımcıların ise 2022 sayılı kanuna istinaden alınabilen yaşlı aylığını bildiği ve bu haklarından yararlandıkları tespit edilmiştir.

"Sağlık ocağı bi ilaç yazdırıyoruz mesela başka bi şey bilmiyoruz hakikaten. Ha 65 yaş aylığı var mesela onu kaynım alıyor. Mesela hani vekaletini aldı üstüne, o ilgileniy o onunla da. Mesela ama onu da masraflarına kullanıyoruz. Mesela devletin karşılamadığı eksiklerine onun parasıyla gidermeye çalışıyoruz mesela." (K9)

Bir diğer katılımcı ise evde ücretsiz fizik tedavi haklarının olduğunu ve bunun için sağlık raporunun gerektiğini ifade etmiştir. Katılımcının belirttiği bu hak türü, İstanbul ilinde yaşayan ve belirli şartları taşıyan kişilere İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından sunulmaktadır:

"Fizik tedaviyi biliyorum. Onlar normalde geldiklerinde yüksek ücretlere geliyolar evde fizik tedavi hizmeti alabilmek için. Ama annemin bi arkadaşıyla eve gelen kız da aynısını söylemişti. Şey "eğer hani bu raporu alırsanız, bunu devlet karşılıyor. Sizden hiçbir ücret almıyoruz." Hani vericek durumumuz da yok zaten. Onun için rapor daha yeni çıkardık hani çok zordu almak, randevu almak falan. Onun dışında evde bakım diye bi şey söz konusuymuş. Sen söyledin ve rapor çıkardığımız süreçte de annemin arkadaşı söylemişti. Ona başvurulabilir, onun dışında var mı başka bilmiyorum kaymakamlığın." (K13)

Görüşme gerçekleştirilen katılımcılardan yalnızca birinin yaşlı ve bakım veren haklarına dair daha fazla bilgiye sahip olduğu öğrenilmiştir.

"Huzurevleri, özel bakım merkezleri, yatılı kuruluşların çoğunu biliyorum işte evde belediyelerin sundukları evde bakım hizmetlerini biliyorum. Maddi yardımları söyleyebiliriz belki bu şekilde." (K11)

3.2. Yararlanılan Bakım Hizmetleri ve Değerlendirilmesi

Bakım verenlerin hangi hakları hakkında bilgi sahibi olduklarını bilmelerinin yanı sıra hangi haklarının daha ulaşılabilir ve hangi bakım hizmetlerinin daha çok tercih edilir olması da önemli görülmektedir. Bununla beraber teorik olarak hazırlanan ve uygulamaya geçirilen hizmetlerin sahada nasıl karşılık bulunduğunu bilmek, uygulamaların niteliğinin iyileştirilmesi için gereklidir. Bu kapsamda katılımcıların yararlandıkları hizmetler incelendiğinde birçok katılımcının evde sağlık hizmeti kapsamında sunulan ve büyükşehir belediyeleri tarafından yürütülen ambulans hizmetinden söz ettiği belirlenmiştir. Ancak bu hizmetin uygulanması noktasında randevulu çalışma usulünün ve randevunun en az 1 hafta öncesinde alınması gerekliliğinin bakım verenler açısından işlevsel algılanmadığı görülmüştür. Özellikle yaşlının anlık ihtiyaçları doğrultusunda katılımcıların zorluk yaşadığı ve bu hizmetten yararlanamadığı öğrenilmiştir.

"Gece mecbur taksiye gidiyosun. Ama ee şey şimdi ananemin öyle bi durum ki yani saniyesi saniye, ne zaman olacağı belli olmuyo ki. Hani sen ambulansı ona göre nasıl ararlıcan? Onlar randevulu hastalara geliyor, telefon ediyosun, ona ararlayın. Ama bunun durumu öyle değil." (K3)

"Ha ambulans falan da var ama biz hastaneye giderken kendimiz götürüyoruz. Yani ambulansı önceden aramız gerekiyormuş da işte gün almamız gerekiyormuş da falan filan." (K8)

Yine evde sağlık hizmeti kapsamında sunulan, yaşlının banyo ihtiyacının giderilmesine destek sunulan ile ilgili bir katılımcı değerlendirmede bulunmuştur.

Katılımcının aktardığına göre bu hizmetten yararlanma talebi, evlerinin merkezi bir konumda olmaması nedeni ile reddedilmiştir.

"Bi ara şöyle oldu ıı yaşlı bakım hizmeti olarak devlete başvurduğumda yıkamak için sadece işte ıı çok ücra köşelere gittiklerini, kimsenin olmadığı yerlere gittiklerini söylediler. Tamam ama ben ıı kadın düştü, bi gün annem düşmüştü. Saat akşam 5'e kadar düştüğü yerde kaldı. Çünkü birini bulamadım. Arkadaşım o saatte geldi ve akşam o saatte yıkayabildim. Kaldırıp hiçbi şekilde gücüm de yetmedi ıı cüsse olarak hani ağırdı. Böyle olunca hiçbi şekilde artı dönüş alamadım. Şey ıı ilacının raporlanması gerekiyordu, onu kaldırıp hastaneye gitmesi gerekiyordu. Ama onu kaldıramadığım için doktorun da gelmeceğini söylediler." (K17)

3.3. Huzurevi ve Bakım Merkezi Hakkındaki Düşünceleri

Araştırma grubu, 60 yaş ve üzerindeki yaşlı aile üyesinde bakım veren bireylerden oluşmaktadır. Dolayısıyla bakım verilen yaşlıların tamamının huzurevinde kalma hakkı bulunmaktadır. Ancak hiçbir katılımcı konu hakkında olumlu bir tavır sergilememiş, yaşlının bakımını huzurevine devretmek istemediklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların böyle bir tavır sergilemelerinde; huzurevlerinde çalışan meslek elemanlarına dair olumsuz bir algıya sahip olmalarının, yaşlının ihmal edileceği kaygısını taşımalarının ve yaşlının akrabaları ile daha mutlu olacağını düşünmelerinin etkili olduğu görülmüştür.

"Kız olur, gelin olur, torun olur hani kim olursa olsun hani insan kendi evinde bacak. Huzurevinde kimse kimseye bence bilmiyorum bakar mı bakmaz mı? Nasıl bakarlar iyi mi senin gibi bakarlar mı bakmazlar mı? Hani kimse ben sanmıyorum hiç kimse senin gibi baksın. Evladı gibi ne bilim hani tavsiye etmiyorum, karşıyım." (K7)

"Hani mesela kayınvalidemin bizim yanımızda oluşuyla huzurevinde oluşu bir olur mu.... Hani yalnızlığı olmasın konuşsun. O onu soruyo o onu soruyo işte bir şeyler çok mutlu oluyor. Huzurevinde bunları kim yapacak nerden bulucak bunları?" (K18)

Bazı katılımcılar ise vicdani özellikleri ve sorumluluk duyguları nedeni ile yaşlıya evde bakılması gerektiğini, huzurevinde bakımı onaylamadıklarını ifade etmişlerdir:

"Benim de vicdanım el vermez. O kadar evlat varken huzurevine bırakmak... Yok ya. Kimsesizler var onlara baksınlar. Bence evladının yanı daha iyi." (K9)

"Bence herkes kendi annesine babasına bakmalı... Biraz gelenekçi düşünceliyim başkalarına göre ama. Bir insan gidiyor köşe takımlarını alıyor en güzel köşeye çiçekleri kıyıya köşelere koyuyor annesini babasını bir köşede oturturabilir." (K15)

Katılımcılardan bazıları da yaşlının bakım ihtiyaçlarının huzurevinde veya özel bir bakım merkezinde karşılanmasını istediğini ancak temelde toplumsal baskı nedeni ile yaşlıya evde bakım verildiğini belirtmişlerdir:

"Bi özel bakım ya da huzurevine vereyim dediğin zaman "aa nasıl olur, nasıl verirsiniz, bi kaynanaya bakamadınız mı" gibi tepkilerle karşılaşabiliyorsunuz... Keşke huzurevine yatırabilsek, bakımı zorlaşan insan var ama "elalem ne der, ben göndercem ama elalem ne der. Annesinin bakımını sağlayamadı mı der?" Ama insanlar mesela şunu bilmez; o evin içinde neler yaşıyıyor, onun bakımı nasıl sağlanıyor insanlar bunu düşünmez. O kişinin yaşadığı, bakım verenin psikolojisi ne? Düşünmez insanlar... Asla yani asla onlar asla düşünmez. Ben sosyal hizmet okuduğum için yani biliyodum zaten hani bu alanda olduğum için. Hani ben dile getirdim sadece, büyük bir tepkiyle karşılaştım." (K11)

3.4. İhtiyaçlar

Bakıma ihtiyaç duyan bir yaşlıya bakım verme süreci; fiziksel, psikolojik, ruhsal ve daha birçok zorluğu bünyesinde barındırmaktadır. Dolayısıyla sürecin kolaylaşması adına, bu zorlukların muhatabı olan bakım verenin bazı ihtiyaçlarının giderilmesi

gerekmektedir. Görüşme gerçekleştirilen katılımcıların da bu yönde söylemleri olmuş ve bakım verme sürecindeki ihtiyaçlarının neler olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcılar tarafından en yoğun şekilde ifade edilen ihtiyaç, ev içi yardımcısı personel olmuştur. Söz konusu personelin gerek ev içi günlük işlerde gerekse de yaşlının bakım ihtiyacının karşılanmasında, bakım veren bireye destek olması beklenmektedir.

"Bir yardımcım olmalı. En azından bir ütüm varsa ütümü yapar, diyelim çamaşır atılacak veya makineye bulaşık dolacak hani öyle gündeki rutin işlerimde." (K6)

"Bakım veren olarak kesinlikle haftada belirli günlerde bi yardımcının gelmesi gerekiyo. Ya bütün gün olmasa bile dediğim gibi sadece onun yıkama kaldırma ihtiyacını karşılayabilecek u hastanın işlevselliği açısından. Belki bi uzman hani fizyoterapist hastalığıyla ilgili olan bölümlerden. Ben şu an kendi hastamla ilgili konuştuğum için onu daha çok hareketini sağlayabilecek bir artı desteğin olmasını isterdim." (K17)

Ancak bazı katılımcılar ev içi yardımcı personelin eve gelmesi durumunda iş yüklerinin artacağını ve daha da önemlisi yaşlı ile yine aynı ortamda buldukları için rahat hissetmeyeceklerini ifade etmişlerdir.

"Benim görümlerim öyle dedi, "bi yardımcı kadın gelsin de işte anamla ilgilensin, onu indirsin kaldırsın." "Niye?" dedim "ben dururken niye geliyor ki? Eğer çok istiyorsanız götürün size gelsin bakıcı kadın" dedim "ben istemiyom başka kadını yanımda" dedim, onu dediler. Ben onu istemiyom... Bakıcı gelecek napacak? Benim evimin içinde falan bana bi yardımcı olmayacak ki. Bi kaynanamın yanında oturacak, onu tuvalete götürecekt. Bi de yemeği falan ben yapıcım edicem. O da gelecek gidecek. Ben yani o yüzden istemiyom. Gene benim başımdalar yani. Yine ben onu duyum bi de ekstra o kişiye de yemek hazırlıcam, çay verecem neyse onlar söz konusu değil de o benim için iyi değil. Ben uzaklaşmadım çünkü ortam değişmedi. O yüzden yani en çok zaten o." (K5)

"Şimdi para tutup birine baktırsan durumun zenginsin mesela bakıcı tutuyosun ama yanında olacak. Hani al bunu evinde bak değil, bir yer tutup da al değil. Ya tamam bakıcı tutabilirsin zenginsen ama yine senin çatının altında yine gözünün önünde." (K9)

Katılımcılardan biri ise eve gelecek yardımcı personelin sağlık çalışanı olmasının, düzenli aralıklarla yaşlının ziyaret edilmesinin, kontrollerinin yapılmasının ve kendisine de rehberlik edilmesinin gerekli olduğunu düşünmektedir.

"Ben isterim ki benim ihtiyacım yani hastam adına söylüyorum olsa da olmasa da en az on beşte bir insan bi gelir bakar. Der ki "ya senin böyle böyle bi hastan var. Acaba burası enfeksiyon var mı, yarası iyileşti mi, ilerleme mi var, kötüleme mi var ya da şunları uygularsan daha iyi olur" demelerini beklerdim." (K14)

Ev içi yardımcı personelin yanı sıra, gündüz bakım merkezlerinin de katılımcıların ihtiyaçları dahilinde olduğu anlaşılmıştır. Gündüz bakım merkezleri, bazı ilçelerde yer alsada da pek çok katılımcının bu hizmetten haberdar olmadığı veya merkezlerin de ulaşılabilir olmadığı belirlenmiştir.

"Ne olursa benim için kolay olurdu biliyon mu, böyle işte hani diyom ya rahatça bırakabileceğim bi yer olacak öyle gene ben bakayım gene ben mesela evimde yatsın kalksın gene yük bende olsun. Ama benim bi isim oldu sabah mesela 9 da galktım mı 4'e 5'e kadar alabileceğim bi yer olsun isterdim." (K5)

"Devletten şunu istiyorum böyle hasta bakan insanlara en azından 15 günde bir bu hastaları alacaklar. 2 gün hafta sonu cumartesi, pazar veya hafta içi de olabilir farketmez. Alıcaklar o hasta bakan insanı rahatlatacaklar. Yani şöyle fizik tedavi görmesi için. O hasta içinde çok önemli aslında böyle bi şey yapılması. Yani çünkü herkesin mesela benim görümcem var bakmıyor. Bazılarının mesela hiç kimsesi yok tek çocuklu da olabiliyo. Yani insan sağlıklı insan toplumda olmasını istiyorsa devlet bu konuda bence bazı bir şeylere el atması lazım." (K16)

Katılımcıların ihtiyaç duyduğu bir diğer unsur psikolojik destek olarak tespit edilmiştir. Bazı katılımcılar bakım sürecinde zihinsel ve ruhsal olarak oldukça fazla

zorlandıklarını, diğer aile üyeleri ile çatışma yaşadıklarını, çözümsüzlük içine girdiklerini ve yaşlının da bakım sürecinde yıprandığını belirtmişlerdir. Bu noktada yaşlıya psikolojik destek sunacak, kendilerini dinleyip anlayacak ve sorunlarının çözümü noktasında rehber olabilecek profesyonel bir meslek elemanına ihtiyaç duydukları anlaşılmıştır.

"Mesela psikolojik destek almalarını isterdim yaşlıların. Mesela haftada bir, ayda bir psikiyatristin gelip veya psikoloğun bilmeyorum ne, hangisi. Gelip yaşlılarla böyle oturup sohbet edip onların psikolojik olarak ne durumda olduklarını görmelerini isterdim. Bu beni de rahatlatırdı. Aslında bakım insanı yormuyor. İnsanı yoran karşıdaki yaşlının senin beynini yorması aslında. Beynin yorulduğu zaman beden de yorgun hissediyö. Onun lafları, sözleri... Hani hem ben de şey almak istiyorum destek almak isterdim ama evin içerisinde. Öyle gidip de ihtiyacım olduğunu düşünmüyorum da insan böyle biriyle konuştuğu zaman, insan insanın gamını almış. Hani konuştuğunuz zaman daha çok rahatlıyorsunuz. Bu olabilirdi aslında devlet bunu yapabiliirdi." (K16)

"Bireyler aile danışmanlığı alabilir. Çünkü aileler psikolojik olarak bi nasıl desem çatışma yaşayabiliyolar. Mesela benim annem ve babam bazen çatışma yaşyabiliyo. Bu yüzden belki aile danışmanlığı eğitiminden faydalanabilirler." (K11)

Bakım verme; bakım verenin sürekli yaşlı ile ilgilenmesini gerektirdiğinden, bakım verenin yakın çevresi ile iletişimi azalmakta ve hatta bazen tamamen kopmaktadır. Bu durum bakım verenin yaşadığı zorlukların artmasına yol açmaktadır. Nitekim durum yaşlılar için de bu şekildedir. Yaşlının da hastalığından dolayı sosyal çevresi ile iletişimi azalmakta veya sonlanmaktadır. Bu kapsamda bazı katılımcılar hem kendileri hem de yaşlı için dışarı çıkma imkanlarının oluşmasını, bu yönde destek olunmasını gerekli görmüşlerdir.

"Babamın mesela insana çok ihtiyacı var bence. Çünkü o hiç dışarıya çıkamıyo. Dışarı çıkmaya bence çok ihtiyacı var. Yani böyle gezmek olsun, hava almak olsun. Ben de mesela dışarı çıkmak, gezmek isterim. İşte bi başkası destek olsun. Ben dışarı çıktığım zaman evde biri bulunsun ben hani kendimle ilgileniyim, kendimle vakit geçiriyim isterim." (K4)

"Ben dışarı çıkaramıyorum mesela annemi, belki onu dışarı çıkarabilecek, hani bu belki lükse kaçıcak ama haftada belki de ayda bir iki gün dışarı çıkarabilecek ı şeylerin olması gibi." (K17)

Sosyalleşme ile ilgili bir diğer katılımcı da yaşadıkları konutun yaşlının dışarı çıkması için yeterli imkanlara sahip olmadığını, asansöre ihtiyaç duyduklarını ifade etmiştir. Bununla beraber yaşadıkları semtte sosyalleşme ihtiyaçlarını karşılayabilecek yeşil bir alanın olmadığını ve yeşil alanın hem kendilerine hem de yaşlıya iyi gelecek bir imkân olduğunu vurgulamıştır.

"İhtiyaç duyduğumuz, yani şöyle bir şey olsa daha iyi olurdu; mesela şimdi bizim evimizde asansör yok mesela çevremizde. Bu X ilçesinde babamın evi, yeşil alan yakınlarda yok hani kapının önüne çıkınca yeşil alan yer yok. Babamı mesela dışarı çıkarma şansımız yok. Olsa mesela annem de hava alırdı, onun içinde hareket olurdu, babam da hava alırdı. O bi olsa iyi olurdu yani." (K8)

Yaşanılan yer ile ilgili duyulan ihtiyaçlardan biri de konutun büyüklüğü ile ilgilidir. Bakıma ihtiyaç duyan yaşlının hem tedavi araç gereçleri hem de hastane yatağının olması gibi faktörler; ev içinde ona ait özel bir alanın kurulmasını gerektirmektedir. Bununla ilgili bir katılımcı evlerinin daha büyük olmasının, bakım sürecini kolaylaştıracağını belirtmiştir.

"Evim keşke biraz daha geniş olsaydı ama benim Allah bize bu kadarını nasip etti bin şükür, kirada değiliz en azından. Ya evim geniş olsun isterdim." (K9)

Öne çıkan bir diğer ihtiyaç maddi destektir. Bu noktada katılımcılar, yaşlının kıyafet ve bez gibi ihtiyaçları için ek gelire ihtiyaç duyduklarını aktarmışlardır:

"Daha böyle maddi yönden daha çok daha biraz maddi yönden iyi olmak isterdim ki kadına da yani. Çünkü her şey parayla ya, para hiçbi şey ama para çok bi şey. Anladınız değil mi? Paramız olsaydı daha güzel bakmak isterim." (K9)

Pek çok katılımcı hem yaşlının hastalığı hem de bakım süreci ile ilgili bilgilerinin olmadığından ve bu nedenle tamamen yabancı bir duruma uyum sağlamak zorunda olduklarından bahsetmişlerdir. Bununla beraber katılımcılardan biri de yaşlının akut sağlık problemleri karşısında nasıl müdahale edilmesi gerektiğinin bakım verenler tarafından bilinmesi gerektiğini aktarmıştır. Dolayısıyla kendi yaşadıkları zorlukları, başka bakım verenlerin yaşamaması için *bakım veren eğitimi* adı altında bilgilendirici eğitimlerin yapılması gerektiğini ifade etmişlerdir.

"Yaşayarak öğrenmeyecekler çünkü yaşayarak öğrendiler mi hastaya da zor bakana da zor. Ha bu evdekilere de bakım verilmesini istiyom. Evde mesela hastaya bakıyolar ya oğlan, kız, gelin neyse işte onlara, işte bakan kişilere şey eğitim verilmesini istiyom.... Ben böyle merkezlerde falan eğitim görsünler istiyom. Bi çocuğun eğitimine nasıl özen veriyorlar geleceğimiz geleceğimiz diye yaşlılar daha önemli, benim için öyle." (K5)

"İ şimdi ben aklıma gelen bir şey söylemek istiyorum. Mesela evde bakım hastalarına bakan kişilerin u mesela bazı konulardan eğitimden geçmesini isterim. İ birçok kişinin de hani dersiniz kaç kişiyi tanırırsınız. Hani bu hastalığı olan insanlarla karşılıyorsunuz hastanelerde uzun süre kalıyorsunuz tanışılıyorsunuz... Mesela kendilerine yakın evine yakın aile hekimlerinden bazı mesela şey verilse eğitim. Enjektör eğitimi mesela olabilir. Mesela ben babama kendim iğne yapabiliyorum." (K15)

Bakım vermeye başlamadan önce iş yaşamında olan çoğu katılımcı, bakım süreciyle beraber iş yaşamından ayrıldıklarını belirtmişlerdir. Dolayısıyla sosyal güvenceleri bakım süreciyle sonlanmaktadır. Bu nedenle bakım verenlere sosyal güvenlik hakkının tanınması, sigorta yapılması ihtiyaçlar kapsamında belirtilmiştir.

"Mesela hani şeyin sosyal hizmetlerin şeyi olmasını isterim. Hani benim gibi kişilerin en azından çimden hep derdim en azından sigortam devam ediyor olabilseydi." (K15)

Bazı durumlarda ise katılımcılar yaşlı için rahat bir yatağa ihtiyaç duymaktadırlar. Yaşlının yatağa bağımlı olması, hem yatak yaralarının oluşmasına hem de fiziksel ağrıların artmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla rahat bir yatağın olması yaşlının sağlığı için önemli bir noktada durmaktadır.

"Valla aslında rahat bi yatak olsa işime yarardı. Niye diyeceksiniz? Bakıyorum gidiyorum pahalı biliyorsunuz, yazmıyorlar, etmiyorlar. Yani yatsa olur. Neden diyeceksiniz? Onların belirli bi şeyi var işte çürümüyor, etmiyor. Mesela çekyatımda yatıyo. Altına yumuşak şeyler seriyorum rahat etsin diye. Ama daha bi hasta yatağı alırdım mesela hastanelerde yatan daha rahat yataklar var onlarda yatırmak isterdim." (K9)

Bakım verenlerin ihtiyaçları arasında son olarak toplumun bilinçlenmesi yer almaktadır. Bir katılımcı toplum tarafından yaşlının huzurevinde kalmasının uygun karşılanmadığını ifade etmiş ve evde bakıma zorunlu olduklarını belirtmiştir. Bu zorunluluk bakım verenin ve ailesinin bakım vermeye mahkûm olmasına yol açmaktadır. Katılımcı, yaşlının ve ailenin birlikte refahı için toplumsal baskının yok olması gerektiğini aktarmıştır:

"Mesela toplum biraz daha bilinçli olsa bu" elalem ne der" ön yargısını yıksak atıyorum... Tabi ki biz bakımını sağlıyoruz ama bi özel bakım merkezlerinde kişinin ilaçlarının düzenli olarak sağlanması, bakımının düzenli olarak sağlanması var bi de bizlerin sağlanması var mesela bu şekilde. Nelere ihtiyaçlarımız var toplumun bilinçlenmesi lazım hani bu elalem ne der algısını yıkmak lazım. Huzurevlerine işte büyük bi ön yargı olarak görmemek lazım ki hani bakım verenler de gönül rahatlığıyla götürüp huzurevine ya da bakım merkezine yatırabilin. (K11)

4. Tartışma ve Sonuç

Yapılan araştırma sonucunda 60 yaş ve üzerindeki aile üyesine evde bakım veren katılımcıların bakım süreci ve hakları konusundaki bilgi düzeylerini, hangi hizmetlerden yararlandıklarını, bu hizmetleri nasıl değerlendirdiklerini, huzurevi hakkında ne düşündüklerini ve ihtiyaçlarının ne olduğuna dair sonuçlar elde edilmiştir.

Evde bakım veren aile üyelerinin bakım sürecinde nelerle karşılaşacaklarına ve ne yapmaları gerektiğine dair yeterli bilgi sahibi olmadıkları görülmüştür. Dolayısıyla belirsiz bir sürece adım atan katılımcıların deneme-yanılma yöntemi ve bireysel çabaları ile bakım verme hakkında bilgi sahibi oldukları anlaşılmıştır. Bu durum pek çok katılımcı tarafından zorlu bir süreç olarak nitelendirilmiştir. Tıpkı bakım süreci gibi bakım veren ve yaşlı hakları konusunda da katılımcıların bilgi sahibi olmadıkları yapılan görüşmeler sonucunda tespit edilmiştir. Katılımcıların bilmedikleri bir sürece uyum sağlamaları, haklarından faydalanmaları ile daha kolaylaşabilmektedir. Ancak katılımcıların çoğunun hakları konusunda eksik bilgiye sahip olması, yeterli bilgiye sahip olmadıkları bakım sürecine de kolay uyum sağlayamayamalarına yol açmaktadır. Zira pek çok katılımcı haklarının ne olduğuna dair bir arayışa girmediklerini, genellikle sağlık çalışanları veya yakın çevreleri tarafından bilgilendirildiklerini belirtmişlerdir. Dolayısıyla katılımcıların çoğunun bakım veren/yaşlı olmaktan dolayı bazı hakları olduğu bilgisine dahi sahip olmadıkları ve bu nedenle haklarını araştırmadıkları tespit edilmiştir. Öte yandan bilinen haklar arasında 2022 kanunu çerçevesinde yaşlı aylığı (Resmi Gazete, 2013), evde sağlık hakkı, evde ücretsiz fizik tedavi hakkı ve evde bakım aylığının yer aldığı belirlenmiştir.

Katılımcıların hangi haklarını kapsamında hangi hizmetlerden yararlandıkları incelendiğinde en yoğun hizmetin büyükşehir belediyeleri/evde sağlık kapsamında sunulan ambulans hizmetinin olduğu görülmüştür. Ancak bu hizmet türünün değerlendirmesi yapıldığında katılımcıların çok büyük bir kısmının aksaklık yaşadığı görülmüştür. Zira yaşlının akut sağlık problemleri yaşandığında söz konusu hizmetten yararlanılmadığı, ambulans için en az 1 hafta öncesinde belediyeden randevu alınması gerektiği belirtilmiştir.

Katılımcıların yaşlı için huzurevi hakkından yararlanıp isteyip istemedikleri de araştırma alanlarından biri olmuştur. Bu doğrultuda katılımcıların çoğunun, yaşlının huzurevinde veya herhangi bir kurumda kalmasını istemedikleri görülmüştür. Görüşmeler sırasında konu irdelendiğinde katılımcıların huzurevlerine ilişkin olumsuz algılarının ve önyargılarının var olduğu, aile yanında bakımı kurum bakımından daha sıcak gördükleri, yaşlının ev ortamında daha mutlu olacağını düşündükleri anlaşılmıştır. Bununla beraber bazı katılımcıların vicdan ve sorunluluk duygularından dolayı evde bakımı tercih ettiği, bazılarının ise toplumsal baskı nedeniyle evde bakıma mecbur olduğu tespit edilmiştir. Yapılan bir araştırma sonucunda bakım verenlerin yaşlıyı huzurevine vermek istemedikleri, evde bakımı bilinçli olarak kendilerinin tercih ettiği ortaya çıkmıştır (Gelmez, 2015, s.61). Bilgili'nin (2000) araştırmasında da yaşlıya evde bakım verenlerin, her ne kadar zorluklarla karşılaşsalar da huzurevi veya diğer kurum bakımı hizmetlerin hiçbirini tercih etmedikleri ve imkanları doğrultusunda da tercih etmeyecekleri görülmüştür. Buna ek olarak Tamer'in (2017, s.170) yaptığı araştırmada da bakım verenlerin evde bakım aylığı aldıkları için kurum bakımına olumlu bakmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Huzurevlerine ilişkin yaşlıların bakış açılarının ortaya çıkarıldığı çalışmalar da mevcuttur. Bu çalışmalardan biri 2010 yılında yapılmış ve huzurevinde yaşayan yaşlıların nerede yaşamak istedikleri irdelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre yaşlıların %51'i kendi evinde yaşamak isterken, %6'sı da ailesi ile beraber kalmak istediğini belirtmiştir. Dolayısıyla yaşlıların çoğunun kurum bakımından ziyade evde bakımı istedikleri görülmektedir (Karaca, 2010, s.56). Benzer amaçlarla 2018 yılında yürütülen bir araştırmada da yaşlıların %49'unun huzurevinde, %33'ünün aile yanında

yaşamak istediği tespit edilmiştir (Artan ve Irmak, 2018, s.51). Farklı tarihlerde yapılan iki araştırma sonucunda yaşlıların yıllar içinde huzurevine bakış açılarının değiştiği görülmektedir. Daha önce huzurevlerine karşı bakım verenlerle aynı tutumu benimseyen yaşlıların, ilerleyen yıllarda huzurevlerine ilişkin olumlu tutum benimsediği anlaşılmaktadır.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulardan bir diğeri katılımcıların bakım sürecindeki ihtiyaçlarına yönelik olmuştur. Bu kapsamda katılımcılar tarafından en çok ifade edilen ihtiyaçlar arasında ev içi yardımcısı personel ihtiyacı yer almaktadır. Katılımcıların çoğu kendilerine, hem günlük ev işlerinde yardım edecek hem de yaşlının bakım ihtiyaçlarının karşılanmasında destek olacak personellere ihtiyaç duyduklarını belirtmişlerdir. Bu bulguya paralel olarak Gelmez'in (2015, s.67) araştırması sonucunda da evde bakım veren aile üyelerinin haftanın bazı günlerinde yaşlının bakım ihtiyaçlarını karşılayacak destekçi meslek elemanlarına ihtiyaç duydukları tespit edilmiştir. Aynı şekilde Aksayan ve Cimete (1998) de yaptıkları araştırma sonucunda bakım verenlerin ev içi sağlık çalışanına ihtiyaç duyduklarını, gerek tıbbi konularda gerekse de bakım konusunda kendilerine destek olacak birisinin süreci kolaylaştıracağını tespit etmişlerdir. Bununla beraber araştırmamızdaki bazı katılımcılar söz konusu personellerin sağlık çalışanı olmasını ve yaşlının sağlık kontrolleri noktasında destek olunmasını beklemektedir. Yapılan niteliksel bir araştırmada sağlık çalışanı olan hemşirelerin alzheimer hastasına bakım verenlerle ilgili uygulama yürütmesi gerekliliği ortaya konulmuştur. Bu araştırmaya göre Watson İnsan Bakım Teorisi ışığında bakım verenleri iyileştirici çalışmaların yapılabileceği ve hemşirelerin bu konuda etkin oldukları belirtilmiştir (Küçükgüçlü,Şentürk ve Söylemez, 2017, s.76). Benzer şekilde lösemili oğluna bakım veren bir anne ile ilgili yapılan olgu sunumu çalışmasında, bakım verenin yaşadığı zorluklar doğrultusundaki ihtiyaçları Henderson'ın Temel İhtiyaçlar Kuramı çerçevesinde hemşireler tarafından değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonucunda bakım veren annenin bakım yükünde azalma meydana gelmiştir. Yaşlılara bakım veren bireyler için de benzer uygulamaların yürütülebileceği, hemşirelerden destek alınmasının faydalı olacağı düşünülmektedir (Kara,Yıldırım,Fadiloğlu ve Aykar, 2020, s.16). Bakım verilen hastaların ve bakım veren kişilerin ihtiyaçlarının irdelendiği araştırmaların birinde de en çok ihtiyaç duyulan hizmetin, hastaların takip edilmesi ve tedavisinin sağlık çalışanları tarafından ev ortamında düzenli aralıklarla yapılması olduğu vurgulanmıştır (Kaya, Mercan ve Çifçili, 2018, s.74). Araştırmamızda ev içi yardımcı personel ile ilgili farklı konular da ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda bazı katılımcıların ev içi yardımcı personelin yemek gibi ihtiyaçlarının kendi iş yüklerini arttıracaklarını düşündükleri ve ayrıca evde yine yaşlı ile aynı ortamda olacakları için yaşadıkları zorlukların azalmayacağını ifade etmişlerdir.

Gündüz bakım merkezleri de bakım verenlerin ihtiyaçları arasında yer almaktadır. Esasında bakım veren aile üyeleri için bu tarz merkezler hali hazırda bulunmaktadır. Ancak katılımcıların pek çoğunun gündüz bakım merkezleri hakkında bilgi sahibi olmadıkları ve bu hizmetten yararlanmadıkları belirlenmiştir. Bu sonuçta merkezlerin tanıtımının yeterli yapılmasının, evde bakım hizmeti personelleri tarafından bakım verenlerin bilgilendirilmemesinin veya söz konusu merkezlerin ulaşılabilir olmamasının etkili olduğu düşünülmektedir. Bununla beraber gündüz bakım merkezlerinde, yaşlılardan ziyade daha çok engelli bireylerin ve yakınlarının faydalanmasının da bu sonucu açıkladığı düşünülmektedir. Nitekim 2019 yılı itibarıyla Türkiye'de toplam 440 gündüz bakım merkezinin olduğu (Keser, 2020, s.309) göz önünde bulundurulursa talep karşısında arzın yeterli olmadığı görülecektir. Bu uygulamanın yoğun olarak kullanıldığı ülkelerde ise yaşlılar haftanın iki-üç günü, günde dört-beş saat boyunca merkezlere gitmekte (Savaş, 2010, s.133) bu sırada bakım veren kendisine vakit ayırabilmektedir.

Katılımcıların yaşadıkları bakım zorluklarının giderilmesinde psikolojik desteğe de ihtiyaç duyulmaktadır. Pek çok katılımcı sorunlarının çözümü ve tükenmişliklerinin giderilmesi noktasında hem kendileri hem de yaşlı için profesyonel desteğin gerekli olduğunu düşünmektedirler. Bakım veren aile üyeleri için Bilişsel Davranışçı Terapi'nin (BDT) etkililiğinin incelendiği bir çalışmada 20 araştırma analiz edilmiştir. BDT'nin bakım verenlerin sağlık durumunda, kortizol (stres hormonu) düzeyinin azaltılmasında, psikosomatik ve depresif belirtilerin azaltılmasında, kaygı seviyesinin düşürülmesinde, öfke gibi olumsuz duyguların kontrol edilebilmesinde, yaşam kalitesinin artırılmasında, nöropsikiyatrik belirtilerin azaltılmasında ve daha pek çok alanda olumlu etkiye sahip olduğu görülmüştür. Söz konusu çalışmadaki analiz sonucunda evde bakım veren aile üyeleri ile psikolojik destek sürecinin yüz yüze yürütülmesinin zor olduğu, bu nedenle telefon veya internet aracılığıyla da terapötik sürecin yürütüldüğü ortaya çıkarılmıştır. Bu uygulamanın bakım verenlere kolaylık sağladığı ve olumlu etkide bulunduğu görülmüştür (Yorulmaz ve Dirik, 2021, s.185-187).

Katılımcıların sürekli bakım ile meşgul olmaları sosyalleşmelerini ve ev dışı vakit geçirmelerini engellemektedir. Yapılan bir çalışmada da yaşlılara bakım verenlerin sosyal işlevselliklerinde aksaklıkların meydana geldiği ortaya çıkarılmıştır (Akyar, Korkmaz ve Atakul, 2017, s.164). Araştırmamız sonucunda; sosyalleşme fırsatının oluşturulmasının, bu amaç için ilçelerdeki yeşil alanların artırılmasının, yaşlının da dışarı çıkabilmesi için yaşanan konutun fiziksel imkanlarının geliştirilmesinin ve apartmanlara asansör yapılmasının gerekli olduğu görülmüştür. Yapılan bir çalışmada da en yoğun yaşanan sorunun sosyalleşememe olduğu ve bakım verenlerin birincil ihtiyaçları arasında sosyalleşmenin yer aldığı ortaya çıkarılmıştır (Arpacı ve Ersoy, 2001). Bu ihtiyaç doğrultusunda ilçe belediye başkanlıklarının; bakım veren aileleri tespit etmesinin, belirlenen semtlerde yeşil alanların artırılmasının ve apartmanlara asansör yapımı için aracı rol üstlenmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir. Yine yaşanan konutun fiziksel şartlarına bağlı olarak katılımcıların daha geniş evlere ve yaşlı için rahat yataklara ihtiyaç duydukları tespit edilmiştir. Hem yaşlıya ait ev içinde özel bir alanın kurulması hem de yatak yaralarının daha az oluşması için bakım sürecinde belirtilen ihtiyaçların da meydana geldiği görülmüştür.

Yapılan görüşmeler sonucu ortaya çıkan bir diğer ihtiyaç da maddi destek ihtiyacıdır. Gerek yaşlının tedavi masraflarının gerek temiz kıyafet ihtiyacının giderilmesi için olsun, katılımcıların bakım sürecinde maddi anlamda zorlandıkları belirlenmiştir. Bu ihtiyacın karşılanması için yürürlükte olan evde bakım aylığı akla gelmektedir. Bazı katılımcılar bu hizmetten yararlanmaktadır. Ancak yaşlının rahatsızlığının derecesine bağlı olarak bakım sürecindeki zorluklar değişmekte, bazı bakım verenler daha fazla zorlanmaktadır. Dolayısıyla zorluk derecesi gözetilmeksizin her bakım verene eşit evde bakım aylığının verilmesi eleştirilmektedir (Aygüler ve Ayalp, 2018, s.16). Evde bakım aylığına getirilen bir diğer eleştiri de; söz konusu aylığın bakımı ailevileştirilmesine ve kadınlara zorunlu tutulmasına yönelik olmuştur (Gelmez, 2015, s.61).

Katılımcıların bakım verme konusundaki bilgi düzeylerinin yetersiz olduğu sonucuna da ulaşılan bu çalışmada, katılımcıların kendileri de bakım verme ile ilgili eğitime ihtiyaç duyduklarını belirtmişlerdir. Yaşlılıkla, yaşlılık sorunlarıyla, bakıma ihtiyaç duymayla, bakım vermeye ve ilk yardım müdahaleleriyle ilgili yapılacak eğitimlerin; bakım verenlerin önemli bir ihtiyacına karşılık geldiği anlaşılmıştır. Bu eğitimler sayesinde katılımcıların bakım sürecine kolay uyum sağlayabilecekleri ve yaşlıya daha nitelikli bakım sunacakları görülmüştür. Katılımcıların tecrübe edinerek bakım verme bilgi ve becerilerini kazandıkları görülsede, kendilerinin de belirttiği üzere bundan sonraki bakım verenler için yapılacak eğitimlerin önemli olduğu belirlenmiştir. Yapılan bir çalışmada bakım verenlerin, yaşlının hastalıkları hakkında tıbbi ve bakım süreci hakkında da profesyonel bilgi edinmesi gerektiği tespit edilmiştir (Altun, 1998). Bir

diğer niteliksel araştırmada da bakım verenlerin hasta bakımı, ilaç kullanımı, yara pansumanı gibi konularda eğitim almaya ihtiyaç duydukları belirlenmiştir (Tamer, 2017, s.169). Yaşlı aile üyesine bakım verenlere yönelik eğitimlerle ilgili deneysel bir çalışma yapılmıştır. Bu çalışmada katılımcılara yaşlı bakımı ve bakım verme yeterliği konularındaki eğitimin olumlu sonuçlar ortaya çıkardığı, bakım verenlerin yetkinliğini arttırdığı görülmüştür (Cingil, Gözüm ve Bodur, 2015, s.265).

Özellikle iş yaşamından ayrılan ve yaşlıya bakım vermeye başlayan katılımcıların ifade ettikleri üzere, sosyal güvence de bakım verenlerin ihtiyaçları arasında yer almaktadır. Katılımcıların sigorta primlerinin olmaması ve bakım veren olmalarından dolayı sosyal güvencesi olan bir işte çalışma imkanlarının engellenmesi bu ihtiyacın oluşmasına zemin hazırlamıştır. Aygüler ve Ayalp'e göre (2018, s.12) iş yaşamına dahil olmasına olanak sunulmayan ve sosyal sigorta sistemine de dahil edilmeyen bakım verenlerin bu durumu, devletin iş yaşamı ve çalışma ile ilgili kanunlarıyla çelişmektedir. Örneğin Almanya'da yaşlılara evde bakım sunulan hizmet modelinde, uzun süreli bakım sigortası sunulmaktadır. Böylece yaşlının bakım sürecinde ihtiyaç duyulan araç ve gereçlerin temin edilmesi noktasında maddi kolaylık sağlanmaktadır (Kocabaş ve Kol, 2020: 286; Handbook Germany, 2022).

Yaşlılık, yaşlılık sorunları ve yaşlı bakımı ile ilgili toplumun bilinçlenmesi bakım verenlerin son ihtiyacı olarak tespit edilmiştir. Bu konularla ilgili toplumsal farkındalığın kazanılmasının bakım verenlere karşı empati kurulmasını sağlayacağı, diğerleri tarafından anlaşılmanın bakım verenleri rahatlatacağı ve yaşlıya evde bakım vermek istemeyen ancak toplumsal eleştiri nedeniyle buna mecbur kalan ailelerin diğer bakım alternatiflerini düşünmesine yardım edeceği görülmüştür. Konu ile ilgili konferansların düzenlenmesinin, broşürler hazırlanmasının ve duyurular yapılmasının bu amaca hizmet edeceği düşünülmektedir.

Sonuç olarak bakım verenlerin hakları konularında bilinçlendirmeleri gerektiği ve çeşitli ihtiyaçlarının olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda bakım veren ailelerin tespit edilmesi, eğitimlerin düzenlenmesi ve ihtiyaçlara yönelik uygulamaların yapılması gerekmektedir. Dolayısıyla var olan sosyal politikaların iyileştirilmesinin ve yeni politikaların da üretilmesinin uygun olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı. (2017). *Türkiye'de Yaşlı Bakım Hizmetleri Raporu*. URL: <https://ailevecalisma.gov.tr/media/9334/tuerkiye-de-ya%C5%9F%C4%B1-bak%C4%B1m-hizmetleri-avrupa-dan-en-iyi-uygulama-ornekleri-ve-tuerkiye-i%C3%A7in-bir-model-tasar%C4%B1m%C4%B1-proje-kitab%C4%B1.pdf>

AKSAYAN, S. ve CİMETE, G. (1998). Kronik hastalıklı bireylerin evde bakım gereksinimleri, olanakları ve tercihleri. *I. Ulusal Evde Bakım Kongresi Kitabı*.

AKYAR, I., KORKMAZ, F. ve ATAĞUL, E. (2017). Yaşlı onkoloji hastalarına bakım veren bireylerin yaşamında oluşan değişikliklerin belirlenmesi. *Mersin Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 10(3), 158-167.

ALTUN, İ. (1998). Hasta yakınlarının bakım verme rolünde zorlanma durumları. *I. Ulusal Evde Bakım Kongresi Özet Kitabı* içinde (ss. 71-78). İstanbul.

ANONİM. (2021). Hastalara bakım verenlerin hakları. URL: <https://zekidoktor.com/hastalara-bakim-verenlerin-haklari.html>

ARPACI, F. ve ERSOY, A. F. (2001). Aile ortamında yaşlı bakımında gelin yaşlı ilişkileri. *I. Ulusal Yaşlılık Kongresi Bildirileri* içinde (ss. 354-364). Ankara.

ARTAN, T. ve IRMAK, H. (2018). Huzurevindeki yaşlıların huzurevinde yaşlanmaya ilişkin bakış açılarının değerlendirilmesi: İstanbul Bahçelievler, Zeytinburnu ve Sultangazi huzurevi örneği. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 29(2), 51-70.

AYGÜLER, E. ve AYALP, M. Ç. (2018). Türkiye'deki evde bakım aylığı düzenlemesine eleştirel bir yaklaşım. *MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(3), 1-22.

BİLGİLİ, N. (2000). *Yaşlı bireye bakım veren ailelerin yaşadıkları sorunların belirlenmesi*. (Doktora Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

CHESEBRO, J. W. ve BORISOFF, D. J. (2007). What makes qualitative research qualitative? *Qualitative Research Reports in Communication*, 8(1), 3-14.

CİNGİL, D., GÖZÜM, S. ve BODUR, S. (2015). Bağımlı yaşlısına bakım veren aile üyelerine sunuş yolu ile verilen eğitimin bakım verme yeterliliği ve yaşlı bakımı bilgi düzeyine etkisi. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 18(4), 259-267.

DİNÇ, L. (2010). Bakım kavramı ve ahlaki boyutu. *Sağlık Bilimleri Fakültesi Hemşirelik Dergisi*, 12(2), 74-82.

EKİCİ, S. (2019). *Evde sağlık hastalarına bakan hasta yakınlarının aile işlevlerinin değerlendirilmesi*. (Uzmanlık Tezi). Sağlık Bilimleri Üniversitesi. Ankara Keçiören Eğitim ve Araştırma Hastanesi. Aile Hekimliği Anabilim Dalı. Ankara.

GELMEZ, Ö. S. Ö. (2015). Ailevileştirilen bakımın kürek mahkûmları: evde bakım uygulaması kapsamında bakım veren kadınların deneyimleri. *Fe Dergi*, 7(2), 59-71.

GERRING, J. (2004). What is a case study and what is it good for? *The American Political Science Review*, 98(2), 341-354.

GÜRER, A., ÇIRPAN, F. K. ve ÖZLEN, N. A. (2019). Yaşlı bakım hizmetleri. *Journal of Health Services and Education*, 3(1), 1-6.

HACIALİOĞLU, N. (2005). Bakım verenlerin hakları. *Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 8(2), 131.

HANDBOOK GERMANY. (2022). Almanya'da Hemşirelik Bakım Sistemi. URL: <https://handbookgermany.de/tr/live/care-system.html>

JGERMALM, M. (2005). *Carers in the welfare state – on informal care and support for carers in Sweden*. Erişim Tarihi: 25.07.2020 Erişim site adı: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:196465/FULLTEXT01.pdf>

KARA, R., YILDIRIM, Y., FADİLOĞLU, Z. Ç. ve AYKAR, F. Ş. (2020). Henderson temel ihtiyaç kuramı çerçevesinde bir annenin bakım yükünü hafifletmek. *ERÜ Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 7(1), 13-21.

KARACA, F. (2010). Huzurevinde kalan yaşlıların hayata bakış açıları ve gelecekle ilgili beklentileri. *Aile ve Toplum*, 6(22), 50-72.

KARACA, H., YAZICI, S. ve KORKMA, N. (2016). Alzheimer hastası yaşlı bakımının aile üyesi bakıcı kadınlara etkisi. *Tıbbi Sosyal Hizmet Dergisi*, 7, 6-12.

KARATAŞ, Z. (2017). Sosyal bilim araştırmalarında paradigma değişimi: nitel yaklaşımın yükselişi. *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 68-86.

KAYA, Ç. A., MERCAN, E. ve ÇİFÇİLİ, S. (2018). Evde sağlık hizmeti almak için başvuran inmeli hastaların sağlık ve bakım ihtiyaçları. *The Journal of Turkish Family Physician*, 9(3), 69-77.

KESER, E.N. N. (2020). Yaşlı bakım uygulamalarındaki etik sorunlar üzerine bir değerlendirme. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 31(1), 303-333.

KOCABAŞ, F. ve KOL, E. (2020). Almanya ve Türkiye'de karşılaştırmalı olarak bakım hizmetleri: Türkiye'de bakım sigortasının kurulmasına yönelik bir öneri. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(4), 283-310.

KURT, G., BEYAZTAŞ, F. Y. ve ERKOL, Z. (2010). Yaşlıların sorunları ve yaşam memnuniyeti. *Adli Tıp Dergisi*, 24(2), 32-39.

KÜÇÜKGÜÇLÜ, Ö., ŞENTÜRK, S. G. ve SÖYLEMEZ, B. A. (2017). Alzheimer hastalığı olan bireye bakım veren aile üyelerinin bakım verme sürecindeki deneyimleri. *DEUHFED*, 10(2), 68-78.

MERRIAM, S. B. (2018). *Nitel araştırma, desen ve uygulama için bir rehber*. (S. Turan, Dü.) Ankara: Nobel Yayıncılık.

ÖZDAMAR, M. ve ÇAKAR, E. (2015). Muhtaç yaşlılar ile engellilere aylık bağlanması ve bunların bakımını üstlenenlere evde bakım ücretinin ödenmesinin şartları. *İş ve Hayat Dergisi*, 1(2), 169-183.

ÖZDEMİR, M. (2010). Nitel veri analizi: sosyal bilimlerde yöntembilim sorunsalı üzerinde bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.

ÖZKURT, V. (2019). Bakım verenlerin bakım ihtiyacı riski: bakım alan kişinin miktatsız etkisi. *Yaşlılık Çalışmaları Dergisi*, 3, 4-18.

Resmi Gazete. (2006). Bakıma muhtaç özürülülerin tesbiti ve bakım hizmeti esaslarının belirlenmesine ilişkin yönetmelik. URL: https://www.tbmm.gov.tr/komisyon/insanhaklari/belge/um_bakimamuhtacozurluler/esbitivebakimi.pdf

Resmi Gazete. (2013). 65 yaşını doldurmuş muhtaç, güçsüz ve kimsesiz Türk vatandaşları ile engelli ve muhtaç Türk vatandaşlarına aylık bağlanması hakkında yönetmelik. URL:

<https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=17049&MevzuatTur=7&MevzuatTip=5>

TAMER, M. G. (2017). Yaşlı hastalarına bakım veren kadınların deneyimleri ışığında "evde bakım hizmetinin" değerlendirilmesi. *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 26, 157-186.

YORULMAZ, E. ve DİRİK, G. (2021). Demans tanısı olan kişilere bakım verenler ve bilişsel davranışçı terapi: sistematik derleme. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 13(2), 170-191.

Summary

Aging is a developmental process that can bring many problems with it. During this period, individuals; may experience physical, social, economic and mental problems. When they cannot live alone due to the problems they have experienced, they either go to institutional care or live with other family members. There are many rights to minimize the problems experienced by the elderly and their caregivers whose care needs are met by their family members. By providing access to these rights, the lives of both the elderly and caregivers are facilitated. However, when the area is examined, it is thought that there is a problem in accessing these rights and in the level of knowledge about these rights. Therefore, in this study, it was aimed to determine the level of knowledge of family members who give home care to the elderly who cannot meet their own needs on their own, about caregiving, to reveal whether they are knowledgeable about their rights and to discover their needs in the care process.

Depending on the purpose of the research, the qualitative research method was preferred and the case study design was used. During data collection, in-depth interviews and observation methods were preferred. Face-to-face interviews were conducted with 19 caregiver family members. The obtained data were loaded and coded in Maxqda Qualitative Data Analysis Program. The data were analyzed by descriptive analysis method.

As a result of the analyzes and examinations, it was seen that the caregivers did not have sufficient knowledge about caregiving. This situation causes the caregiver family

members, who are involved in the caregiving process, to encounter many unknowns and difficulties. Most of the participants stated that they learned the basic knowledge and skills about caregiving and aging through individual experience and experience, and that they had difficulties in this process. Similarly, it has been determined that caregivers have insufficient information about their rights. In this context, it has been seen that home care salary comes to the fore both in terms of the rights of the elderly and the rights of being a caregiver. However, it was determined that the participants were aware of this right afterwards. In addition, it was stated by the participants that there were problems in accessing the rights that they were aware of and that there could be delays in the services.

When the caregivers need what they need in the caregiving process; It has been learned that there are needs such as domestic helper, social security, psychological support, financial support, time and space to socialize, an elevator to the apartment they live in, a comfortable bed for the elderly, and a larger room. It is possible to state that by meeting the aforementioned needs of the caregivers, both the care process will be facilitated and both the elderly and the caregiver will live in prosperity.

As a result of the research, it has been determined that caregivers should be informed about what their rights are, what the care process is, how first aid is given, what can be done in emergency medical situations. However, it is important to make policy implementations locally and nationally in order to meet the stated needs.

Sosyolojik Açıdan BTS'in Müzik Sahnesi: "Life Goes On" Performansının Analizi*

Alptekin KESKİN**

Öz

Güney Kore popüler kültür ürünü K-Pop gruplarının pandemi süreciyle birlikte çevrimiçi konserlerini gittikçe arttırdığı görülmektedir. Bu çalışma K-Pop gruplarından BTS'in 2020 Mnet Asya Ödüllerinde sergilediği "Life Goes On" performansını müzik sosyolojisindeki sanal müzik sahnesi perspektifinden incelemektedir. Bu kapsamda YouTube'daki M-Net KPOP sayfasının [2020 MAMA] BTS_Life Goes On videosuna 28.08.2021 tarihi itibarıyla bırakılan 15.712 yorum netnografik yöntemle incelenmiştir. Analiz sonucunda hayran yorumlarının 1) Yoongi'nin hologram ile yansıtılmasından dolayı mutluluktan ağlayanlar; 2) Performansı ve sahneyi muhteşem/etkileyici görenler; 3) BTS grubu üyelerini güzel/yakışıklı görenler; 4) BTS grubu üyelerini sevimli/tatlı görenler; 5) BTS grubuna/üyelerine âşık olanlar- sevenler; 6) BTS grubu üyelerini prens/kral gibi görenler; 7) BTS üyelerini melek olarak görenler olmak üzere 7 kategoride incelenebileceği anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Müzik sahnesi, çevrimiçi konser, sanal müzik sahnesi, sanat dünyaları, K-pop, netnografi

JEL Kodları: A14, Z11, Z13, Z19

BTS' Music Scene from Sociological Perspective: Analysis of Life Goes On Performance

Abstract

South Korean popular culture K-Pop groups are rapidly increasing their online concerts with the pandemic process. This study examines the performance of "Life Goes On" by BTS, one of the K-Pop groups, at the 2020 Mnet Asian Awards from the perspective



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 12.12.2021

Kabul/Accepted: 30.09.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.1035614>

* Bu çalışma, 4-5 Kasım 2021 tarihinde Adana'da düzenlenen, "Medya Yakınsaması Çağında Kültürel Akış(lar) ve Hareketlilik" temalı Yeni Medya Çalışmaları V. Ulusal Kongresi'nde, "Sosyolojik Açıdan BTS'in Müzik Sahnesi: Mama 2020 Life Goes On Performansının Netnografik Analizi" başlığıyla sunulan ve Medya Yakınsaması Çağında Kültürel Akış(lar) ve Hareketlilik: Program Bildiri ve Özetleri Kitabı'nda "Sosyolojik Açıdan BTS'in Müzik Sahnesi: Mama 2020 Life Goes On Performansının Netnografik Analizi" (s.25-26). Alternatif Bilişim Derneği: Adana özet kitapçığında yayımlanan bildiriden genişletilmiş ve geliştirilmiştir.

** Dr., Bağımsız Araştırmacı, Tekirdağ, Türkiye. E-posta: keskinalptekin22@gmail.com

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9955-1803>

of the virtual music scene in music sociology. In this context, 15,712 comments left on the BTS_Life Goes On video of the M-Net KPOP page [2020 MAMA] on YouTube as of 28.08.2021 were analyzed using the netnographic method. As a result of the analysis, the fan comments 1) Cry out of happiness due to the appearance of Yoongi's hologram; 2) Those who see the performance and the stage as magnificent or impressive; 3) Those who consider BTS members as beautiful or handsome; 4) Those who find BTS members cute or sweet; 5) Those who are in love with BTS members; 6) Those who see BTS members as princes or kings; 7) Those who see BTS members as angels. This analyse showed that fan comments could be examined in 7 categories.

Keywords: Music scene, online concert, virtual music scene, art worlds, K-pop, netnography

JEL Codes: A14, Z11, Z13, Z19

1. Giriş

Bu çalışma, Güney Koreli ünlü K-Pop grubu BTS'in Mnet Asya Müzik Ödülleri'nde 4.20 dakikalık sergilediği "Life Goes On" şarkısını *sanal müzik sahnesi* perspektifinden izleyiciler nezdinde ne izler bıraktığını, izleyicilerin bu performansla hangi anlamlar yüklediğini ve onlar nezdinde hangi duygulara karşılık geldiğini araştırma amacındadır. BTS grubunun pandemi süreciyle birlikte çevrimiçi konserleri ve diğer performanslarıyla müzik sosyolojisi açısından sahne (scene) kavramının bir türü olan sanal müzik sahnesinin (virtual music scene) (Bennet ve Peterson, 2004) en etkili örneklerini sergilediği görülmektedir. Örneğin, grubun 20 Haziran 2020 günü çevrimiçi olarak düzenlediği ilk konseri olan *Bang Bang Con: The Live* konserini dünya genelinde eşanlı 756 bin biletli hayranı (ARMY) izlemiştir. Grubun 10 ve 11 Ekim 2020 tarihlerinde düzenlediği çevrimiçi diğer konseri olan *Map Of The Soul ON: E* konserine 193 ülkeden 993 bin kişinin izlediği grubun şirketi HYBE tarafından açıklanmıştır. *Map of The Soul ON: E* konserinde sahne arkasına dünyanın çeşitli yerlerinden binlerce ARMY'nin görüntüsünün ekranlara yansıtılması ve grupla birlikte eşzamanlı şarkı söylemeleri, grup üyelerinin ARMY'ler ile konuşması, ARMY'lerin yazdıkları mesajları okumaları ve çevrimiçi oluşturulan etkileşimli alan, müzik sosyolojisinde *sanal müzik sahnesinin* en iyi örneklerini yansıtmaktadır. AR ve XR teknolojileriyle birleştirilen çevrimiçi konserler ve etkinlikler, kullanılan Hologramlar aracılığıyla dinleyicileri nezdinde performansların gerçek üstü bir ortamda sergilendiği izlenimi yarattığı anlaşılmaktadır.

Çalışmanın akademik literatüre iki yönden katkısı bulunmaktadır. Birincisi pandemi süreciyle birlikte artık fiziki mekânlarda yüzyüze icra edilen müzik performanslarının internet tabanlı teknolojiler sayesinde sanal mekânlara K-Pop grupları aracılığı ile nasıl taşındığı ortaya konulacak olmasıdır. Bu açıdan BTS grubunun pandemi sürecindeki çevrimiçi konser ve etkinlikleri günümüz müzik endüstrisinin dijital evrimine örnek teşkil etmesi bakımından anlamlı bulunmaktadır. İkinci ise çalışma, sanal müzik sahnesi kavramı ile birlikte, sanat dünyaları, sanal topluluklar ve sanal ünlü kavramlarının birlikte incelendiği ilk Türkçe akademik kaynak olması bakımından önem kazanmaktadır. Asya'da özellikle Japonya ve Çin'de görülen sanal ünlülerin yükselişi günümüzde ünlü ve hayran arasındaki etkileşimsel alana yeni bir boyut kazandırmaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde Sanal Müzik Sahnesi kavramı, Sanat Dünyaları, Sanal Topluluk ve Sanal Ünlü kavramları ile birlikte açıklanacaktır. İkinci olarak K-Pop ve BTS ile ilgili genel bilgilere yer verilecek ve BTS'in pandemi sürecindeki konserleri ve

etkinliklerine değinilecektir. Burada BTS'in pandemi sürecindeki çevrimiçi konserleri ve etkinlikleri sanal müzik sahnesi perspektifinden değerlendirilecek, ayrıca sanal müzik sahnesi kavramı ile sanat dünyaları ve sanal ünlü arasındaki ilişki ortaya konacaktır. Daha sonra BTS'in 2020 MAMA performansında icra ettiği "Life Goes On" şarkısına izleyicilerin yorumları, son dönem yeni medya araştırmalarında kullanılmaya başlanılan netnografi yöntemiyle analiz edilecektir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Sanal Müzik Sahnesi, Sanat Dünyaları, Sanal Topluluklar ve Sanal Ünlüler

Müzik çalışmalarında *scene* (sahne) terimi 1990'lı yıllardan itibaren literatüre girmeye başlamıştır. Caz sahnesi ile ilk olarak kullanılmaya başlanan kavram kültürel açıdan ortak müzik beğenilerine gönderme yapmaktadır. Popüler müzik çalışmalarında son dönemlerde öne çıkan kavramlardan birisi olan *scene*, kent kültürü içerisinde oluşan yeni müzik türleri ile bu müzik türleri etrafında şekillenen alt kültürler ile ilişkilidir. Birey ve topluluğun etkileşiminin sonucu oluşturulan ortak müzik ilgileri ve zevkleri bu noktada öne çıkmaktadır. *Scene*, aynı müzik zevklerinin paylaşıldığı bir grup insan tarafından düzenlenen; müzisyenler, müzik dinleyicileri, müzik yazarları ve araştırmacılar tarafından geniş olarak kullanılan bir kavramdır (Cohen, 1999: 239). Buradan hareketle müzik sahnesi, müziğin tüm taraflarının birlikteliği ile uyumlu olan; müziğin içinde üretilen, performe edilen, tüketilen ve anlam bulan; yalnızca müzik etkinliğinin ötesinde ve üstünde olan bir terimdir.

Bennett ve Peterson (2004:6), müzik sahnesini yerel (local), yerel ötesi (translocal) ve sanal (virtual) olarak üçe ayırmıştır. Yerel müzik sahnesi, belirli bir bölgede yerel kültürler ile ilişkili müziğin üretildiği sahne türüdür. Belirli bir coğrafi bölgeyi temsil eden müzik türü o bölgenin kimliğinin bir parçası olarak anılır. Burada müziğin icra edildiği sahne ile o bölgedeki topluluk arasında güçlü bir ilişki bulunur. Hip-hop müzikteki yerellik ve o bölgedeki topluluğun kimliği ile arasındaki ilişki buna örnek gösterilebilir. Burada müzik, dans ve politikanın iç içe olduğu görülebilmektedir. Yerel ötesi (translocal scene) sahne, aralarında belirli uzaklıkta mesafeleri barındıran benzer yerel sahnelerin birbirleri ile düzenli iletişimini ile mümkün olan sahne türüdür. Yerel ötesi sahnedeki müzik gruplarının birbirleri ile etkileşimi söz konusudur. Böylelikle arada mesafe olsa da birbirinden sürekli haberdar olan, iletişim içerisindeki sahneler birbirine bağlanmaktadır. Birbirinden farklı grupların sahne aldığı müzik festivalleri bu sahne türüne örnek olarak gösterilmektedir. Son olarak ise sanal (virtual) sahneden söz etmek gerekecektir. İnternet aracılığı ile dünyanın çeşitli yerlerinden dinleyicilerin tek bir sahnede etkinliği takip edebildiği bu sahne türünde hayranların çevrimiçi katılımı mümkün olabilmektedir. Hayran katılımının ve kültürünün etkili örneklerinin gözlemlenebildiği bu sahne, günümüz müzik endüstrisinde özellikle pandemi süreci de göz önüne alındığında daha düşük maliyetli ve daha çok izleyiciye ulaşabilmesi açısından önemi gündene güne artmaktadır.

Sanal müzik sahnesi, yukarıda belirtildiği gibi müzik sahnesinin fiziki olarak insan mekân etkileşiminde geldiği son aşamayı göstermesi bakımından öne çıkmaktadır. Burada 1990'lı yıllardan itibaren internetin tüm dünyada insanlığın gündelik yaşamını etkileyici rolünden bahsetmek gerekecektir. İnternet ile toplumsal süreçlerde deneyimlenen fiziki mekânın sınırları kolayca aşılmaktadır. İletişim teknolojilerindeki son gelişmeler Harvey (2010)'ın zaman mekanın sıkışması olarak belirtilen ve mekanın sınırlarının artık kalktığı bir dönemden kolaylıkla bahsetmemize olanak sağlamaktadır. İnternet ile birlikte insanlığın zaman ve mekâna ilişkin toplumsal süreçlerdeki deneyimleri yeniden üretilmekte ve böylelikle gündelik hayatımızdaki zaman ve mekâna ilişkin kavrayışlarımız da toplumsal yaşantımızdaki eylem ve süreçlerden etkilenerek

yeniden yaratılmaktadır (Harvey, 2010: 230). İnternetin bu açıdan günümüzde küresel kapitalist düzende üretim ve tüketimi buluşturan noktada endüstrilerin en önemli aracı olduğunu söylemek kolay görünmektedir. Sanal müzik sahnesi de müzik endüstrisinin internet aracılığı ile zaman ve mekânın sınırlarının kalktığı günümüz yaratıcı endüstrilerinin en somut araçlarından birisi olmaktadır. İlerleyen bölümde Kore müzik endüstrisinin sanal sahnelerle nasıl günümüz müzik endüstrisinde dünyada örnek teşkil ettiği K-Pop ve BTS grubu örneğinden hareketle gösterilecektir.

Bu noktada sanal müzik sahnesi kavramı ile H. Becker'in Sanat Dünyaları ve Rheingold'un Sanal Cemaatler kavramlarıyla arasındaki ilişkiyi vurgulamak gerekecektir. Zira bir sanat dalı olarak müzik, dinleyicilerin, müzik yazarlarının, müziği icra edenlerin ve arka plandaki daha birçok kişinin / organizasyonun birlikte etkileşiminden oluşan bir alandır. Müzik sosyolojisi çalışmalarında ortaya konulan sanat ürünü ile insan, toplum ve organizasyonlar arasındaki ilişkiyi daha iyi anlamak için önemli kavramlardan birisi Becker'in- aynı zamanda kitabının ismi de olan- Sanat Dünyaları yaklaşımıdır. Becker, Sanat Dünyalarını tanımlarken insanlar ve organizasyonların birlikteliği sonucu üretilen sanat ürünlerinden bahseder. Ona göre Sanat Dünyaları, sanat olarak tanımlanan olaylar ve ürünleri üreten insanlar ve organizasyonların toplamından oluşur (Becker, 1976: 703). İnsanların müziği üretmesi ve tüketmesi kadar müziğin üretildiği ve tüketildiği etkileşimsel işbirliği alanının da ortaya konması gereklidir. Becker, sanatı bu açıdan ortaklaşa yapılan bir faaliyet olarak görmektedir. Sanat Dünyaları terimini de "şeyleri yapmanın geleneksel yöntemlerinin ortak bilgisi sayesinde işbirliği faaliyetleri düzenlenen bir insan ağını belirtmek için" kullandığını belirtmiştir (Becker, 2013: 28). "Ortaklaşa faaliyet", "işbirliği", "insan ağı" Becker'in müzik sosyolojisinde müziğin çok boyutlu etkileşimsel alanını açıklamada kullandığı anahtar sözcüklerdir denilebilir.

Sanal müzik sahnesinde ilk olarak her ne kadar sanatçı ile dinleyiciler arasında yüz yüze etkileşimde kurulan etkileşimli ortam yokmuş gibi düşünülse de kullanılan ileri teknolojiler sayesinde nasıl daha fazla hayran-ünlü etkileşiminin ortaya çıktığı ileriki bölümde ortaya konacaktır. Bu noktada sanal müzik sahnesi ve sanal topluluklar arasındaki ilişkiye değinilmesi gereklidir. Müzik ve sanal müzik sahnesi, sosyal medya ve internet tabanlı teknolojiler sayesinde müzik dinleyicileri ve hayranlarının oluşturduğu sanal topluluklarda çok daha geniş ilgi uyandırmaktadır. Sanal topluluklar aracılığıyla müzik gruplarının sanal müzik sahnelerinin milyonlarca kişinin eşanlı izlediği sahneler olduğu gözlenmektedir. Bu noktada son yıllarda sosyal bilimlerin birçok alanında tartışılan sanal topluluk (cemaat)lar kavramına değinmek gerekmektedir. İnternet, günümüzde iletişim teknolojileri aracılığıyla yeni iletişim biçimi sunmakla birlikte fiziki mekânın sınırlarını aşarak alternatif mekân ve yaşam alanları sunmaktadır. Tönnies'in toplumsal örgütlenmelerde bireylerarası iletişimde kullandığı *Gemeinschaft* (Cemaat) ve *Gesellschaft* (Cemiyet) ayrımı toplumsal ve teknolojik değişimlerle birlikte günümüzde yerini "sosyal ağlara" (Dawson, 2004: 76) ve bu ağlarda oluşturulan sanal cemaatlere bırakmaktadır. Sanal cemaat (virtual community) kavramını literatüre kazandıran Rheingold'a göre kavram, birbirleriyle yüz yüze görüşebilme veya karşılaşma ihtimalleri bulunmayan, bilgisayar programları ve ağları aracılığıyla fikirlerini paylaşan bir grup insanı tanımlamaktadır (Rheingold, 2008: 3). Başka bir tanıma göre ise sanal topluluklar zaman, mekân ve fiziksel açıdan birbirine bağlı olmayan insanların oluşturduğu topluluklardır. Ancak sosyal topluluklar gibi kendilerine ait dil, kültür ve kimlikler oluştururlar (Dijk, 2006: 166). Hesse de sanal toplulukları, enformasyon için tasarlanmış teknolojiler tarafından yapılabilen, zaman ve coğrafyaları birbirine bağlayan gruplar olarak tanımlamaktadır (Hesse, 1995: 418). Sanal topluluklar ile ilgili tanımların ortak yanı iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesi sonucu zaman ve mekânı aşan yeni tip örgütlenme biçimi oldukları yönündedir (Haberli, 2012: 125).

Bu bölümde son olarak sanal ünlülerden bahsetmek gerekecektir. Son dönemde Batıda ve Asya bölgesinde görülmeye başlanılan sanal ünlüler, popüler kültür içerisinde ünlü çalışmaları kapsamında dikkat çekmektedir. *Lil Miquela*, *Hatsune Miku*, *Shudu*, *Gorillaz*, *Kizuna AI* son dönemde popülerliği yükselen sanal ünlülerden bazılarıdır. Sanal ünlüler popüler kültür içerisinde kimi zaman farklı ülkelerde konser vermekte, albümleri yayınlanmakta, talk showlara çıkarak röportajlar vermekte, gerçek müzisyenlerle birlikte ortak etkinlikler düzenlemektedir (Yuqiao, 2021). Örneğin Japon sanal pop star *Hatsune Miku*, arttırılmış gerçeklik teknolojileri sayesinde oluşturulan hologram görüntüsü ile Japonya, Çin, Singapur ve hatta Amerika'da stadyum konserleri düzenlemiştir. Benzer şekilde BTS'in Mnet Asya müzik Ödüllerinde *Life Goes On* performansını seslendirirken grubun üyesi olan ve omuzundan ameliyatlı olması sebebiyle etkinliğe katılamayan Suga'nın sahneye hologram ile yansıtılması ve bu performansı hologram görüntüsü ile icra etmesi hayranları nezdinde duygusal olarak büyük bir etki bırakmıştır. ARMY hayran topluluğu açısından tüm platformlardaki metinlerde Suga'nın sahneye hologram ile yansıtılması her daim hatırlanmaktadır. AR ve XR teknolojileri aracılığıyla Suga'nın hologram olarak sahneye yansıtılması, katılımcı kültürün en iyi özelliklerini gösteren ARMY hayran kitlesinin grupla kurduğu duygusal yakınlık (*affective intimacy*) boyutunun en iyi örneklerinden birini içermektedir. Bu aynı zamanda yeni medya teknolojilerinin bireyin gündelik yaşamında gösterdiği etkiye de iyi bir örnektir. Başka bir ifade ile S. Bukatman'ın Baudrillard'ın *terminal* kavramından esinlenerek genişlettiği *terminal kimliği* konseptinde belirttiği gibi "hem öznenin sonu hem de bir bilgisayar istasyonunda veya televizyon ekranında inşa edilen yeni öznellik" (Bukatman, 1993: 9) şeklinde tezahür eden çift yönlü eklemlenme gerçekleşmektedir. Sanal ünlüler aracılığı ile oluşturulan insan-sanal yapı etkileşimi ve manipülasyonu *terminal kimliği*nin bir parçasını oluşturmaktadır.

Çalışmanın bu bölümünde ortaya konan sanal müzik sahnesi, sanat dünyaları ve sanal topluluklar kavramlarını daha iyi örneklendirmek üzere bir sonraki bölümde BTS'in özellikle pandemi sürecindeki etkinlik ve çevrimiçi konserlerinden bilgiler verilecektir. Böylelikle kavramsal olarak ortaya konulan perspektifin daha iyi anlaşılması sağlanacaktır. BTS'in pandemi sürecinden itibaren gerçekleştirdiği müzik sahneleri popüler müzik çalışmalarında Bennet ve Peterson'un sanal müzik sahnesinin örneklerini sunduğu gibi, Becker'in Sanat Dünyaları, Rheingold'un Sanal Topluluklar ve Sanal Ünlüler kavramlarına birçok örnek göstermesi bakımından kayda değerdir.

2.2. BTS'in Müzik Sahnesi: Çok Boyutlu Etkileşimli Dijital "Sanat Dünyaları"

BTS özellikle pandemi sürecinde gerçekleştirdiği gösterileri ve albümleriyle sahnesini sanal müzik sahnesine hızla dönüştüren ve teknolojiyi izleyicileri nezdinde yakınlık kurmada çok iyi kullanan bir gruptur. Bu noktada K-Pop sahnesinin özelliklerinden bahsedilmesi gereklidir. K-Pop yıldızlarının sahneleri bir *arttırılmış eğlence formu* (Choi ve Maliangkay, 2015: 4) olmaları yönüyle ön plana çıkmaktadır. Pastiş, parodi ve karnavalesk bir kutlama (Fuhr, 2016: 10) K-Pop sahnelerinde kolaylıkla görülmektedir. K-Pop sahnesinde yalnızca müzik icra edilmemektedir. Adeta popüler kültürü çekici hale getiren tüm parçaların birleşmiş hali yansıtılmaktadır. Grup üyelerinin modayı sarsan çarpıcı giysileri, ortak koreografiler ile harmanlanmış etkileyici beden hareketleri; bazen bale figürlerinin dahi kullanıldığı akrobatik dans hareketleri; ışık ve sesin birlikte uyumu ile dinleyicide bıraktığı görsel şölen etkisi; şarkıların izleyicilerde belirli anlamları çağrıştırması ve bir hikâye hissini uyandırması, sahnenin izleyici nezdinde çok boyutlu bir "büyü" hissini vermektedir.

Özellikle pandemi süreci ile birlikte konserlerin ve diğer yüz yüze etkinliklerin iptal edilmesi ile birlikte K-Pop grupları konser vb. tüm etkinliklerini çevrimiçi alana

taşımaya ve bu alanda çok daha etkili olmayı başarmışlardır. K-Pop hayran kültürünün YouTube ve sosyal medya platformlarında inşa ediliyor olması, platformları çok iyi kullanan hayran kitlesinde pandemi ile ilgili ilk başta olan hayal kırıklığını yerine sevince bırakmıştır. Zira K-Pop gruplarının çevrimiçi konser ve diğer etkinlikleri, katılımcı kültürün tüm özelliklerini bünyesinde barındıran K-Pop hayranlarının çevrimiçi organizasyonlara uyumunu zorlaştırmamıştır. Çevrimiçi konserlerin K-Pop gruplarınca sık sık kullanılması "K-Pop'un yeni evinin çevrimiçi olduğu" yönünde haberler yapılmasını sağlamıştır (Korea JoongAng Daily, 2020). SuperM, Super Junior gibi grupların çevrimiçi konserlerinin yanı sıra KOCCA, KOTRA gibi ajansların organizasyonu ile çevrimiçi konserler de olmuştur. Bu konserlerden en etkili olanı BTS'in Bang Bang Con: The Live ile başlayan konserler serisi olmuştur.

Bang Bang Con konseri BTS'in pandemi dönemindeki ilk çevrimiçi konseridir. Grubun Covid-19 nedeniyle dünya genelindeki "Map of the Soul" konser turunu iptal etmesi sonrasında ilk çevrimiçi konseri olan ve 14 Haziran 2020'de gerçekleşen Bang Bang Con: The Live, 107 ülkeden 756 bin izleyici eş anlı izlemiştir. Çevrimiçi olarak düzenlenen diğer konserlerdeki izleyici rekoru kıran ilk konser olan Bang Bang Con: The Live, 6 adet çok görüntülü ekran üzerinden izlenebilmiştir (Frater, 2020). BTS'in çevrimiçi ikinci konseri olan Map Of The Soul On: E konserini 10-11 Ekim 2020 tarihlerinde 193 ülkeden toplam 993 bin kişi çevrimiçi bilet alarak izlemiştir. Sahne arkasında dünyanın her tarafından konseri canlı olarak izleyen ARMY'lerin görüntülerinin paylaşıldığı konserde izleyiciler mor ışıldaklarla çevrimiçi konsere eşlik etmişlerdir. Aynı zamanda konser esnasında chat box kutusuna BTS'in görebileceği mesajları yazabilmişlerdir. Çevrimiçi olarak yaklaşık 1 milyon kişinin bilet alarak izlediği (çok daha fazlasının kaçak linklerden izlediği varsayılırsa) Map Of The Soul On: E konseri ünlü ve hayran arasında interaktif iletişimin kullanıldığı sanal sahnenin en iyi örneklerinden birisidir. Konserdeki dört büyük sahnede AR, XR, 4K /HD teknolojileri kullanılmıştır. Kullanılan teknolojiler sayesinde izleyiciler nezdinde yeni bir hayran deneyimi yaratan konser, yeni medya teknolojilerinin iletişimde hayran ve ünlü arasındaki birlikteliğe getirdiği yenilik açısından örnek bir konser niteliğindedir. BTS'in son sanal konseri 13-14 Haziran 2021 tarihinde gerçekleştirilen "BTS 2021 Muster Sowoozoo" olmuştur. 2 günlük konserde diğer konserlerdeki resmi izleyici sayısının üzerine çıkmış ve konseri 1.33 milyon izleyicinin ücretli izlediği belirtilmiştir. Dış mekân setinin gezegenlerle süslenmesi, konser alanının BTS için sembolik anlamları bulunan 8 sayısı şeklinde tasarlanması, izleyicileri gerçek üstü bir atmosfere taşıyan "BTS evrenini" işaret etmektedir. AR ve XR teknolojileriyle bu etkileşimsel sahne desteklenmiştir. ARMY'lerin grup üyeleriyle konuşabileceği ve yüzlerinin görünebildiği "ARMY on Air" ve "ARMY in Echo" adı verilen ekranlar aracılığıyla etkileşimsel sahne kurgulanmıştır.

K-Pop içerisinde sanal ünlü ve sanal avatar denemelerine *Aespa* grubundan başlayarak örnek vermek gerekecektir. *Aespa* grubunun dört üyesinin de sanal avatar karşılıkları bulunmaktadır. Grubun dört gerçek üyesine eşlik eden avaturları ile grup üyeleri karşılıklı konuşmakta, şarkı söylemekte ve birlikte zaman geçirmektedir. Böylelikle K-Pop idol yaratım sürecindeki teknolojiye verilen önem ortaya çıkmaktadır. Gerçek ve sanal ünlü birlikteliği ile, izleyicinin hayran kültürü içerisinde duygusal bağlanma-kendinden bir parça bulma boyutu artırılmaktadır. Grubun şirketi olan SM Entertainment'in yöneticisi Soo-Man Lee de 1. Dünya Kültürel Endüstri Forumunda yaptığı konuşmasında *Aespa*'nın sanal ve gerçek dünya arasındaki sınırları aşmak üzere geleceğe yönelik bir proje olduğundan bahsetmiştir (Smentertainment.com, 2021). K-Pop sahnesinde *Aespa* grubunda görüldüğü üzere gerçek ünlünün avatar karşılığı gibi

uygulamalar ile önümüzdeki dönem müzik sahnesinde sanal gerçeklik teknolojileri üzerinden daha fazla örneğin görüleceği düşünülmektedir¹⁶ (Bkz. Şekil 1).



Şekil 1. K-Pop grubu Aespa (Korezin.com, 2020)

Bu bölümde son olarak çalışmada analiz edilecek olan BTS grubunun 6 Aralık 2020 tarihinde 2020 Mnet Asya Ödüllerinde sergilediği 'Life Goes On' performansı üzerinde durulacaktır. BTS'in bu performansının analize tabi tutulmasının sebebi ise performansın müzik sosyolojisi açısından sanal müzik sahnesinin en iyi örneklerinden birisi olmasından dolayıdır. BTS, 2020 Mnet Asya Ödüllerinde "ON", "Dynamite" ve "Life Goes On" olmak üzere üç parça seslendirmiştir. Performanslar pandemi döneminde olması itibarıyla seyircisiz icra edilmiştir. Ancak her üç parça da müzik sahnesinin teknoloji ile birleştiğinde nasıl bir görsel şölene, artırılmış eğlenceye veya karnavalesk bir kutlamaya dönüştüğünün çok iyi birer örnekleri görülmektedir. Dahası performansların icrasının AR, XR teknolojileri, hologram, animasyon ve hikâye anlatıcılığının (storytelling) birleşimi ile yapılması ve izlencenin hızlı bir şekilde tüketilmesi ile seyirciyi izlerkitleden hayrana dönüştüren süreç de hızlanmaktadır.

BTS'in Mnet Asya Ödüllerinde sergilediği "Life Goes On" performansı toplam 4 dakika 20 saniye sürmüştür. 15,5 milyon izlenme sayısına ulaşan performans 1 milyon beğeni almıştır (28.08.2021 itibarıyla). Performans başlarken şehrin üstünde havai fişekler patlamakta ve aniden bir sirenin çalması ile hayat ve insanlar birden durmaktadır. Başlangıçta her şeyin durması animasyon karakterleri ile gösterilmiştir. Sokaklarda insanların ve kuşların dahi hareketlerinin sabit kaldığı gerçek sahneye ise grup üyeleri şarkı başladığında çıkmaya başlamaktadır. Burada pandemi süreci ile adeta insanlığın durduğu anlatılmaktadır. Performansın icra edildiği alanda insanlar ve ağaçların rengi bembeyazdır ve herkes donmuş bir şekilde hareketsiz kalmıştır. Yalnızca beyaz giysileriyle grup üyeleri "Life Goes On" şarkısını söylemeye başlamıştır. Sabit duran insanların hepsinin ağzında maske takılıdır. Burada grubun "Life Goes On" performansının pandemi dönemindeki insanlığa bir nebze olsun iyilik, şifa ve umut

² Kore Hükümetleri için K-Pop "kültürel teknoloji" ürünüdür. Güney Kore müzik ajansları küresel pazarda popüler kültür ürünleri olan K-Pop gruplarını pazarlamak için "kültürel teknolojiyi" kullanmaktadır (Binark, 2020: 192).

getiren bir parça olduğunu belirtmek gerekecektir¹⁷. Parçanın ortasına gelindiğinde sokaktaki "BE" isimli apartmanın kapısı açılır ve açılan kapıdan sahneye ışık demetinin içerisinde grubun üyesi Suga (Yoongi) hologram şekli ile parçayı söyleyerek gelir. Suga omuzundan ameliyatlı olması sebebiyle 2020 Mnet Asya Ödüllerine katılamamış ancak hologram teknolojileri sayesinde "Life Goes On" performansına grup ile eşlik etmiştir (Bkz Şekil 2). Suga'nın performansta grup üyeleri ile hologram olarak katılması ARMY hayran grubunun YouTube ve diğer sosyal medya platformlarında oluşturduğu iletilerde / metinlerde büyük bir şaşkınlık, heyecan ve sevinçle karşılanmıştır. ARMY hayran grubu bu olayı tüm anlatılarında sevinçle ve aynı zamanda hüznle anmaktadır. Zira hayran grubu için 7-1=0 olarak ifade edilmektedir. Başka bir ifade ile grubun bir üyesi yoksa grup da anlamını kaybederek hiç olmuş demektir. Bunu tüm platformlardaki hayran metinlerinde görmek mümkündür. Hayran grubu için her üye grupla özdeşleşmiştir ve gruptan ayrı düşünülemez. Şarkının ilerleyen saniyelerinde grup üyesi Jin'in avucundan bir ışık göğe doğru yükselir ve tüm insanlar canlanır, hayat normale döner, tüm canlılığı ve renkliliği ile yaşam devam eder.



Şekil 2. BTS grubunun Mnet Asya Ödüllerinde sergilediği "Life Goes On" performansı (Youtube, 2020)

BTS'in Mnet Asya Ödüllerinde seslendirdiği "Life Goes On" şarkısı Bennett ve Peterson (2004:6)'un kategorize ettiği sanal müzik sahnesinin en iyi örneklerinden olduğu düşünülmektedir. Söz konusu müzik sahnesinin seyircisiz bir şekilde internet ortamından milyonlarca takipçisinin eş anlı olarak izleyebilmesi kadar sahnede kullanılan dekor, kostümler ve arttırılmış gerçeklik teknolojilerinin animasyon karakterler ile birlikte birleştirilmesi; sahnenin müzik sahnesinin üstünde arttırılmış eğlence formu (Choi ve Maliangkay, 2015: 4) ve pastiş, parodi ve karnavevsk bir kutlama (Fuhr, 2016: 10) izlenimini vermektedir. Bu sahnede gerçek ve sanalın birleştiği çok boyutlu bir organizasyonel yapı oluşmaktadır. Becker'in yaklaşımındaki olaylar, insanlar ve

¹⁷ Grubun pandemi döneminde çıkardığı BE albümü ve bu albüm içerisindeki "Life Goes On" şarkısının daha detaylı analizini içeren bir yazı için bkz. Keskin, A. (2021). BTS ya da "Müziğiyle Terapi Yapan Grup". <https://yenimedya.wordpress.com/2021/01/15/bts-ya-da-muzigiyle-terapi-yapan-grup/>

organizasyonların birleşimine dayalı *sanat dünyaları* kavramına çok boyutlu teknolojilerin de eklenmesiyle *'dijital' sanat dünyalarından* bahsetmek gerekecektir. Ayrıca söz konusu *sanat dünyalarının* internet tabanlı teknolojiler aracılığıyla oluşturulan platformlarda sanal veya hayran topluluklarının oluşturdukları meta metinlerde yeniden ve yeniden üretildiğini de gözlemek mümkün olmaktadır. AR ve XR teknolojileriyle oluşturulan sahneye grup üyesinin hologram ile yansıtılması, K-Pop'ta *Aespa* ile denenmeye başlanan grup üyelerinin sanal avatarlarını hatırlatmaktadır. Bununla birlikte son dönem özellikle Japonya ve Çin'de yükselmeye başlayan sanal ünlüler de akla gelmektedir. Her durumda Asya orijinli popüler kültür ürünlerinde iletişim teknolojileri ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin birleştirilmesinin izleyiciler nezdinde anın hızla tüketiminin de verdiği haz/eğlence ile birlikte hayranlık deneyimlerini çok daha fazla etkilediği ve ünlü-hayran arasındaki etkileşimsel alanı çok daha güçlü kıldığı anlaşılmaktadır.

3. Yöntem

Bu çalışmada BTS grubunun 2020 Mnet Asya ödülünde sergilediği "Life Goes On" performansı YouTube'da 6 Aralık 2020 günü yayınlanan videosuna bırakılan izleyici yorumları netnografi yöntemiyle analiz edilmiştir. Netnografi yöntemi ilk olarak pazarlama araştırmalarında tüketici beğenileri ve tercihlerini tespit etmek üzere geliştirilmiş etnografinin bir alanıdır. Netnografi, geleneksel etnografi yönteminin çevrimiçi toplulukları çalışan araştırmacılara uyarlanmış şekli olarak tarif edilebilir (Kozinets, 2002). Nitel araştırma metodlarından olan netnografi, internet tabanlı teknolojilerde oluşturulan çevrimiçi toplulukları incelemeye esas almaktadır. Çevrimiçi toplulukların dijital platformlarda oluşturdukları sanal topluluklar, bireylerarası iletişim ve etkileşime de olanak sağlamaktadır. Netnografi işte tam burada etkileşim tarzlarını, topluluk içi değişimleri, kişisel hikâyeleri, çevrimiçi kuralları, pratikleri, ritüelleri, söylem tarzlarını, örgütsel ve topluluk açısından yeni ve yaratıcı formları ortaya çıkarmada etkili yollar sunmaktadır (Kozinets, 2015: 3). Günümüzde iletişim teknolojilerinin gelişimi ile bireyler çevrimiçi alanda yeni sosyalliklere ve yeni topluluklar ile hızla tanışmakta, bu topluluklara dâhil olmak ve beraberinde bu toplulukların kültürel çerçevelerine de uyum sağlamaktadır. Netnografinin özelliği çevrimiçi dünyanın aynı zamanda sosyal ve kültürel bir dünya olduğunu ortaya koymasıdır. Ayrıca netnografi bilim insanlarına çevrimiçi etkileşimleri bir kültürel referans çerçevesi içinde kullanarak anlamalarına imkân tanımaktadır (Kozinets, 2012: 39). Bunun yanında kamuya açık platformlarda çevrimiçi katılım ve gözlem sayesinde tüketici tartışmalarının hangi yönde seyrettiği de netnografi sayesinde anlaşılabilir (Nelson ve Otnes, 2005: 90). Kullanıcı yorumları ve tartışmaları olduğu gibi duygularının anlaşılması bakımından da netnografi araştırmacılara olanak sağlamaktadır. Bu çalışmada da belirtildiği gibi netnografi, hayran yorumlarının gözlenmesi, hayranların söz konusu videoya hangi duygulanımsal ifadelerle yorum bıraktıklarının tespiti noktasında da önem kazanmaktadır. Zira hayranların gruba karşı yakınlık içeren hislerinin yansımaları olduğu gözlenen iletiler, Kozinets'in de belirtmiş olduğu gibi hayran grubunun kültürel referans çerçevesini de araştırmacıya sunmaktadır. Netnografi, bu çalışmada grup ve hayran arasındaki etkileşimli ortamın yansımalarını gösterdiği gibi, sosyal topluluk içerisindeki etkileşimin sonuçlarını işaret etmektedir.

K-Pop'un tüm dünyaya yayılımında ve K-Pop hayranlığının genişlemesinde YouTube K-Pop'un en iyi arkadaşı olmuştur (Ono ve Kwon, 2013: 207). Hayran toplulukları, grubun tüm videolarını adı anına YouTube'da oluşturdukları kanallar aracılığıyla ilgili ülkenin diline çevirmektedir. Böylelikle grubun her anı ve her etkinliği kolaylıkla takip edilmektedir. Genellikle pop kültür hayran pratiklerinin, coğrafi, kültürel

ve zamansal engellerin sınırlarını azalttığı bilinmektedir (Yoon, 2018: 3). Bu çalışmada da BTS'in 2020 Mnet Asya ödülleri sergilediği "Life Goes On" şarkısına YouTube'da bırakılan hayran yorumları sanal müzik sahnesi ve sanat dünyaları açısından hayranların hangi duygulanımsal boyutlarına karşılık geldiği anlaşılacak istenmiştir. Bu çerçevede YouTube'daki M-Net KPOP sayfasının [2020 MAMA] BTS_Life Goes On videosuna 28.08.2021 tarihi itibarıyla bırakılan 35.852 yorumun ilk 10 bin yorumu Maxqda programı aracılığıyla çekilmiştir. Daha sonra 15 bin 712 yoruma gelene kadar araştırmacı belirtilen web sitesi üzerinden yorumları incelemeye devam etmiştir. Toplamda analize esas 15 bin 712 izleyici yorumu esas alınmıştır. Analiz sürecinde yorum bırakanların isim soy isimlerinin baş harfleri belirtilmiştir. Çalışma sonucu elde edilen kategoriler aşağıda gösterilmiştir.

4. Analiz

4.1. Yoongi'nin Hologram ile Yansıtılmasından Dolayı Mutluluktan Ağlayanlar

Videoya yorum bırakanların başında yukarıda da belirtildiği gibi söz konusu videoda grup üyesi Suga (Yoongi)'nin hologram ile sahneye yansıtılması sonrası hayranların duygulanmalarını içeren iletiler görünmektedir. BTS'in "Life Goes On" performansı bu açıdan sanal sahnenin ve sanal karakterin birleşiminin en iyi örneklerinden birini teşkil etmektedir. Kullanılan yüksek teknolojiler ile grup üyesinin hologram ile sahneye yansıtılması ve grupla birlikte şarkıyı söylemesi hayran kitlesinin YouTube başta olmak üzere diğer birçok platformda kolektif hafızasında yer edinen önemli bir durumdur. Hayran gruplarının tüm platformlarda oluşturdukları metinlerde Yoongi'nin omuzundan ameliyatlı olması sebebiyle söz konusu performansa hologram ile katılması olayı ve bunun yarattığı duygulanımsal ifadeler tekrar tekrar anlatılarak canlı tutulmaktadır. İlgili YouTube sayfasında yapılan netnografik analizde hayranların Yoongi'nin sahneye gelmesinden sonra duygulanarak mutluluktan ağladıkları ve şaşkınlıklarını ifade ettikleri görülmektedir:

P.F.: No Matter how much time I've watched this, Still when Yoongi appears unknowingly some tears will leave from my eyes

S.M.T.:

Me: Not expecting Yoongi to appear

Yoongi: Appears on hologram

Me: Cries in happiness

K.J.: Even he was not there in real but I cried when I saw suga

F.A.: I KNOW. I CRIED. Evethough it's hologram but I did surprise me. I need 7 of them so bad

P.B.A.: Tears of happiness in every ARMYs eyes

M.T.C.: BTS tought thousand dollar augmented reality technology just so they could perform with Yoongi

A. P.: I'm still crying because of Yoongi, I was like "UH? YOONGI IS BACK?!" My heart

S :) it's been 8 months but I'm still crying especially when suga hologram scene comes I can't

E.G.: When yoongi showed up, that's when I started crying. The concept is beyon beatiful and heals everyone who's watching &listen to this

N. R.: The part where yoongi's holographic image steps in, my heart shatters to a million pieces! In happiness and in missing him thousand times. I don't even wanna

think the times we have to face when they have to move to their military service one by one, or disband one day

4.2. Performansı ve Sahneyi Muhteşem/Etkileyici Görenler

K-Pop sahnesi, izleyicilerine bilinen müzik sahnelerinin üstünde performanslar sunmaktadır. Dans, dekor, kostümler, ışıklar, izleyicilerin performanslara ışıldaklarla katılımı, ortak koreografiler, arttırılmış gerçeklik teknolojilerinin kullanımı izlencenin seyircilerde sahne üstü imişçesi izlenimi bırakmaktadır. Bu anlamda K-Pop sahnesinin salt müzik sahnesi olmanın ötesinde *arttırılmış eğlence* formu (Choi ve Maliangkay, 2015: 4); pastiş, parodi ve karnalesk bir kutlama (Fuhr, 2016: 10) olduğu sıklıkla dile getirilmektedir. Özellikle BTS'in pandemi öncesi ve sonrası sahneleri, izleyiciden hayranlığa hızlı geçişin iyi örneklerini göstermektedir. Söz konusu videoya hayranların bıraktığı ifadeler incelendiğinde "Life Goes On" performansının dinleyiciler nezdinde "muhteşem" ve "etkileyici" olduğuna yönelik ifadelerin olduğu görülmektedir. Ayrıca bir hayran yorumunda performans için "çoğu müzik videosundan daha iyi prodüksiyon ve story telling (hikaye anlatıcılığı)" ifadesinin bulunması BTS'in sahnesindeki çok boyutlu etkileşimselliğin içerisinde hikaye anlatıcılığının da bulunduğunu göstermektedir:

M.: I'm not an Army but this performance is so Amazing and Iconic !! Keep Slaying BTS

R. 2: It's just so fascinating what today's technology is able to do. Such a wonderful scene whe Yoongi enters the stage. It was so heartwarming and it just felt right

U.: this HAS to be one of the most iconic performances ever

S. S. 19 429: This is the best stage I have ever seen

S. M.: Such a meaningful performance. They are not just a performer, they inspire people with the message of their song.

S. S.: i am not an Army but this performance is so amazing and impressive keep it up!

R.R.:Better production and story telling than most music video

4.3.BTS Grubu Üyelerini Güzel/Yakışıklı Görenler

K-Pop müzik endüstrisi içerisindeki yıldız üretim sürecinde yıldızların uzun boylu, yakışıklı veya güzel olmasının beklendiği (Binark, 2019: 148) bilinmektedir. Özellikle erkek gruplarındaki yıldızların dış görünüşleri ve evrensel davranış kalıplarını içeren "temiz özellikleri" barındırmaları önemlidir. K-Pop gruplarındaki genel özelliklerden biri olan ve standardize edilmiş olduğu görülen *yakışıklı/güzel görünüm* hayran kitlelerinin gruplara bağlılığında önemli faktördür. Nitekim hayran yorumları incelendiğinde BTS'in grup üyelerinin görünüşlerinin yakışıklı / güzel olduklarını ifade eden yorumların sıklıkla ifade edildiği anlaşılmıştır:

R.F.: Been amazed with Taehyung's look, but his aura here seems so different. He's more handsome here and looks like an angel

E. N.: Kim Taehyung is a full package; handsome face, cute behaviour, beautiful mind, soulful and deep voice. Exactly I can tell that he 'll be every girls' ideal man.

T. g.: No one can be more beautiful than Taehyung and BTS

PROVE ME WRONG IF YOU CAN!

S.B.: KIM TAEHYUNG most handsome man in the world... so talented and his facial expression is from another world IDOL OF IDOLS

L.e.: I was never fascinated by someones look this much...This man Kim tae hyung ...Well no doubt he is the worlds most handsome man. His visuals are damn

A.L.: 3:57 enjoy RM looking at you for 3 seconds. His eyes are so pretty, and his face is so handsome. I'm dying here, I can't take this anymore. They all look so handsome in white.

4.4. BTS Grubu Üyelerini Sevimli/Tatlı Görenler

Sevimli ve tatlı olma özelliği Hallyu yıldızlarında görülen ortak özelliklerden birisidir. Burada Hallyu yıldız üretim sürecindeki dişil özelliklere ait sevimli ve tatlı olma gibi bazı durumların K-erkeklik imgesi ile birleştirilerek "dişilleştirilmiş erkeklik" temsili ile sunulduğu görülmektedir. Manietta (2015: 18-19)'ya göre Güney Kore'de genç kadınlara ithafen kullanılan çocuksu/sevimli olma durumunu açıklayan "aegyo" teriminin K-Pop gruplarının kullanılmasıyla kadınsı bedenlere sahip "erkekliğin yeniden üretimine" yol açmıştır. İncelenilen videoda da BTS üyelerine karşı hayran yorumlarının "sevimli" ve "tatlı" ifadeleri ile belirtildiği görülmüştür:

ö.b.: I know BTS new. I love them all, they are so cute but Jin so sweet, handsome, funny omg i love you

U.: Why are they sooooo cuteee? Ah my heart eueueueue

G.W.: Bts !!!you are sweet iam from ık love you all...all the best..god bless you all jimin ,jin,jk,rm,suga,je-hopemy heeros

O.A.: Jin is so sweet, his smile is mesmirisng, he looks like Prince Charming.

P.P.: Suga is back his innocent face and he's looking cute and also everyone is looking handsome

4.5. BTS Grubuna/Üyelerine Âşık Olanlar- Sevenler

Hallyu yıldızlarının idealize edilmiş âşık olunacak K-erkeklik imgesini temsil ettikleri (Binark ve Karataş Özyayın, 2019: 165-189) son dönem Hallyu çalışmalarında ifade edilmektedir. Bu nokta, K-Pop müzik endüstrisindeki yıldız üretim sürecinin bir parçasıdır. Hallyu yıldızlarının görünüş olarak hayranların düşlerini süsleyecek ideal erkeklik imajını temsil etmeleri hayran katılımı ve bağlılığında önemlidir. İncelenen videoya bırakılan yorumlara bakıldığında BTS grubu üyelerinin yakışıklılığı, grup üyelerini sevmeye ve âşık olma cümleleri yorumlarda görülmektedir:

E.:They way v looks is like he will kill me.. With his naughty eye's.I am falling in love with him☺lots of love from Indiaın

g. t.: Just no word seeing their love Suga came like an angel from heaven which made bts complete n fill our life with colours

R. (A. g.): This song always make me cry. love u BTS u all are great inspiration to me in off cause the army..

C. v.:Suga animation is best thing ever to exist ever. He is our lil meow meow I love him

A. s.: The fact that they paid for an expensive AR hologram to show they will always be 7 no matter what is so They really love each other so much

A.-r.:This song perfectly describes how BTS comes to our Life and CHANGE IT.....I really don't know whenever I am sad, I only need my mother who can made me smile or just them, IT'S JUST WHENEVER I SEE THEM OR WHENEVER I REMIND THEM A SMILE COMES TO MY FACE..... THEY ARE SO PRECIOUS I will always love them and stan them.....and the most important thing is I JUST DON'T WANT THAT DAY TO COME WHEN BTS WILL DISBAND

4.6. BTS Grubu Üyelerini Prens/Kral Gibi Görenler

Hayran yorumları incelendiğinde BTS üyelerine karşı "prens" ve "kral" gibi ifadelerin sıklıkla kullanıldığı görülmüştür. Bu ifadeler hayranların duygu dünyalarında üyelere verdikleri konumsal karşılıkları göstermektedir. İncelenilen videoda hayran yorumları grup üyelerini "Disney prensi" gibi gördüklerini işaret etmektedir. Hayranların grup üyelerine yönelik "prens", "kral" gibi konumsal üstünlük ifadeleri kullanmaları gruba verilen önemin hayranların duygusal süreçlerindeki yerini göstermektedir. Burada söz konusu videoda dekor ve kostümlerdeki beyaz rengin ön plana çıkarılmasının da etkisinin olduğu düşünülmektedir:

b.s.: Kim taehyung looks like a disney prince. His angelic voice can heal everyone.

S. N.: Kim Taehyung is literally a Disney prince, an ethereal angel with a beautiful vocals and pure expressions. I don't think hes real. He steals my soul.

P. x.: Taehyung looks so unreal. He is just like a Prince in that white suit and that see through shirt. This performance was so good. They all looked like 7 prince.

Ş.E.Ö.: 7 boys sfrom disney prince they look like prince im dying here

M.S.: Taehyung look like a disney princes....meanwhile Looking at yoongi realizing its just the virtual yoongi i miss him so much

S.A.: Everyone: Oh they look like a Disney Prince! Stop saying that because they are KINGS, they are ARMY'S KINGS! Say it louder!

a.: is that jeon jungkook from another world? bc he is like a prince from fairy tale

4.7. BTS Üyelerini Melek Olarak Görenler

İncelenilen videoda kostüm ve dekor olarak tamamen beyaz rengin kullanılması ve Yoongi'nin bir ışık demeti ile hologram olarak sahneye yansıtılması izleyicilerde "melek" figürünün zihinlerde belirmesine imkân tanımıştır. Burada yaratılan sanal sahne ve sanal karakterin izleyicideki yansımaları görmek mümkündür. Kullanılan yüksek teknolojilerle sahne izleyici nezdinde adeta ikonik bir alana dönüşmekte ve "melek" gibi temsillerle hayran belleğinde yerini almaktadır. Yaratılan temsiller hayran gruplarının üretilen metinlerde kolaylıkla görülmektedir. Bu noktada sanal sahnede gerçeklik ve sanallığın sınırları izleyici nezdinde belirginliğini yitirebilmektedir. Hayran yorumlarının da bu yönde olduğu görülmüştür:

C.: Yoongi's hologram looks like an angel literally came down from heaven bc he IS an angel and bc of the hologram

And TAE LOOKS SO CUTE LIKE IM GONNA EXPLODE

D.C.: Kim Taehyung really does resemble an angel. His face, his voice, his expressions, give me a lot of peace. I love watching him sing. I love hearing it. His voice is a hearing delight.

S.: SUGA is like an angel when he entered and started to sang. It's so soothing and it made me miss him even more.

v l.: Taehyung the unreal human and real angel ...

5. Sonuç

Son dönem müzik sahnelerindeki değişim, fiziki olarak bir konser için stadyumda toplanan kalabalığın onlarca katını çevrimiçi alanda icra edilen konserlerde toplamaya olanak sağlamasıyla birlikte yaratıcı endüstrilerin pandemide gelirlerini katlayarak devam etmelerini sağlamıştır. Bu açıdan bakıldığında pandemiden K-Pop müzik gruplarının ve endüstrisinin yüksek teknolojiyi etkin kullanarak çok daha karlı çıktığı görülmüştür. K-Pop gruplarının çevrimiçi alanı yüksek teknoloji ile kullanması, sosyolojik

açından Becker'in sanatın icra edildiği alan, insan ve organizasyon etkileşimini esas alan *sanat dünyaları* yaklaşımının *dijital sanat dünyaları* olarak okunabileceğini göstermektedir. Zira müzik sosyolojisi açısından çevrimiçi müzik sahnesine bakıldığında yüzyüze olarak icra edilen performanstaki sahne, alan, insan ve organizasyon işbirliğini çok daha ötesinde etkileşimsel bir alanın ortaya çıktığı görülmektedir. Bu açıdan çevrimiçi etkileşimsel alan çevrimdışı alanı bir çok noktada aşmaktadır.

Tüm dünya pandemi sonrası hayat, öncesi ile kıyaslanamayacak şekilde değişmiştir Değişen alanlardan birisi de hiç kuşkusuz müzik endüstrisi ve müzik sahneleridir. Müzik endüstrisindeki değişimin öne çıkan alanlarından birisi ise Güney Kore K-Pop gruplarının çevrimiçi sahnelere ve etkinliklere yönelmesi olmuştur. Bu çalışmada dünya genelinde milyonlarca hayranı bulunan ünlü K-Pop grubu BTS'in pandemi süreci ile birlikte ön plana çıkardığı çevrimiçi sahneleri ve bu sahnelerden birisi olan 2020 Mnet Asya Ödüllerinde icra ettiği "Life Goes On" performansına izleyicilerin YouTube'da bıraktıkları yorumlar netnografik analiz yöntemiyle incelenmiştir.

Çevrimiçi alanda oluşturulan *dijital sanat dünyaları yaklaşımı* ile sanal müzik sahnesi, sanal topluluklar ve sanal ünlülerin çeşitli boyutlarda ilişkisi bulunmaktadır. Bu çalışmada elde edilen bulguların birincisi, önemli sanal topluluklardan biri olan ARMY hayran kitlesinin BTS'in incelenilen videoda hologram ile sahneye yansıtılması sonrasında paylaştıkları iletilerde görülmüştür. *Yoongi'nin hologram ile yansıtılmasından dolayı mutluluktan ağlayanlar* kategorisinde incelenen yorumlara göre omzundan ameliyatlı olması sebebiyle Mnet Asya Ödüllerine katılamayan ancak performans sırasında hologram ile görüntüsü sahneye yansıtılan ve performansla diğer üyelerle birlikte hologram olarak eşlik eden Suga (Yoongi)'yı hayranlar gördükten sonra duygusal olarak çok etkilenmiş ve yorumlarda da görüldüğü üzere ağladıklarını belirtmişlerdir. Hayran paylaşımlarının büyük çoğunluğunun bu yönde olduğu görülmüştür. Buradan hareketle BTS'in sahnesinin hayranları üzerinde duygusal olarak uçlarda yaşamalarını sağlayacak unsurlar barındırdığı ayrıca kullanılan yüksek teknolojiler ile sahnenin duygusal bağlılık ve yakınlık oluşturduğunu söylemek kolaylıkla mümkündür. BTS'in sahnesinde artırılmış gerçeklik teknolojilerinin kullanılması veya ünlünün sanal avatarının/hologramının kullanılmasının denemesinin yapılması dahi katılımcı kültürün en etkili örneklerini sergileyen ARMY hayran grubunda duygusal katılımın ve yansımanın miktarını artırmıştır.

Hayran yorumlarından elde edilen diğer bir sonuç ise BTS'in sanal müzik sahnesini nasıl etkili kullandığı ve sahnenin yalnızca bilinen klasik müzik sahnelerinden farklı olarak *arttırılmış eğlence* ve *kutlama/şölen alanına* dönüştüğüdür. *Performansı ve sahneyi muhteşem/etkileyici görenler* kategorisinde değerlendirilen yorumlara bakıldığında performansın artırılmış gerçeklik teknolojileri ile birlikte sahne, dekor, ışıklar dans ve koreografinin uyumunun birleşimi sonucunda ortaya çıkan bir şölen görünümünde olduğu anlaşılmaktadır. Bu yönüyle BTS'in sahnesi yalnızca müzik sahnesi değil *arttırılmış eğlence* veya *karnavalesk kutlamadır* denilebilir. ARMY olmayan izleyici yorumlarında dahi performansı ve sahneyi çok etkileyici buldukları yönünde görüşler mevcuttur.

Hallyu yıldızlarına genel olarak bakıldığında erkek yıldızların bakımlı ve estetikli yüzleri, idealize edilmiş ve âşık olunacak erkeklik imajlarıyla K-erkeklik imajını temsil ettikleri görülmektedir (Binark ve Karataş Özaydın, 2019). Yakışıklı ve güzel olmaları ve sevimli yüzleri ile "aegyo" olarak belirtilen kadınsılığa atfen kullanılan tavırları, benzer şekilde K-Pop endüstrisi için yıldız üretim sürecinin bir parçasıdır. Kadınsılık ile harmanlanmış erkeklik sunumlarına kibarlık, naziklik ve centilmenlik gibi davranışları da eklendiğinde K-Pop yıldızlarının tüm dünya gençliği için evrensel çekim gücü olmaları doğal karşılanmaktadır. Nitekim bu çalışmada elde edilen bulgulardan olan *BTS grubunu güzel/yakışıklı görenler*, *BTS grubuna/üyelerine âşık olanlar- sevenler*, *BTS grubu üyelerini*

sevimli/tatlı görenler kategorilerinde ele alınan yorumlara bakıldığında daha önceki başka çalışmalarda (Keskin, 2020) da görüldüğü gibi K-Pop endüstrisi için gerekli olan yıldız temsillerinin hayran gruplarında yansımalarının endüstrinin istediği boyutta olduğu kolaylıkla anlaşılmaktadır.

Son tahlilde BTS'in sahnesinin yukarıda sayılan tüm unsurların toplamı ile ilişkili olduğunu söylemek gerekecektir. Günümüz müzik endüstrilerinde pandemi süreci de göz önüne alındığında kolaylıkla eski günlere dönüşün mümkün olmadığı tahmin edilmektedir. Yüzyüze yapılan müzik sahneleri yerini arttırılmış gerçeklik teknolojilerinin daha sık kullanıldığı çevrimiçi konserlere bırakılmaktadır. Bunun yanı sıra artık ünlülerin sanal karakterlerinin veya hologram görüntülerinin kullanıldığı; sanal ünlülerin farklı ülkelerde sanal konserler verdiği; animasyon, çoklu ekranlar, AR ve XR teknolojileri ile izleyicinin farklı bir alemdeymişçesine performansı tükettiği bir sahne ön plana çıkmaktadır. Böylelikle Becker'in sosyolojik bakış açısıyla ortaya koyduğu *sanat dünyaları* yaklaşımı için günümüzde *dijital sanat dünyalarını* konuşmak mümkün görünmektedir. Bunun yanı sıra K-Pop gruplarının günümüz müzik endüstrilerinde Batı orijinli ünlülerden farklı olarak geliştirdiği hayran-ünlü etkileşiminin bir sonucu olan sanal hayran topluluklarının iyi yönetimi ile yukarıda ortaya konulan sanal müzik sahnesinin Güney Kore'nin ekonomi-politiğinde iyi bir araç olduğunu söylemek kolay görünmektedir.

KAYNAKÇA

- BECKER, H. (1976). Art worlds and social types. *American Behavioral Scientist*, 19(3), 703-718. doi:10.1177/000276427601900603
- BECKER, H. S. (2013). *Sanat Dünyaları*. Çev. Evren Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BENNET, A., & PETERSON, R. (2004). *Music Scenes: local, Translocal, and Virtual*. Nashville: Vanderbilt University Press.
- BİNARK, M. (2019). Kültürel Diplomasi ve Kore Dalgası "Hallyu". Güney Kore'de Sinema Endüstrisi, K-Dramalar ve K-Pop. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- BİNARK, M., & KARATAŞ ÖZAYDIN, Ş. (2019). Porselen Yüzleri ve Dişilleştirilmiş Erkek Bedenleriyle Kurgulanmış K-Erkeklik İmgesi: Güney Kore Yaratıcı İçerik Endüstrisi ve Aşık Olunacak "Hallyu Yıldızları". *Aşkın Halleri: Aşk Üzerine Disiplinlerarası Bir İnceleme* (s. 165-189). Ankara: Umag yayınları.
- BİNARK (2020). Arttırılmış Eğlence Olarak K-Pop ve BTS'in Çekim Gücü. *Asya'da Popüler Kültür ve Medya* (s.189-226). Ankara: Umag yayınları.
- BUKATMAN, S. (1993). *Terminal identity: The virtual subject in postmodern science fiction*. Durham & London: Duke University Press.
- CHOI, J., & MALIANGKAY, R. (2015). Introduction: WhyFandom Matter to the International Rise of K-Pop. J. Choi, & R. Maliankay. *K-Pop: The International Rise of the Korean Music Industry* (s. 1-18). New York: Routledge.
- COHEN, S. (1999). Scenes. T. Swiss, & B. Horner. *Key Terms in Popular Music and Culture* (s. 239-250). Oxford: Blackwell Publishers.
- DAWSON, L. (2004). Religion and the Quest for Virtual Community. D. E.-L. Dawson içinde, *Religion Online: Finding Faith on the Internet*. London: Routledge.
- DİJK, J. V. (2006). *The network society*. London: Sage Publications.
- FRATER, P. (2020, 06 14). BTS' 'Bang Bang Con: The live' Claims Record Viewership for Online Concert. *Erişim tarihi: 26.08.2021*: <http://variety.com/2020/digital/asia/bts-big-bang-con-the-live-record-online-concert-1234635003/>

- FUHR, M. (2016). *Globalization and popular music in south korea: sounding out k-kop*. London: Routledge.
- HABERLİ, M. (2012). Yeni Bir Örgütlenme Biçimi Olarak Sanal Cemaatler. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 118-134.
- HARVEY, D. (2010). *Postmodernliğin durumu: kültürel değişimin kökenleri*. (S. Savran, Çev.) İstanbul: Metis.
- KOREA JOONGANG DAILY. (22.06.2020). K-pop finds new home online but fon how long? *Erişim tarihi: 24.08.2021*
<https://www.youtube.com/watch?v=rG2mP9BalhU&t=15s>
- KOZINETS, R. V. (2002). The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*(39), 61-72.
- KOZINETS, R. V. (2012). Marketing Netnography: Prom/ot(ulgat)ing i New Resarch Method. *Methodological Innovations Online*, 7(1), 37-45.
- KOZINETS, R. V. (2015). *Netnography: Redefined*. Los Angeles: Sage Publications.
- KOREZIN (13.11.2020) Aespa'nın paylaşılan yeni grup tanıtım fotoğrafları. *Erişim tarihi: 06.12.2021*, <https://korezin.com/2020/11/13aespanin-paylasilan-yeni-grup-tanitim-fotograflari/>
- MANIETTA, J. (2015). *Transnational Masculinites: The Disturbutivite Performativity of Gender In Korean Boy Bands*. Master Thesis. Missouri State University.
- NELSON, M. R., & OTNES, C. C. (2005). Exploring cross-cultural ambivalence: a netnography of intercultural wedding message boards. *Journal of Business Research*, 58(1), 89-95. doi:10.1016/s0148-2963(02)00477-0
- ONO, A. K., & KWON, J. (2013). Re-Worlding culture? YouTube as a K-pop Interlocutor. Y. Kim içinde, *The Korean Wave: Korean Media Go Global* (s. 199-214). London: Routledge.
- PETERSON, A., & BENNETT, A. (2004). Introducing the scene perspective. A. Peterson, & A. Bennett içinde, *Music Scenes: Local, Trans-Local and Virtual* (s. 1-16). Nashville: University of Vanderbilt Press.
- RHEINGOLD, H. (2008). Virtual communities-exchanging ideas through computer bulletin boards. *Journal of Virtual Worlds Research*, 1(1), 1-5.
- SMENTERTAINMENT (28.10.2020). Soo-Man Lee, chairman of Sm Entertainment Group, delivered a speech at the 1st World Cultural Industry Forum as a representative of the Korean cultural community!. *Erişim tarihi: 27.08.2021*:
<https://www.smentertainment.com/PressCenter/details/5084>
- YOON, K. (2018). Transnational fandom in the making: K-pop fans in Vancouver. *The International Communication Gazette*. 81 (2): 1-17. DOI: 10.1177/1748048518802964.
- YOUTUBE (06.12.2020) BTS_Life Goes On. *Erişim tarihi: 06.12.2021*,
https://www.youtube.com/watch?v=Gsj_Xq7K_M&t=41s
- YUQIAO, J. (31.01.2021). China's virtual idol industry booming, attracts more than 300 million fans. *Erişim tarihi: 27.08.2021*
<https://www.globaltimes.cn/page/202101/1214468.shtml>

Summary

This study will examine the virtual music scene of K-Pop groups with BTS as sample from a sociological perspective. Today K-Pop groups are one of the most influential popular culture figures that spread from South Korea to the whole world. Especially during the pandemic, it has been observed that there is an increase in online concerts of K-pop groups. The online concerts of BTS offer effective examples for the concept of a virtual music scene.

This study is based on the comments left by the audience after the BTS' performance "Life Goes On" at the 2020 Mnet Asian Music Awards. This stage of BTS, besides showing the best examples of virtual music scenes from a sociological point of view, also contains notable elements in terms of art world, virtual celebrities and virtual community concepts.

BTS's performance at the Mnet Asia Awards took 4 minutes and 20 seconds in total. In the performance, group member SUGA (Yoongi) was projected onto the stage as a hologram because he had a shoulder surgery. Group member SUGA's appearance on the stage with a hologram caused different kinds of emotions on fans like shock, sadness, happiness and joy. There are other important aspects to the simultaneous viewing of millions of fans of this particular music scene by BTS on the internet: decor, costumes and augmented entertainment form (Choi and Maliangkay, 2015: 4) and pastiche, parody and carnivalesque celebration (Fuhr, 2016: 10). All of this gives the impression that BTS' performance is made with a combination of AR, XR technologies, hologram, animation and storytelling. In this way, the audience is quickly engaged by the devotion of the fan audience and the process that converts them from viewer to fan accelerates.

In this research 15.712 comments from the M-Net K-POP channel on YouTube were analysed of BTS's "Life Goes On" Performance at the 2020 Mnet Asian Music Awards. This analyse showed that fan comments could be examined in 7 categories: 1) Cry out of happiness due to the appearance of Yoongi's hologram; 2) Those who see the performance and the stage as magnificent or impressive; 3) Those who consider BTS members as beautiful or handsome; 4) Those who find BTS members cute or sweet; 5) Those who are in love with BTS members; 6) Those who see BTS members as princes or kings; 7) Those who see BTS members as angels.

This research has shown that BTS uses the virtual music scene effectively in terms of interacting with the fans. Virtual music scenes create a visual feast and an enchanted ambiance. Which enables the group to easily touch the emotions of the audience. Furthermore, the hologram projection of members on the stage shows that popularity of virtual avatar characters started to appear in K-pop groups. The interactive scene created by BTS at their online concerts also show that H. Becker's approach to Art Worlds can be read in this context as Digital Art Worlds.

By reviewing the fan comments, one can conclude that the group stands out with idealized masculinity image, which is a general characteristics of Hallyu stars. This point is an important part of the star production process of the K-Pop music industry. For the fan engagement and commitment it is important that Hallyu stars visually represent the ideal image of masculinity which decorate fans' dreams.

To sum up, this study has examined the virtual music scene of K-Pop groups with BTS as sample. It is concluded that from a sociological perspective virtual music scenes can create much more of an interactive space than physical human-location-music interaction. Therefore, this multidimensional interactive space in virtual music scenes is closely related to art worlds, virtual communities and virtual characters.

The Mediating Role of Psychological Capital in the Effect of Emotional Intelligence on Resistance to Change

Süleyman Cem BOZDOĞAN*

Abstract

Psychological capital (PsyCap) has been found as a substantial contributor to a range of desirable organizational outcomes. Emotional intelligence (EI) and PsyCap have both been shown to be effective in overcoming resistance to change (RTC). In an ever-changing field such as the banking sector, one of the biggest problems with managing change is that employees may resist it when they have to adapt to the change. The data for the study was gathered via the use of a questionnaire that was sent online to 253 private bank employees. After the validating factor analysis with the help of SPSS AMOS 26 program, the structural equation model was drawn and the relationships between the variables were evaluated. This research examines the influence of EI and PsyCap on employee RTC. The findings show that EI has a positive impact on PsyCap and a negative impact on RTC. PsyCap has a negative impact on RTC. PsyCap mediated the impact of EI on RTC.

Keywords: Emotional intelligence, psychological capital, resistance to change, banking sector, mediation analysis

Duygusal Zekanın Değişime Dirence Etkisinde Psikolojik Sermayenin Aracı Rolü

Öz

Psikolojik sermaye, bir dizi arzu edilen örgütsel sonuca önemli bir katkıda bulunmuştur. Duygusal zeka ve Psikolojik sermayenin değişime karşı direncin üstesinden gelmede etkili olduğu gösterilmiştir. Bankacılık sektörü gibi sürekli değişen bir alanda, değişimi yönetmede en büyük sorunlardan biri, çalışanların değişime uyum sağlamak zorunda kaldıklarında buna direnebilmeleridir. Çalışmanın verileri, 253 özel banka çalışanına çevrimiçi olarak gönderilen bir anket kullanılarak toplanmıştır. SPSS AMOS 26 programı yardımıyla yapılan doğrulayıcı faktör analizden sonra yapısal eşitlik modeli çizilerek değişkenler arasındaki ilişkiler değerlendirilmiştir. Bu araştırma, duygusal zeka ve psikolojik sermayenin çalışanların sergilediği değişime direnç üzerindeki etkisini incelemektedir. Bulgular, duygusal zekanın psikolojik sermaye üzerinde olumlu ve değişime direnç üzerinde olumsuz bir etkisi olduğunu göstermektedir. Psikolojik



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 02.02.2022

Kabul/Accepted: 24.08.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbdt.1067133>

* Lecturer, Dr., Osmaniye Korkut Ata University, Bahçe Vocational School, Department of Management and Organization, Logistics Program, Osmaniye, Türkiye.

E-mail: cembozdogan@osmaniye.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0001-7844-9973>

sermayenin değişime direnç üzerinde olumsuz etkisi vardır. Psikolojik sermaye, duygusal zekanın değişime direnç üzerindeki etkisine aracılık etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Duygusal zeka, psikolojik sermaye, değişime direnç, bankacılık sektörü, aracılık analizi

Introduction

Change has become an ongoing process for organizations in today's competitive world as a result of ever-changing external conditions such as technological advancements, international pressures, and market conditions (Amarantou et al., 2018); Georgalis et al. (2015). An increasing number of people are realizing that greater attention has to be given to globalization and competitiveness that forces companies to respond to changing business structures, laws, or regulatory structures continuously and use advantages as soon as possible (Noe et al., 2010). As a result of these efforts, which are relentless and never-ending, corporations and their personnel are subjected to considerable amounts of stress. According to Bernerth et al. (2007), in organizations, there have been different explanations for change to guide how businesses should react to or be aware of these causes and take measures.

According to numerous surveys, the following reasons for organizational change arise: responding to crises, covering performance holes, introducing emerging technologies, identifying new markets, responding to domestic or overseas demand, mergers and acquisitions, and expected abandonment. Because changes in businesses are so prevalent and swift, the people, team, and organizational dynamics of change are increasingly important for an organization to comprehend.

People usually dislike changes since adapting to different circumstances necessitates certain alterations, setbacks, and unlearning of previously acquired skills (Beerel, 2009). Employee opposition to change is caused by disruptions to daily procedures, a lack of confidence and communication from senior leadership, a lack of participation in the change decision, or a belief that there is no benefit to them (Dhingra & Punia, 2016; Michel et al., 2013).

As change is unavoidable in today's setting, it is critical for administrators to recruit and retain employees that are open to and positive about change. Employees who are really devoted to the organization's success may object to a change offered as it undermines something of worth by voicing worry in the process of change. Foster (2010) explains that, the first step in a change management procedure is to ensure that staff are adequately motivated. An important note must be made here that employee participation during organizational change management is regarded as an increasingly important consideration because employee opposition has major implications for management and employee interest has a huge impact on the achievement of change in the organization (Avey et al., 2008). When change is inevitable, administrators must ensure that their employees are committed. Managers need a staff that encourages rather than hinders transition processes.

There has been a drastic change in the nature of work since liberalization began in the 1990's in the Turkish financial sector. Client retention has been a serious worry for the Turkish banking industry with the advent of privatization in the country's financial system. The main causes of this abrupt and dramatic shift are the effects of privatization on the Turkish economy, which is followed by mergers, acquisitions, and joint ventures.

Organizational change academics have been investigating the factors that contribute to employee resistance to change, as well as the most effective strategies for

coping with this resistance. It is possible that positive psychological capital could enable new pathways for bringing about organizational transformation, and that it will assist workers in coping with the changes and in recognizing and adapting to new work circumstances as well (Saruhan,2013, p.17).

To succeed in this competitive climate, dynamic personnel, in addition to skills and mental capacities, are necessary. In terms of the banking industry, consumer expectations for service quality are always shifting, resulting in constant changes in personnel duties and abilities. Employees' internal abilities, such as character, temperament, and competence, are more valued in modern organizations, and the term "emotional intelligence" may be more properly defined (Jain et. al., 2018, p.2).

The goal of this study is to find out how psychological capital affects the relationship between emotional intelligence and resistance to change, both directly and indirectly. It is hoped that the current study will contribute to the fact that there is currently insufficient research on the subject and sector.

1. Literature Review

An overview of the literature that is relevant to the work that has been presented.

1.1. Emotional Intelligence

Salovey and Mayer (1990, p. 189) invented the word "Emotional Intelligence" (EI) in 1990 and described it as "the ability to pursue emotions and sensations, to distinguish between and apply this information to direct one's own thoughts and behavior." Serrat (2017, p.330) defines EI as "the ability to perceive, communicate, grasp, analyze, reason, and handle sentiments in oneself and others." Mayer et al. (2004, p. 197) define EI as "the capacity to appropriately perceive feelings, access and generate feelings in order to assist thought, evaluate feelings and emotional experiences, and manage feelings in a reflective manner". EI is characterized as "a sequence of interconnected abilities, including sensing, understanding, and emotional control at the emotional and cognitive interface" (Lopes, 2016, p. 316). There is still a consensus among researchers that emotional intelligence studies need to be improved and that accurate measurement of this concept will be an improvement in their organizations' favor (Dulewicz & Higgs, 2000). The increasing importance of emotional intelligence, its direct relationship with entrepreneurship and superior performance, require organizations to increase the emotional intelligence of their existing employees and direct new recruits to choose people with high emotional intelligence (Zampetakis et al., 2009). Emotional intelligence, according to Van Tonder (2004), is critical for facilitating the recognition of organizational change. In business, the role of emotions is an area of research that has long been neglected. Components of emotional intelligence and effective management are conceptually relevant elements. Managers should be able to plan well and think rationally without being influenced by their emotions (George, 2000, p. 1027).

1.2. Resistance to Change

Resistance to Change (RTC) refers to individuals who oppose the creative framework in order to preserve the status quo. Any new mechanism causes anxiety and is associated with RTC since it is regarded as a possible obstacle to the continuity of previous routines (Reginato et al., 2016).

As described by Thomas et al. (2011, p.22), "Organization is a change-induced feature—a transient trend constructed and created by micro-interactions among

participants, situated in their daily work". In other words, change is something that is normal and ongoing within any organization. RTC is a concept that refers to the challenge of breaking one's habit or the mental tension that occurs as one is confronted with change (Guo et al., 2013). As a result, RTC is positioned among the major barriers human values that only have a negative influence upon the acceptance of a certain technology—when it comes to technological adoption (Cenfetelli, 2004), a group of elements that has gotten little attention in the academic (Bhattacharjee & Hikmet, 2007). Individual issues are frequently disregarded in organizational transformation studies, which have mostly focused on organizational difficulties. Many change models focus on solving problems, but the emotional effect is also underestimated (Saruhan, 2013). Since how employees in an organization respond to change is so important, some scholars have taken the opportunity to look at the interpersonal problems that come with it (Vakola et al., 2004). Over time, RTC has been defined as more individuals' negative reactions to an emerging situation, and it is psychological (Dent & Goldberg, 1999). Piderit (2000) established three dimensions of RTC during the study of previous changes. The behavioral axis reacts to change; the rational aspect is an expectation of change; and the affective dimension feels the condition, forming together a dynamic and sometimes unpleasant psychological reaction to change. However, the new globalized climate has required companies to monitor and handle change, which is one of the most valuable management skills (Syahmi et al., 2019).

1.3. Psychological Capital

PsyCap represents a positive outlook on work and life (Chen & Lim, 2012). The term originated in the fields of economics, finance, and sociology, and it stresses people's constructive psychological resources and motivational tendencies. PsyCap is a new philosophy aimed at furthering the area of positive psychology. Individual psychological factors are hope, optimism, self-efficacy, and resilience (Bandura, 2010; Masten, 2001; Seligman, 2006; Snyder et al., 2002). Hope is characterized in positive psychology as the belief in one's ability to determine paths to expected outcomes and to motivate individuals to use these paths (Snyder et al., 2002). Optimism has traditionally been thought of in psychology as a goal-oriented construct that happens when a result has outstanding value (Scheier et al., 2001). According to Bandura (1997, p. 7), in social cognitive theory, self-efficacy is defined as a person's belief in their own ability to attain desirable outcomes through their own behavior.

The ability to "bounce back" from hardship, instability, disagreement, loss, or even positive improvement, growth, and expanded accountability is known as resilience (Luthans, 2002, p. 60). PsyCap focuses on the interdependence of these factors, their shared characteristics, and their links to a variety of desirable work-related outcomes.

The majority of PsyCap studies have concentrated on its effects on individuals, though some scholars have begun to look at its effects on organizations and teams (Walumbwa et al., 2011). PsyCap has proved to have a favorable influence on the lives of employees and their individual lives (Baron et al., 2016).

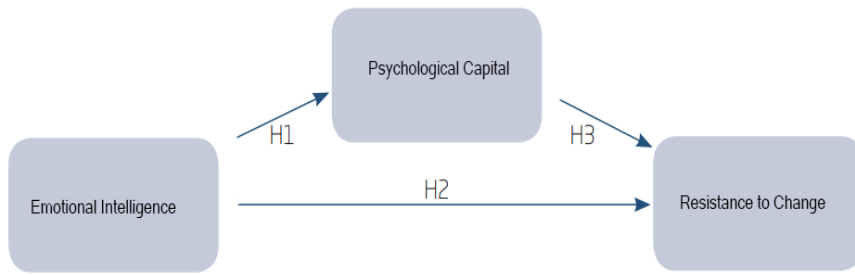


Figure 1. Research Model

1.4. Emotional Intelligence and Psychological Capital

EI has a substantial relationship with psychological capital, and employees can further increase their emotional stability by encouraging and motivating themselves and enhancing their capacity for emotional regulation in diverse scenarios (Mellão & Mónico, 2013).

Bandura (1978) found that self-efficacy is influenced by one's mental state. Moderate emotions help build self-efficacy, but excessive emotions diminish self-efficacy. Individuals with EI can more successfully manage their emotions and develop self-efficacy. Furthermore, positive psychological orientation has been proven by certain researchers to aid individuals in developing stronger EI, maintaining good interpersonal connections, and achieving the highest organizational performance (Pradhan et al., 2016). According to a recent research, managers' emotional intelligence (EI) plays an essential role in attaining psychological capital (Sarwar et al., 2017).

Sadoughi and Zarjini (2017) used a validated questionnaire and the correlation design to test their hypothesis about the relationship between the two variables they were looking at. This was part of their research on the relationship between emotional intelligence and psychological capital among 220 female high school teachers. The findings demonstrated that emotional intelligence and psychological capital had a positive relationship. An investigation into what motivates and enhances employee performance conducted by Boerrigter (2017) among 197 employees of a multinational professional services organization in the Netherlands using a survey approach discovered that emotional intelligence is significantly positively associated with psychological capital.

As a result, it is reasonable to expect people with high EI are likely to have strong psychological capital:

H1: Emotional intelligence has a positive impact on psychological capital.

1.5 Emotional Intelligence and Resistance to Change

Positive emotions increase people's stress tolerance thresholds, and employees with positive emotions are able to find alternative ways to succeed in difficult situations (Avey et al., 2008; Fredrickson, 2001). Employees with different emotional intelligence express different feelings about the same change. The effectiveness of reform initiatives or their failure depends on employees' emotional dynamics (Malik & Masood, 2015). Avey et al. (2011) support previous observations. In their meta-analysis, they discovered that PsyCap is associated with negative organizational behaviors such as negativity, turnover

intentions, deviance, fatigue, and anxiety. PsyCap was shown to be negatively associated with resistance to change (Beal III et al., 2013).

According to the findings of a regression study by Moradi et al. (2012), emotional intelligence shows a substantial inverse correlation with resistance to change. A similar finding in the study of Alzahrani (2019) revealed that emotional intelligence has a significant and positive effect on readiness to change. Therefore, based on the available background, the following hypothesis can be proposed:

H2. Emotional intelligence has a negative impact on resistance to change.

1.6. Psychological Capital and Resistance to Change

In addition to employee psychological capital, employee resistance to change should now be regarded as an individual aspect. According to ClappSmith, Vogelgesang, and Avey (2009), employee psychological capital is positively related to organizational trust. It is possible to use positive emotions and PsyCap to assist in combating the negative attitudes and behaviors that inhibit organizational transformation (Avey et al., 2008). PsyCap aids in the prevention of occupational deviance, which can serve as an impetus for constructive organizational change (Avey et al., 2008). The findings imply that high levels of PsyCap may override the moderating impact of RTC in certain situations. Research suggests that PsyCap or its dimensions are often linked to change-related behaviors and perceptions (Bandura, 1982; Peterson et al., 2011; Saruhan, 2013). In the current context, it is assumed that an employee with greater psychological resources would exhibit less RTC. Diedericks et. al. (2019) found a significant and negative relationship between PsyCap and RTC. According to the study authors, PsyCap was shown to be associated with reduced levels of RTC.

As a result, the following hypothesis is proposed:

H3: Psychological capital has a negative impact on resistance to change.

1.7. Mediation Role of Psychological Capital

According to Malik and Masood (2015), psychological capital serves as a mediator between emotional intelligence and resistance to change by mediating the relationship between the two. Qadeer and Jaffery (2014) have indicated that only a small amount of research has explored the role of mental capital as a mediator since a novel idea is the psychological model.

Although early work has shown a link between each of the component factors independently, psychological capital's mediation of the relationship between EI and RTC has not been sufficiently studied. EI resulted in high PsyCap, and more PsyCap means less RTC (Wong & Law 2002; Mello & Mónico (2013)). As a result, PsyCap is predicted to act as a mediator in reducing RTC, as indicated in the fourth hypothesis:

H4. In the link between emotional intelligence and resistance to change, psychological capital serves as a mediating factor.

2. Method

In this part of the research, information about the universe, sampling, and data collection tools are included.

2.1. The Universe and the Sample

The universe of the research is composed of private bank employees operating in Istanbul. A total of 300 private bank employees, selected by convenience sampling method, participated in the research. 47 survey forms that were filled out incorrectly or incomplete were eliminated.

2.2. Data Collection Tool

The data collection method is divided into four sections: the emotional intelligence scale, the resistance to change scale, the psychological capital scale, and the demographics form.

The emotional intelligence scale was developed by Schutte (2006). Turkish adaption and validation of the short version scale was carried out by Aslan and Özata (2008). Scale consists of 12 items and four dimensions (emotional appraisal, positive regulation, empathic sensitivity, and positive utilization) along with a five-point Likert-scale.

The scale of resistance to change was created by Oreg (2006) and Turkish adaption and validation was carried out by Çalışkan (2019). Scale consists of 15 items and three dimensions (cognitive resistance, emotional resistance, and behavioral resistance), along with a seven-point Likert-scale.

Avey et al. (2011) validated the short form of Psycap. Turkish adaption and validation of the short version scale was carried out by Oruç (2018). Scale consists of 12 items and four dimensions (Self-efficacy, hope, resilience, and optimism) along with a five-point Likert-scale.

Everyone who took part in the study was asked to complete a demographics form, that included questions on their age, gender, marital status, job type, and length of service.

3. Analysis and Results

The demographics of the respondents, reliability tests to assess the scales, and the results of the hypotheses analyses are all presented in this section of the study.

3.1. Participants' Demographics

49,0 % of respondents are female and 51,0 % are male employees. 4 % of the participants are managers, 70.8 % are box office clerks, 9.9% are customer representatives and 15.4% are experts. The demographic characteristics of the participants are shown in Table 1.

	Frequency (n)	Percent (%)		Frequency (n)	Percent (%)
AGE			JOB TYPE		
20-25	51	20,2	Manager	10	4,0
26-30	50	19,8	Box office clerk	179	70,8
31-35	48	19,0	Customer representative	25	9,9
36-40	36	14,2	Expert	39	15,4
41-45	35	13,8	JOB TENURE		
46 >	33	13,0	Less than 1 year	64	25,3
MARITAL STATUS			1-5 year	44	17,4
Single	118	46,6	6-10 year	46	18,2
Married	135	53,4	11-15 year	48	19,0
GENDER			16 >	51	20,2
Male	129	51,0			
Female	124	49,0			

Table 1. Participants' Demographic Characteristics

3.2. Findings on Scales

Confirmatory factor analysis of scales is given in Table 2. Descriptive statistics for baseline measurement reliability values, means, standard deviations and bivariate correlations between endogenous and exogenous variables are given in Table 3.

	CMIN/DF	RMSEA	RMR	GFI	CFI	TLI	AVE	CR
Acceptable Fit*	≤5	≤,08	≤,08	≥,85	≥,95	≥,90	>0.5	>0.7
Emotional Intelligence	2,591	0,079	0,026	0,924	0,942	0,917	0,507	0,924
Psychological capital	2,241	0,070	0,033	0,934	0,980	0,972	0,739	0,971
Resistance to change	2,475	0,076	0,059	0,911	0,977	0,970	0,737	0,976

Source: (Hair et al., 2009, p. 573)

Table 2. Confirmatory Factor Analysis

The Maximum Likelihood (ML) approach was used to measure the model's conformity with the factor structures using the SPSS AMOS 21.0 program. The psychological capital scale's item 11 is omitted due to low factor loading in the confirmatory factor analysis. The observation that all values of AVE were above 0.5

further confirmed the convergent validity, and that CR values were above 0.7 and CR>AVE confirmed the composite reliability of the constructs. The scales have suitable goodness of fit values.

	M	Sd.	1	2	3
EI	4,59	0,48	(.898)		
PsyCap	4,02	0,81	,262**	(.936)	
RTC	3,68	1,21	-,389**	-,626**	(.962)

Table 3. Descriptive Statistics and Correlation Coefficients Emotional Intelligence and Psychological Intelligence Have A Negative Correlation with Resistance to Change

Emotional intelligence has a positive correlation with psychological capital. The numbers in parentheses are the Cronbach alpha values.

3.3. Findings on Hypotheses

In this part of the study, the findings of hypotheses created to examine the relationships of employees with emotional intelligence, psychological capital, and resistance to change behaviors are included. This study has investigated the relationship between EI, PsyCap, and RTC. The research was centered on four hypotheses.

H1: Emotional intelligence has a positive impact on psychological capital.

H2: Emotional intelligence has a negative impact on resistance to change.

H3: Psychological capital has a negative impact on resistance to change.

H4: In the link between emotional intelligence and resistance to change, psychological capital serves as a mediating factor.

In the effect of emotional intelligence on resistance to change, path analysis was carried out with a structural equation model in order to test the role of psychological capital as a mediator. Regression coefficients are given in Table 4.

Hypotheses	Tested Path		St. Est.	S. E.	P	
H ₁	Emotional Intelligence	→	Psychological Capital	0,262	0,102	0,000
H ₂	Emotional Intelligence	→	Resistance to Change	-0,242	0,121	0,000
H ₃	Psychological Capital	→	Resistance to Change	-0,562	0,073	0,000

Table 4. Regression Coefficients of the Structural Equation Path Analysis

It shows that emotional intelligence (the independent variable) has a positive and significant influence on PsyCap (the mediating variable), according to path analysis regression coefficients (0,262; p<0,001), which is consistent with previous research. It can be observed that emotional intelligence (independent variable) has a negative significant effect on RTC (dependent variable) ($\beta=-0,242$; p<0,001). PsyCap (mediating variable) has a negative significant effect on RTC (dependent variable) ($\beta=-0,562$; p<0,001).

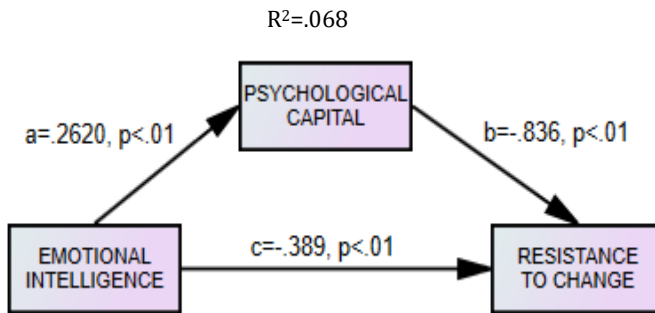


Figure 2. Mediation Analysis

Direct effect (c') = $-.2421$, $p<.01$

Indirect Effect = $-.367$, %95 CI [$-.588$, $-.069$]

Note: Standardized coefficients are reported. R^2 values express explained variance.

Figure 2 displays the implications of using the bootstrap approach to evaluate the mediating relationships. According to Khyareh (2017) and Safari et al. (2020), bootstrapping has risen to become the most common and effective approach for evaluating mediation models in recent years. As can be seen, EI has an impact on RTC via PsyCap, which has a value of $-.367$. The significance of this connection is confirmed, because the lower and higher boundaries do not include 0. Since a decrease in the relationship between the variables X (EI) and Y (RTC) occurs, it can be said that there is a partial mediation according to the Baron and Kenny approach (Baron & Kenny 1986).

4. Conclusion and Discussion

In the first hypothesis, the relationship between EI and PsyCap was investigated. Regression was used to test this hypothesis. The relationship between the two structures was demonstrated ($\beta=0,262$; $p<0,001$). EI was also high among people who had high PsyCap. Mellão and Mónico (2013) found similar results in a survey conducted in Portuguese. Sadoughi & Zarjini (2017) in their study that there is a positive impact of EI on PsyCap. Aderibigbe & Mjoli (2019) indicate that EI has a positive impact on PsyCap. The second hypothesis of EI and RTC relations was demonstrated as ($\beta=-0,242$; $p<0,001$). This result is verified by the studies of Vakola et al. (2004) and Huy (1999). Avey et al. (2008) found a negative impact, that having a positive psychological capital is important to overcome the resistance to change in an organization. When it comes to change, Peterson et al. (2011) published a research that verified the premise that individuals with high psychological capital are more enthusiastic and organizationally adaptable. The study concluded that positive psychological capital is beneficial in overcoming opposition to organizational change. It can be inferred that having more emotional intelligence reduces employee resistance to organizational change. In sum, psychological capital is highly beneficial for managing organizational change in behavior. The third hypothesis suggests that there is a negative impact of PsyCap on RTC. This hypothesis was confirmed by the finding ($\beta=-0,562$; $p<0,001$). This finding was confirmed by the research conducted by Beal et al. (2013), Malik et al. (2015), Dorling (2017), Mennon & Prabhu (2016), Diedericks et al. (2019). Avey et al. (2008) also found that having a positive PsyCap is important in overcoming conflicting views. Research done by Peterson et al. (2011)

confirmed the premise that workers with high PsyCap are more hopeful and adaptive to organizational change.

In the fourth hypothesis, the mediating effect of psychological capital on emotional intelligence and resistance to change was examined. EI affects RTC through PsyCap with a value of $\beta = -.367$, %95 CI [-.588, -.069]. The relevance of this connection is confirmed since the lower and upper boundaries do not include 0. As a confirmation of this result, Malik & Masood (2015) in their study found that PsyCap fully mediated the link between EI and RTC. The findings of this study aim to make a contribution to the literature on EI, PsyCap, and RTC relationships, which have been insufficiently studied in the Turkish setting. As a conclusion, social capital and emotional intelligence resources should be used to overcome resistance to change in organizational settings. The findings of the research can be applied in a variety of different ways. According to the findings of Vakola et al. (2004), an important connection may be made between EI and the management of change. Managing employee productivity during a significant organizational shift can be aided by understanding the connection between EI and RTC. The degree of EI that a someone possesses is a significant factor in determining how healthy their mental state will be. Since greater emotional stability will increase the PsyCap level of employees, organizations can adopt a number of techniques to improve the EI of their employees. Investing in the training and development of employees in this area will be beneficial. This study may be beneficial to administrators because it gives them guidelines for introducing systematic reform to employees in a manner that reduces the likelihood of RTC. Organizations may make use of this knowledge to undertake the change initiative by finding ways of enhancing PsyCap and EI in a practical way.

5. Limitations

In spite of the fact that the sample size of 253 employees from the banking industry was adequate for statistical analysis, generalization of the findings may be restricted due to the fact that the sample may not be authentically representative of employees in other sectors and working circumstances. The cross-sectional nature of the research eliminates the possibility of reaching any form of causation-related conclusions. Cross-sectional research do not take into consideration the orientations of either the associations that have been identified. However, whenever a significant connection is established, a plethora of parts of future linkages may also be uncovered, leading to the identification of significant cause-and-effect interpretations.

6. Directions for Future Research

This work offers a variety of avenues for further research. It would be helpful to start by seeing if PsyCap's mediation of emotional intelligence in different industries follows a similar pattern. For future research, the mediating effect of different variables such as organizational commitment or empowerment between the relationship on emotional intelligence and resistance to change can be investigated.

REFERENCES

ADERIBIGBE, J. K., & MJOLI, T. Q. (2019). Relationship between Occupational Stress, Organisational Citizenship Behaviour, Psychological Capital and Emotional Intelligence among Nigerian Employees. *African Journal of Business & Economic Research*, 14(1).

ALZHRANI, M. S. (2019). The Impact of Emotional Intelligence on Readiness for Organizational Change: A Case Study on a Government Authority in Saudi Arabia. *American Journal of Industrial and Business Management*, 9(09), 1880.

AMARANTOU, V., KAZAKOPOULOU, S., CHATZOUCES, D., & CHATZOGLOU, P. (2018). Resistance to change: an empirical investigation of its antecedents. *Journal of Organizational Change Management*.

ASLAN, Ş., & ÖZATA, M. (2008). Duygusal zekâ ve tükenmişlik arasındaki ilişkilerin araştırılması: sağlık çalışanları örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* (30), 77-97.

AVEY, J. B., AVOLIO, B. J., & LUTHANS, F. (2011). Experimentally analyzing the impact of leader positivity on follower positivity and performance. *The Leadership Quarterly*, 22(2), 282-294.

AVEY, J. B., WERNING, T. S., & LUTHANS, F. (2008). Can positive employees help positive organizational change? Impact of psychological capital and emotions on relevant attitudes and behaviors. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 44(1), 48-70.

BANDURA, A. (1978). Reflections on self-efficacy. *Advances in behavior research and therapy*, 1(4), 237-269.

BANDURA, A. (1982). The assessment and predictive generality of self-percepts of efficacy. *Journal of behavior therapy and experimental psychiatry*, 13(3), 195-199.

BANDURA, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*, WH Freeman and Company, New York, NY.

BANDURA, A. (2010). Self-efficacy. *The Corsini encyclopedia of psychology*, 1-3.

BARON, R., & 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

BARON, R. A., FRANKLIN, R. J., & HMIELESKI, K. M. (2016). Why entrepreneurs often experience low, not high, levels of stress: The joint effects of selection and psychological capital. *Journal of management*, 42(3), 742-768.

BARTLETT, J. E., KOTRLIK, J. W., & HIGGINS, C. (2001). Determining appropriate sample size in survey research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19(1), 43-50.

BEAL III, L., STAVROS, J. M., & COLE, M. L. (2013). Effect of psychological capital and resistance to change on organizational citizenship behavior. *SA Journal of Industrial Psychology*, 39(2), 01-11.

BEEREL, A. (2009). *Leadership and change management*. Sage.

BERNERTH, J. B., ARMENAKIS, A. A., FEILD, H. S., & WALKER, H. J. (2007). Justice, cynicism, and commitment: A study of important organizational change variables. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 43(3), 303-326.

BHATTACHERJEE, A., & HIKMET, N. (2007). Physicians' resistance toward healthcare information technology: a theoretical model and empirical test. *European Journal of Information Systems*, 16(6), 725-737.

BOERRIGTER, C. (2017). What makes employees highly engaged and performing? Leader's emotional intelligence, service climate and psychological capital [University of Twente].

CENFETELLI, R. T. (2004). Inhibitors and enablers as dual factor concepts in technology usage. *Journal of the Association for Information Systems*, 5(11), 16.

CHEN, D. J., & LIM, V. K. (2012). Strength in adversity: The influence of psychological capital on job search. *Journal of Organizational Behavior*, 33(6), 811-839.

ÇALIŞKAN, A. (2019). Değişime Direnç: Bir ölçek uyarlama çalışması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(2), 237-252.

CLAPP-SMITH, R., AVEY, G.R. &VOGELGESANG, J. (2009). Authentic Leadership and Positive Psychological Capital: The Mediating Role of Trust at the Group Level Analysis. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, Vol. 15, No.3, pp. 227-240.

DENT, E. B., & GOLDBERG, S. G. (1999). Challenging "resistance to change". *The Journal of Applied Behavioral Science*, 35(1), 25-41.

DHINGRA, R., & PUNIA, B. (2016). Impact of Organizational Culture on Employees' Readiness to Change: A study in Indian perspective. *Journal of Management Research*, 16(3), 135-147.

DIEDERICKS, J.C, CILLIERS, F., & BEZUIDENHOUT, A. (2019). Resistance to change, work engagement and psychological capital of academics in an open distance learning work environment. *SA Journal of Human Resource Management/SA Tydskrif vir Menslikehulpbronbestuur*, 17(0), a1142. <https://doi.org/10.4102/sajhrm.v17i0.1142>

DORLING, J. L. (2017). Impact of psychological capital on the resistance to change during post-merger integration: A theoretical model. *Journal of Organizational Change Management*.

DULEWICZ, V., & HIGGS, M. (2000). Emotional intelligence–A review and evaluation study. *Journal of managerial Psychology*.

FOSTER, R. D. (2010). Resistance, justice, and commitment to change. *Human resource development quarterly*, 21(1), 3-39.

FREDRICKSON, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American psychologist*, 56(3), 218.

GEORGALIS, J., SAMARATUNGE, R., KIMBERLEY, N., & LU, Y. (2015). Change process characteristics and resistance to organizational change: The role of employee perceptions of justice. *Australian Journal of Management*, 40(1), 89-113.

GEORGE, J. M. (2000). Emotions and leadership: The role of emotional intelligence. *Human relations*, 53(8), 1027-1055.

GUO, X., SUN, Y., WANG, N., PENG, Z., & YAN, Z. (2013). The dark side of elderly acceptance of preventive mobile health services in China. *Electronic Markets*, 23(1), 49-61.

HAIR, J. F., BLACK, W. C., BABIN, B. J., ANDERSON, R. E., & TATHAM, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. Bookman editora.

HUY, Q. N. (1999). Emotional capability, emotional intelligence, and radical change. *Academy of management review*, 24(2), 325-345.

JAIN, S., JAIN, V., & DAS, S. (2018). Relationship analysis between emotional intelligence and service quality with special evidences from Indian banking sector. *Revista Espacios*, 39(33).

KHYAREH, M. M. (2017). Institutions and entrepreneurship: the mediating role of corruption. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*.

LOPES, P. N. (2016). Emotional intelligence in organizations: Bridging research and practice. *Emotion Review*, 8(4), 316-321.

LUTHANS, F. (2002). Positive organizational behavior: Developing and managing psychological strengths. *Academy of Management Perspectives*, 16(1), 57-72.

MALIK, S. Z., & MASOOD, S. (2015). Emotional intelligence and resistance to change: Mediating role of psychological capital in telecom sector of Pakistan. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 9(2), 485-502.

MASTEN, A. S. (2001). Ordinary magic: Resilience processes in development. *American psychologist*, 56(3), 227.

MAYER, J. D., SALOVEY, P., & CARUSO, D. R. (2004). TARGET ARTICLES: "Emotional intelligence: Theory, findings, and implications". *Psychological inquiry*, 15(3), 197-215.

MELLÃO, N., & MÓNICO, L. d. S. M. (2013). The relation between emotional intelligence and psychological capital of employees. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 2(1), 545-550.

MENON, S., & PRABHU, V. V. (2016). The impact of psychological capital on resistance to change. *Revelation*, 15, 1-82.

MICHEL, A., BY, R. T., & BURNES, B. (2013). The limitations of dispositional resistance in relation to organizational change. *Management Decision*.

MORADI, M., HONARI, H., NAGHSHBANDI, S., JABARI, N., & AZARPIRA, G. (2012). The relationship between emotional intelligence and job satisfaction among coaches in premier under-20 football league. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(6), 73.

NOE, R. A., TEWS, M. J., & MCCONNELL, D. A. (2010). Learner engagement: A new perspective for enhancing our understanding of learner motivation and workplace learning. *The Academy of Management Annals*, 4(1), 279-315.

OREG, S. (2006). Personality, context, and resistance to organizational change. *European journal of work and organizational psychology*, 15(1), 73-101.

ORUÇ, E. (2018). Psikolojik Sermaye Ölçeği Kısa Formunun Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Electronic Turkish Studies*, 13(14).

PETERSON, S. J., LUTHANS, F., AVOLIO, B. J., WALUMBWA, F. O., & ZHANG, Z. (2011). Psychological capital and employee performance: A latent growth modeling approach. *Personnel psychology*, 64(2), 427-450.

PIDERIT, S. K. (2000). Rethinking resistance and recognizing ambivalence: A multidimensional view of attitudes toward an organizational change. *Academy of management review*, 25(4), 783-794.

PRADHAN, R. K., JENA, L. K., & BHATTACHARYA, P. (2016). Impact of psychological capital on organizational citizenship behavior: Moderating role of emotional intelligence. *Cogent Business & Management*, 3(1), 1194174.

QADEER, F., & JAFFERY, H. (2014). Mediation of psychological capital between organizational climate and organizational citizenship behavior. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 8(2), 453-470.

REGINATO, E., FADDA, I., & PAGLIETTI, P. (2016). The influence of resistance to change on public-sector reform implementation: the case of Italian municipalities' internal control system. *International Journal of Public Administration*, 39(12), 989-999.

SADOUGHI, M., & ZARJINI, Z. (2017). The relationship between emotional intelligence, psychological capital and teachers' job burnout. *Scientific Journal of Social Psychology*, 5(43), 1-12.

SAFARI, A., ADEL PANAH, A., SOLEIMANI, R., AQAGOLI, P. H., EIDIZADEH, R., & SALEHZADEH, R. (2020). The effect of psychological empowerment on job burnout and competitive advantage. *Management Research: Journal of the Iberoamerican Academy of Management*.

SALOVEY, P., & MAYER, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, cognition and personality*, 9(3), 185-211.

SARUHAN, N. (2013). Organizational change: The effects of trust in organization and psychological capital during change process. *Journal of Business Economics and Finance*, 2(3), 13-35.

SARWAR, H., NADEEM, K., & AFTAB, J. (2017). The impact of psychological capital on project success mediating role of emotional intelligence in construction organizations of Pakistan. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 7(1), 1-13.

SCHEIER, M. F., CARVER, C. S., & BRIDGES, M. W. (2001). Optimism, pessimism, and psychological well-being.

SCHUTTE, N. (2006). Techniques for developing emotional intelligence. Emotional Intelligence International Symposium 2005,

SELIGMAN, M. E. (2006). Learned optimism: How to change your mind and your life. Vintage.

SERRAT O. (2017) Understanding and Developing Emotional Intelligence. In: Knowledge Solutions. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-10-0983-9_37

SNYDER, C. R., SHOREY, H. S., CHEAVENS, J., PULVERS, K. M., ADAMS III, V. H., & WIKLUND, C. (2002). Hope and academic success in college. *Journal of educational psychology*, 94(4), 820.

SYAHMI, A., FADZIL, A., HASSAN, R., ABDUL, S. J., MOHAMAD, N. S., IZZUDDIN, M., & ALI, R. (2019). Towards a successful organizational change: The role of dialogic communication. *International Journal of Asian Social Science*, 9(1), 86-95.

THOMAS, R., SARGENT, L. D., & HARDY, C. (2011). Managing organizational change: Negotiating meaning and power-resistance relations. *Organization Science*, 22(1), 22-41.

VAKOLA, M., TSAOUSIS, I., & NIKOLAOU, I. (2004). The role of emotional intelligence and personality variables on attitudes toward organisational change. *Journal of managerial Psychology*.

VAN TONDER, C. L. (2004). Exploring the Nature of Nonlinear Organizational Change: A Case Study on a "Run-on-Deposits". *EMERGENCE-MAHWAH-LAWRENCE ERLBAUM-*, 6(3), 33.

WALUMBWA, F. O., LUTHANS, F., AVEY, J. B., & OKE, A. (2011). Retracted: Authentically leading groups: The mediating role of collective psychological capital and trust. *Journal of Organizational Behavior*, 32(1), 4-24.

WONG, C. S., & LAW, K. S. (2002). The effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study. *The leadership quarterly*, 13(3), 243-274.

ZAMPETAKIS, L. A., BELDEKOS, P., & MOUSTAKIS, V. S. (2009). "Day-to-day" entrepreneurship within organisations: The role of trait Emotional Intelligence and Perceived Organisational Support. *European Management Journal*, 27(3), 165-175.

Özet

Bir örgüt değişime yöneldiğinde ya da yeni bir model sunulduğunda, çalışanlar bu duruma tepki vererek direnç gösterebilmektedirler. Teknoloji ve çağın getirdiği yeniliklerle, değişimin çok yoğun yaşandığı banka sektöründe, başarının yakalanması için, değişime direncin iyi yönetilmesi hayati önem arz etmektedir. Sektördeki durumu analiz etmek amacıyla yapılan çalışma da veriler kolayda örnekleme yöntemi ile toplanmıştır. Çalışmanın örneklemini banka çalışanları oluşturmaktadır. SPSS AMOS 26 programı yardımıyla yapılan doğrulayıcı faktör analizden sonra yapısal eşitlik modeli çizilerek değişkenler arasındaki ilişkiler değerlendirilmiştir. Psikolojik sermayenin ve duygusal zekanın değişime direnci istatistiki olarak anlamlı ve negatif yönde etkilediği belirlenmiştir. Duygusal zekanın psikolojik sermayeyi istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca duygusal zekanın değişime direnç üzerindeki etkisinde psikolojik sermayenin aracılık rolü olduğu da tespit edilmiştir. Bu duygusal zeka perspektifinden bakıldığında değişime karşı direnci yönetmede psikolojik sermayenin de önem arzettiğini gösteren bir işaretir. Duygusal zekanın değişim yönetimi üzerinde önemli bir etkisi olduğu Vakola vd. (2004)

tarafından da ortaya konmuştur. Duygusal zekanın değişime karşı direnç üzerindeki etkisi nedeniyle, büyük örgütsel değişiklikler sırasında çalışan verimliliğinin yönetimine yardımcı olabilecektir. Çalışanlar duygusal iyilik halleri, sahip oldukları zeka seviyesiyle bağlantılıdır (Huy,1999) ve duygusal zeka arttıkça, çalışanların örgütsel bir değişime karşı direnç tutumunu azalttığı sonucuna varılmaktadır (Malik ve Masood, 2015). Peterson ve arkadaşları (2011), yüksek psikolojik sermaye gösteren çalışanların örgütsel bir değişime karşı daha iyimser ve dayanıklı oldukları önerisini destekleyen bir çalışma yapmışlardır. Örgütler çalışanlarının duygusal zeka seviyelerini geliştirmek amacıyla bir dizi program geliştirmelidirler. Bu alanda çalışanların eğitime ve gelişimine yatırım yapmak değişime karşı direncin yönetilmesinde faydalı olabilecektir.

Israr Ölçeği'nin Türkçe'ye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması

Yasemin GÜLBAHAR*, Osman Seray ÖZKAN**, Burcu ÜZÜM***

Öz

Son yıllarda örgütsel davranış alanında yeni kavramlardan biri de ısrar kavramıdır. Israr, zorluklara rağmen hedeflere ulaşmayı sağlayan kişisel bir eğilimdir. Bu açıdan hem bireysel hedefler hem de örgüt ortamında örgütsel hedeflere ulaşmada önemli bir davranış olduğu görülmektedir. Israrı ölçmek ve ilişkili olduğu değişkenleri belirlemek hem araştırma hem de uygulama açısından önemlidir. Çalışmanın temel amacı, Howard ve Crayne (2019) tarafından geliştirilmiş olan Israr Ölçeği'nin Türkiye koşullarında geçerlik ve güvenirlik çalışmalarını yapmaktır. Bu doğrultuda Israr Ölçeği'nin Türk kültürüne uyarlanması yapılmıştır. Ölçeğin faktör yapısı doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile test edilmiştir. DFA ile elde edilen bulgular, $\chi^2/df=2.06$; RMSEA=.06; SRMR=.02; CFI=.98; GFI=.93; AGFI=.89 şeklindedir. Elde edilen uyum indeksleri kabul edilebilir değerlerde olup, ölçek orijinaldeki üç faktör yapısını doğrulamıştır. Ölçeğin zorluklara rağmen ısrar, korkuya rağmen ısrar, uygunsuz ısrar faktörlerinin Cronbach Alfa değerleri sırasıyla .95; .94; .80 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin birleşme ve ayrışma geçerliğini de sağladığı belirlenmiştir. Sonuçlar, Israr Ölçeğinin Türkçe versiyonunun geçerli ve güvenilir olduğunu ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Israr, ısrar ölçeği, geçerlik, güvenirlik, ölçek uyarlama

Adaptation of the Persistence Scale to Turkish: A Validity and Reliability Study

Abstract

In recent years, one of the new concepts in the field of organizational behavior is the concept of persistence. Persistence is a personal disposition to achieve goals despite difficulties. In this respect, it is seen as an important behavior in achieving both individual and organizational goals in organizational environments. Measuring persistence and identifying the variables associated with it are important for both research and practice. The main purpose of the study is to conduct validity and reliability studies of the Persistence Scale developed by Howard and Crayne (2019) in the conditions of Turkey.



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 20.12.2021

Kabul/Accepted: 02.08.2023

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.1038043>

* Dr., Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Ankara, Türkiye. E-posta: yasemin@windowslive.com

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0214-3983>

** Dr. Öğr. Üyesi, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Manyas MYO, Balıkesir, Türkiye,

E-posta: osmanserayozkan@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5326-8930>

*** Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli MYO, Kocaeli, Türkiye.

E-posta: burcuogokay@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8675-8952>

In this direction, the Persistence Scale was adapted to Turkish culture. The factor structure of the scale was tested with confirmatory factor analysis (CFA). Findings obtained by CFA, $\chi^2/df=2.06$; RMSEA=.06; SRMR=.02; CFI=.98; GFI=.93; AGFI=.89. The obtained fit indices were at acceptable values, and the scale confirmed the original three-factor structure. The Cronbach Alpha values of the factors of persistence despite difficulties, persistence despite fear, and inappropriate persistence of the scale were; .95, .94, and .80 respectively. It was determined that the scale also provided convergent and divergent validity. The results revealed that the Turkish version of the Insistence Scale was valid and reliable.

Keywords: Persistence, persistence scale, validity, reliability, scale adaptation

1. Giriş

Israr, her ne kadar birey davranışı ve modern yaşam gereklilikleri için oldukça önemli bir özellik olsa da ancak son yıllarda araştırmacıların üzerinde durduğu kavramlardan birisi haline gelmiştir. Bu konuda geçtiğimiz yüzyıl başında çalışmalar görülsede bu çalışmalarda kavram genellikle hayatın bir parçası olarak ve motivasyon teorilerinin içeriğinde (Atkinson, 1957) ya da bir kişilik özelliği olarak ele alınmıştır (Eysenck, 2013).

Israr kavramı motivasyon ile alakalı bir kavramdır ve bireyin iş görme ve işleyişi ile ilgili süreklilik arz eden bir özelliktir. Genel manada bireyin kişisel bir hedefe ulaşmak için motivasyonel olarak çabayı sürdürmeye yatkınlığı, yol boyunca karşılaşılan engellerin üstesinden gelmek için kişisel kaynaklar bulma olarak kabul edilir (Constantin 2008). Literatürde ısrar kavramı diğer benzer kavramlar ile karıştırılmış hatta çoğu kez birbirinin yerine kullanılmıştır. Howard ve Murry (2020), metanet (grit) ve sebat (perseverance) gibi yakından ilişkili birkaç yapının, genel ısrar yapısının birden fazla boyutunu kısmen kapsayabileceğini ileri sürmüştür. Bu boyutlar, "*Zorluklara Rağmen Israr*", "*Korkuya Rağmen Israr*" ve "*Uygunsuz Israr*"dır. Hatta Howard ve Murry (2020), Norton ve Weiss (2009) tarafından geliştirilen Cesaret Ölçeği'nin cesaret yerine "*Korkuya Rağmen Israr*"ı ölçtüğünü ileri sürmüştür. Israr kavramının benzer diğer kavramlar ile karıştırılması ve tek bir ölçüm aracı ile ölçülememesi kavramın anlamına yönelik karmaşa ortaya çıkarmış ve bu durum öneminin algılanması yönünde engel teşkil etmiştir. Bu ihtiyaçtan yola çıkarak Howard ve Crayne (2019) ısrar kavramının genel yapısını ve boyutlarını ortaya koyarak ısrarı diğer kavramlardan ayıran bir ölçek geliştirmiştir. Böylece ısrarın çok boyutlu bir yapı olarak diğer benzer kavramlardan farklı olduğunu ortaya koymuştur.

Howard ve Crayne (2019) tarafından geliştirilen bu ölçeğin literatürdeki tek ölçek olduğu görülmektedir. Literatür incelendiğinde ısrar kavramının sıkça vurgulandığı fakat benzer kavramların ölçüm araçları içinde yer aldığı görülmektedir (Howard ve Murry, 2020; Cardon et al., 2009). Bu durum Howard ve Crayne (2019) tarafından geliştirilen ve ısrarın üç temel alanını vurgulayan ölçeğin kullanımının önemini ortaya çıkarmaktadır. Diğer taraftan Türkçe literatürde ısrarı belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme ve uyarlama çalışmasının yer almadığı görülmektedir. Bu doğrultuda ısrar davranışının örgütsel alanda araştırılmasına fırsat sunacağı düşünülen Israr Ölçeği'nin Türkçe'ye adapte edilmesi amaçlanmaktadır.

2. Literatür Araştırması

Son yıllarda örgüt ortamında insan davranışları alanındaki kapsamlı çalışmalar, ısrar kavramını yeniden ele almış ve diğer benzer yapılardan farkını ortaya koymuştur. Howard ve Crayne (2019) bu konuda kapsamlı çalışmalar yaparak ısrarın en geniş tanımını sunmuştur. Israr **"hedeflere ulaşmak veya bir hareket tarzını sürdürmek amacıyla zorluklara katlanma eğilimi"**dir (Howard ve Crayne, 2019, s. 77). Diğer bir ifade ile ısrar, **"engellere, zorluklara veya cesaretin kırılmasına rağmen hedefe yönelik bir eylemin gönüllü olarak devam ettirilmesi"**dir (Peterson ve Seligman, 2004, s. 229-230). Israrın belirli bir hedefe yönelik durumsal motivasyon kaynağı olduğu konusunda tartışmalar mevcuttur. Fakat diğer taraftan Howard ve Crayne (2019, s.77-78) ısrarın alışkanlık haline gelebildiği ve hedeflere ulaşmada geniş çapta uygulanabildiğini ifade etmektedir. Israrcı insanlarda, ısrar kavramına ait özellikler incelendiğinde bu özelliğin farklı bir yapı ve özellik olduğu ortaya çıkmaktadır (Howard ve Murry, 2020, s. 272).

Israr kavramı literatürde ilk olarak Ryans (1938) tarafından ele alınmıştır. Sonraki çalışmalarda bazı benzer kavramlarla birlikte ya da onların yerine kullanıldığı halde tek başına bir kavram olarak ele alınmamıştır. Örneğin metanet (grit) kavramına yönelik Duckworth'ün (2007, s. 1088) çalışmalarında ısrar kavramı, metaneti oluşturan unsurlardan birisi olarak ele alınır ve **"kişinin yaşam yolundaki engelleri sürekli olarak aşma yeteneği"** olarak tanımlanır. Bu kavram içeriğinde hedef yönelimi ve başarıyı fikri ile ilişkilendirilir. Duckworth'e göre ısrar, öz-denetim ve vicdanlılığın birleşiminden metanet kavramı ortaya çıkar (Duckworth vd., 2007, s. 1088; Duckworth ve Quinn, 2009).

Bunun dışında yabancı literatürde ısrar kavramının sebat (perseverance) kavramı ile de benzer anlamda ve birbirlerinin yerine kullanıldığı görülmektedir. Metanetin ise, zorlu görevlerin veya amaçların başarılmasında, sebatın oluşması için bir öngörücü olduğu düşünülmektedir. Sebat pozitif psikolojide psikolojik sağlıkla alakalı bir kavramdır. İçsel bir güçten kaynaklandığında faaliyete katılım yüksek ve sonuçlanması durumunda tatmin oluşur. Sebat kavramı içeriğinde mutluluğa ulaşma durumu ile bağlantılıdır fakat en önemli nokta zor ve aşılması güç durumlarda ısrar kavramından ayrışır (Peterson ve Seligman, 2004, s. 229-230).

Diğer taraftan kavramın Türkçe karşılığı kullanılırken de benzer karmaşa yaşanmaktadır. İngilizcede "persistence" "bireyin bir amaç doğrultusunda devam eden veya tekrarlanan eylemleri" olarak tanımlanmaktadır (Brandstätter ve Bernecker, 2022, s. 272). Sebat kavramı ise, Arapça kökenli bir kelimedir ve *sbt* kökünden gelen *şabât* "aynı yerde durma, hareketsiz kalma, vazgeçmeme" anlamlarında kullanılmaktadır (Nişanyan, 2022). Sebat kavramı her ne kadar persistence kavramının tanımında yer alan hedeflere ulaşmak için zorluklara katlanma kişisel eğilimi (Zwilling, 2013) özelliği açısından benzerlik gösterse de, persistence kavramı hareket ve eylemleri devam ettirme noktasında farklılık göstermektedir. Ayrıca persistence genellikle bireyin bir hedef peşinde koşarken engellerin üzerinden geçtiği davranışsal bir olay olarak görülür (Howard ve Crayne, 2019, s. 77). Israr ise Arapça *şrr* kökünden gelen *ışrâr* (bazen kötü bir eylemden bahsetmek amacıyla) "vazgeçmeyip devam etme" anlamında Türkçe'de kullanılmaktadır. Ayrıca Şemsettin Sami'ye ait (1850-1904) detaylı bir sözlük olan "Kamus-ı Fransevi" adlı Osmanlıca eserinde "persistence" kavramı "ısrar" olarak Türkçeleştirilmiştir (Şemsettin Sami, 2023). Bu noktada kavramın Türkçeleştirilmesinde "ısrar" kavramı tercih edilmiştir.

Israr kavramına yönelik Türkiye'de bir araştırma yoktur. Yabancı literatürde de yeni olan kavramın kullanımına yönelik sorunları ortadan kaldırmak ve Türkçe ölçümünü yapabilmek adına Howard ve Crayne (2019) tarafından geliştirilen ölçek ele alınmıştır. Bu teorik arka plan göz önüne alındığında, bu araştırmanın amacı "ısrar" kavramının Türkçe

versiyonunu oluşturmaktır. Bu nedenle, Türkçe versiyonu Türkiye'deki bir örnekleme uygulanmıştır.

2.1. Israrın Boyutları

Howard ve Crayne (2019) ısrarı 3 faktörden oluşan çok boyutlu bir yapı olarak ortaya koymuştur. Bu yapıda ısrar hedeflere ulaşmak için zorluklara katlanmak açısından ele alınmış ve boyutlar arasındaki farklılık bu zorlukların doğası açısından ortaya konmuştur. Howard ve Crayne (2019, s. 80) ısrarın boyutlarını şu şekilde ele almıştır:

• **Zorluklara rağmen ısrar (*Persistence despite difficulty*):** Algılanan zorluklara rağmen hedeflere yönelik çabalara devam etme eğilimidir.

• **Korkuya rağmen ısrar (*Persistence despite fear*):** Hedefe yönelik çabaları engelleyebilecek, bireyleri geri çekilmeye zorlayabilecek güçte korku faktörü ya da koşullarının mevcudiyetine rağmen hedeflere yönelik çabalara devam etme eğilimidir.

• **Uygunsuz ısrar (*Inappropriate persistence*):** Bireyin değersiz bir amaç için çaba harcaması ile ilgilidir. Bu boyut anormal psikoloji alanında kullanılmaktadır. Amaç değersizdir çünkü hedef ulaşılamaz veya ödüllendirici değildir. Burada uygun olmayan durum ısrarın kendisi değildir. Sadece bireyin çabalarını nerede sonlandıracağını bilmemesi nedeni ile çaba göstermeye devam etmesidir.

Özetle ısrar ile ilgili çalışmalar kavramın yapısını ortaya koyarak diğer benzer kavramlardan farkını belirlemiş ve üç boyutlu bir yapıda olduğunu ortaya koymuştur. Bu boyutlardan ilk ikisi başarı ve çaba ile ilişkili pozitif davranışları içerirken üçüncü boyut ısrarın negatif ve gereksiz yere kullanımı ile ilişkilidir.

2.2. Israr ile İlgili Çalışmalar

Israr ile ilgili en kapsamlı çalışmalar Howard ve Crayne (2019) tarafından yapılmıştır. Israrın kişisel iyi-olma hali ve örgütsel sonuçlarına ilişkin yapılan çalışmalarda Howard ve Crayne (2019, s. 83-84) zorluk ya da korkuya rağmen ısrar edenlerin davranışları sonucunda daha pozitif sonuçlar aldıklarını diğer taraftan değersiz veya ödüllendirici olmayan davranışlara çaba harcayanların ise, davranışlarından daha az pozitif sonuç aldıklarını ifade etmektedir. Ayrıca, zorluk veya korkuya rağmen ısrar edenlerin kişisel olarak daha tatmin edici sonuçlar elde edebildiklerini de belirtmektedir. Fakat yine de bazı insanların tekrarlı bir şekilde etkisiz davranışlarda bulunduğunu, bu sebeple olumsuz yaşam olaylarına müdahale edemediklerini ifade etmektedir. Bu durumda korkuya ve zorluklara rağmen ısrar boyutunun iyi-olma hali ile pozitif ilişkili, uygunsuz ısrar boyutunun ise zorluklardan fayda sağlayamadıkları için negatif ilişkili olduklarını ortaya koymuştur.

Israrın örgütsel ortamdaki sonuçlarına ilişkin Howard ve Crayne (2019)'in çalışmalarında ısrar boyutları ile sorumluluk, örgütsel vatandaşlık davranışı, ses çıkarma davranışı, prososyal kural ihlali, verimlilik karşıtı iş davranışları ve performans ile ilişkisi araştırılmıştır. Zorluklara rağmen ısrar boyutu ile sorumluluk arasında pozitif, örgütsel vatandaşlık davranışı ile yine pozitif ilişki tespit edilmiştir. Korkuya rağmen ısrar boyutu ile ses çıkarma davranışı arasında ve aynı boyutun prososyal kural ihlali ile aralarında bir ilişki tespit edilememiştir. Diğer taraftan aynı boyutun sorumluluk ile arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Fakat uygunsuz ısrar ile verimlilik karşıtı iş davranışları arasında bir ilişki tespit edilememiştir. Son olarak korkuya rağmen ısrar ve zorluklara rağmen ısrar boyutları ile performans arasında pozitif ve uygunsuz ısrar boyutu ile performans arasında negatif yönlü bir ilişki tespit edilememiştir. Her ne kadar performans ile

doğrudan bir ilişki tespit edilememiş olsa da örgütsel ortamda sorumluluk ve örgütsel vatandaşlık davranışı ile olan ilişki örgütsel çıktılar açısından ısrar davranışının önemini ortaya koymaktadır. Ayrıca örgütsel ortamda en önemli ilişkiler ısrarın zorluklara rağmen ısrar boyutu ile sağlanmıştır.

Israr kavramı pozitif psikoloji alanında ele alınmış ve davranışların pozitif sonuçları ile ilişkilendirilmiştir. Örneğin ısrar "***bireyin yaşam yolundaki engelleri sürekli olarak aşma yeteneği***" olarak da incelenmiş (Duckworth vd., 2007, s. 1088), göreve yönelik ve pozitif duygularla ilişkilendirilmiş (Deci ve Ryan, 1991) ayrıca başarının birincil öncülü olarak nitelendirilmiştir (Cloninger vd., 1993).

Israrla ilgili araştırmaların kısıtlı sayıda olduğu görülmesine rağmen ısrarın pozitif sonuçlarla ilişkili olduğunu belirtmek mümkündür (Howard ve Crayne, 2019). Diğer çalışmalarda, yüksek düzeydeki ısrar ile prososyal motivasyon arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (Grant vd., 2007; Grant, 2008). Ayrıca ısrarın iki boyutu ile iş performansını arasında yine pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir (Negruşi ve Constantin, 2012). Öz-yeterlik ile ısrar arasındaki ilişkilerin araştırıldığı diğer bir çalışmada bireyin mevcut performansı hakkında bilgi sahibi olduğunda öz-yeterliğin ısrarı artırdığı, geribildirim belirsiz olduğunda ise öz-yeterlik ile ısrar arasında bir ilişki olmadığı ortaya konmuştur (Halper ve Vancouver, 2016). Literatürdeki bu çalışmalara rağmen yine de ısrar kavramının örgütsel ortamda yeterince ele alınmadığı görülmektedir. Örgütsel alanda çok yeni kullanılmasına rağmen ısrara yönelik karmaşa daha çok benzer kavramların ön plana çıkmasına neden olmuştur.

Sonuç olarak kavramın genel manada anlamını ortaya koymak ve Türkçe literatüre kazandırmak önem arz etmektedir. Böylece örgütsel ortamda ısrar davranışına yönetsel ve işgören bağlamında yaklaşım tarzı belirlenerek, kavramsal boyutuna ilişkin çalışmalara dikkat çekmek açısından ölçeğin Türkçe uyarlamasının değerli bir girişim olduğu düşünülmektedir.

3. Araştırmanın Yöntemi

Bu bölümde ölçeğe ait bilgiler, evren ile örneklem, ölçek uyarlama süreci, pilot uygulama ve verilerin analizi hakkında açıklamalara yer verilmektedir.

3.1. Israr Ölçeği

Türkçe'ye uyarlaması yapılan Israr (Persistence) Ölçeği Howard ve Crayne (2019) tarafından geliştirilmiştir. Israr Ölçeği "zorluklara rağmen ısrar" (1, 2, 3, 4 ve 5 numaralı maddeler), "korkuya rağmen ısrar" (6, 7, 8, 9 ve 10 numaralı maddeler), "uygunsuz ısrar" (11, 12 ve 13 numaralı maddeler) olmak üzere üç boyutlu bir ölçektir. Howard ve Crayne orijinal ısrar ölçeğinin güvenilirlik değerlerini zorluklara rağmen ısrar boyutu için .79, korkuya rağmen ısrar boyutu için .87, uygunsuz ısrar boyutu için ise .80 olarak hesaplamıştır. Ölçeğin faktör yükleri, zorluklara rağmen ısrar boyutu için ".44-.78" arasında, korkuya rağmen ısrar boyutu için ".39-.94" arasında, uygunsuz ısrar için ".72-.81" arasında yer almaktadır.

3.2. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini, Kayseri İl Sağlık Müdürlüğüne bağlı kamu hastanelerinde ve özel hastanelerde görev yapmakta olan hemşireler oluşturmaktadır. Araştırmada, kolayda örneklem yöntemi ile çalışanlara anket formu çevrimiçi olarak dağıtılmıştır. Anket formlarının geri dönüş oranı izin, istirahat ve vardiya gibi şartlar nedeniyle 270 adet olarak sağlanmıştır. Anket formunda ayrıca iki adet doğrulayıcı soru bulunmaktadır. Doğrulayıcı sorular yönlendirici niteliğe sahiptir ve katılımcıların anket

formundaki soruları okumadan işaretlenme riskine karşı forma eklenmiştir. Doğrulayıcı sorulardan biri "Türkiye güney yarım kürede bulunmaktadır. Lütfen bu soruya katılıyorum, cevabını veriniz" şeklindedir. Katılımcının bu soruya "katılıyorum" cevabını vermemesi durumunda bu veri, analiz dışı bırakılmıştır. Bu doğrultuda, doğrulayıcı sorulara yanlış cevap verdiği tespit edilen 25 kişinin formları, veri setinden çıkarılmıştır.

Örneklem büyüklüğü için madde sayısının on katı rakamındaki kişi sayısına ulaşılması yeterli kabul edilmektedir (Aksu vd., 2017; Hair vd., 2009). Buna göre örneklemin hesaplanan örneklem büyüklüğünden daha fazla olması, araştırma evrenini istatistiksel açıdan temsil edecek düzeyde olduğunu göstermektedir ($245 > 130$).

3.3. Ölçek ve Soru Formunun Uyarlanma Süreci

Israr ölçeğinin uyarlama sürecinde ilk olarak ölçeği geliştiren Matt C. Howard ile mail yoluyla iletişim kurulmuştur. Ölçeğin Türkçe'ye uyarlanması için gereken izin alınmış ve ölçekteki maddelerin anlamlarına ilişkin detaylı görüşme yapılmıştır. Dil geçerliliği için öncelikle farklı üniversitelerin Yabancı Diller Yüksekokullarından dört akademisyen ile çalışılmıştır. Ölçeğin çeviri sürecinde Brislin vd.'nin (1973) beş aşamalı çeviri tekniği kullanılmıştır. Öncelikle ölçek maddeleri hedef dile (Türkçe) çevrilmiştir. İlk çeviri iki akademisyen tarafından değerlendirilmiş ve daha sonrasında bu çeviri metni, farklı diğer iki akademisyene iletilmiştir. Bu aşamada hedef dile çevrilmiş olan metin, geri çeviri yöntemi ile orijinal dile (İngilizce'ye) tekrar çevrilmiştir. Bir sonraki aşamada, geri çeviri değerlendirilmiş ve uzman görüşü alınmıştır. Her iki aşamada da herhangi bir sorun olmadığı için ölçeğin Türkçe versiyonu, orijinal anketin doğru bir dilbilimsel yansıması olarak kabul edilmiş ve daha sonra psikometrik değerlendirme sürecini başlatmak için katılımcılara uygulanmasına karar verilmiştir.

3.4. Pilot Uygulama

Araştırmada, ölçek uyarlama sürecinin başarısını artırmak ve sonuçların güvenilirliğini sağlamak için pilot uygulama yapılmıştır. Bu uygulama, ölçekte yer alan ifadelerin anlaşılabilirlik, geçerlik ve tutarlılık yönünden ölçülmesine olanak tanımaktadır (Öztürk ve Çerci, 2019). Bu araştırmada pilot uygulama, Kayseri'deki hastanelerde görevli bulunan ve rastgele seçilen 50 kişilik bir çalışan grubuna (hemşeri, ebe, sağlık memuru) yapılmıştır. Uygulama esnasında araştırmanın amacı hakkında katılımcılara bilgi verilmiş ve katılımcılardan yargı cümlelerine katılma düzeylerini beşli Likert tipi ölçek üzerinde, 1 (Kesinlikle Katılmıyorum) ile 5 (Kesinlikle Katılıyorum) arasında yer alan bir dereceleme aralığında işaretlemeleri istenmiştir. Uygulama sonucunda soruların anlaşılabilirliği, netliği ve açıklığı hakkında çalışan grubundan olumlu dönütler alınmış ve araştırmada asıl uygulamaya geçilmesine karar verilmiştir.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırmada verileri analiz etmek için tanımlayıcı istatistikler kullanılmış, boyutlar arasındaki ilişkileri ortaya koymak için korelasyon analizi, ölçeğin güvenilirlik değerlerinin istenen düzeyde olup olmadığını belirlemek için madde ve Cronbach Alfa analizi, ölçeğin kuramsal yapı geçerliğini test etmek için doğrulayıcı faktör (DFA) analizi yapılmıştır. İlgili analizler, SPSS ve AMOS paket programlarından istifade edilerek gerçekleştirilmiştir.

4. Bulgular

Öncelikle, katılımcılara ait tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir. İkinci olarak, ölçek boyutlarına ait betimleyici istatistikler ve boyutlar arasındaki ilişkilerin durumu sunulmuştur. Üçüncü sırada, ölçeğin güvenirlik ve geçerlik analiz sonuçları verilmiştir.

4.1. Katılımcılara Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Anketi cevaplayan katılımcılardan yaşı 18-25 arası olanların oranı %11.8 (29 kişi); 26-33 arası olanlar %21.6 (53 kişi); 34-40 arası olanlar %29.4 (72 kişi); 41-48 arası olanlar %20.0 (49 kişi); 49-56 arası olanlar %13.9 (34 kişi); 57 ve üzeri olanlar %3.3 (8 kişi); kadınların oranı %62.0 (152 kişi) iken erkekler %38.0 (93 kişi); evlilerin oranı %63.7 (156 kişi) iken bekar olanlar %36.3'tür (89 kişi). Katılımcılardan %24.9'u lise mezunu (61 kişi); %16.3'ü ön lisans mezunu (40 kişi); %49.4'ü lisans mezunu (121 kişi) ve %9.4'ü lisansüstü mezunu (23 kişi) olarak incelenmiştir.

4.2. Korelasyon Sonuçları

Araştırmaya dahil olan katılımcıların anket formunda yer alan ifadelere verdikleri cevapların ortalamaları ve standart sapmaları ile boyutlar arasındaki ilişkilere ait korelasyon değerleri Tablo 1'de sunulmuştur.

Faktörler	Ortalama	Standart Sapma	1	2	3
Zorluklara Rağmen Israr	2.90	1.36	1		
Korkuya Rağmen Israr	2.85	1.19	.84**	1	
Uygunsuz Israr	2.68	1.17	.72**	.68**	1

Not: n=245; **p<.01

Tablo 1. Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Değerleri

Tablo 1'e göre, ısrar ölçeğinin alt boyutları arasındaki ortalamalar incelendiğinde; zorluklara rağmen ısrar alt boyutunun ortalamasının diğer iki boyuta göre daha yüksek olduğu saptanmıştır. Ölçeğin, boyutları arasındaki korelasyon değerlerine Tablo 1'de yer verilmiştir. Bulgular; ölçeğe ait üç boyut arasında ilişki olduğunu, alt boyutlar arasındaki korelasyon katsayısının .90'ın altında kalması ise çoklu bağıntı probleminin olmadığını göstermektedir (Akbulut, 2010).

Araştırmada verilerin değerlendirilmesi ve kullanılan ölçekteki soruların çarpıklık ile basıklık değerlerini tespit etmek amacıyla SPSS programı kullanılmıştır. Kline (2015), veri setinin normalliğini belirlemek adına çarpıklık ve basıklık değerlerinin göz önünde bulundurulması gerektiğini ifade etmektedir. Ölçekteki maddelerin çarpıklık değerleri (-.070 ile .620), basıklık değerleri (-.866 ile -1.510) arasında değişmektedir. Çarpıklık ve basıklık değerlerine ait kriterler dikkate alındığında tüm ifadelerin uygun aralıkta olduğu görülmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013).

4.3. Güvenirlik Sonuçları

Güvenirlik çalışmaları kapsamında, "madde ve Cronbach Alfa" analizi gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin madde analizine ilişkin madde toplam korelasyonları .59 ile .91 arasında değiştiğinden, ölçekten herhangi bir madde çıkarılmasına gerek olmadığı tespit edilmiştir (Büyükoztürk, 2011). Ölçek alt boyutlarının Cronbach Alfa değeri; zorluklara rağmen ısrar için .95, korkuya rağmen ısrar için .94, uygunsuz ısrar için ise .80'dir. Bu değerlerin güvenirlik için kabul edilebilir değer olan .70'ten yüksek olduğu tespit edilmiştir (Nunnally, 1978).

Madde No	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Madde Çıkarıldığında Cronbach's Alpha Değeri	Ort.	SS	α
ZRI1	.90	.93	2.89	1.50	.95
ZRI2	.91	.93	3.06	1.53	
ZRI3	.81	.95	2.67	1.43	
ZRI4	.83	.95	2.84	1.44	
ZRI5	.90	.93	2.99	1.47	
KRI6	.83	.93	2.88	1.35	.94
KRI7	.84	.93	2.95	1.36	
KRI8	.87	.93	2.78	1.32	
KRI9	.85	.93	2.85	1.28	
KRI10	.87	.93	2.77	1.23	
UI11	.59	.79	2.95	1.42	.80
UI12	.73	.64	2.68	1.39	
UI13	.63	.75	2.40	1.32	

Not: ZRI=Zorluklara Rağmen Israr; KRI=Korkuya Rağmen Israr; UI=Uygunsuz Israr; Ort.=Ortalama; SS=Standart Sapma; α =Cronbach's Alpha

Tablo 2. Ölçeğin Madde Analizi Sonuçları ve Cronbach's Alpha Değerleri

4.4. DFA Sonuçları

Üç faktör ve on üç maddeden oluşan "Israr" ölçeğinin Türk kültürüne uyumu ve ölçeğin örtük yapısının doğrulanması birincil düzey DFA ile incelenmiştir. Elde edilen veriler normal dağılım gösterdiğinden "en yüksek olabilirlik" (maximum likelihood) hesaplama yöntemi tercih edilmiş ve ardından sonuçları değerlendirmek üzere uyum indeksleri kullanılmıştır (Kline, 2015).

Faktör	Faktör Değerleri	Standart Hata	t	CR	AVE	MSV	ASV
Zorluklara Rağmen Israr	ZRI1	.93	0.03	27.698***	.96	.81	.76
	ZRI2	.95	0.03	29.949***			
	ZRI3	.82	0.04	19.679***			
	ZRI4	.86	0.04	21.439***			
	ZRI5	.93	--	--			
Korkuya Rağmen Israr	KRI6	.85	0.05	18.788***	.95	.78	.76
	KRI7	.91	0.05	20.993***			
	KRI8	.88	0.04	23.410***			
	KRI9	.90	0.05	20.496***			
	KRI10	.87	--	--			
Uygunsuz Israr	UI11	.65	0.10	9.788***	.81	.60	.64
	UI12	.92	0.10	12.902***			
	UI13	.71	--	--			
Uyum İndeksleri							
$\chi^2/df=2.06$; RMSEA=.06; SRMR=.02; CFI=.98; GFI=.93; AGFI=.89							
Not: ***p<.001; CR=Birleşik Güvenirlik; AVE=Ortalama Açıklanan Varyans; MSV=Maksimum Paylaşılan Varyansın Karesi; ASV=Paylaşılan Varyansın Karesinin Ortalaması							
$\chi^2/df=Ki-Kare/Serbestlik Derecesi$; RMSEA=Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü; SRMR=Standartlaştırılmış Ortalama Hataların Karekökü; CFI=Karşılaştırmalı Uyum İndeksi; GFI=Uyum İyiliği İndeksi; AGFI=Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi							

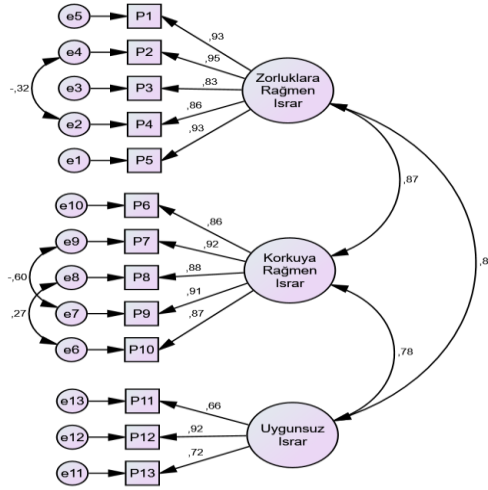
Tablo 3. Ölçeğin Faktör, Standart Hata, t, CR, AVE, MSV, ASV ve Uyum İndeks Değerleri

Analiz sonucuna göre üç faktörden oluşan bir yapı elde edilmiş ve bu faktörlerden ilki 1, 2, 3, 4 ve 5. maddelerinden oluşan "zorluklara rağmen ısrar" alt boyutunu, ikincisi 6, 7, 8, 9 ve 10. maddelerinden oluşan "korkuya rağmen ısrar" alt boyutunu ve üçüncüsü 11, 12 ve 13. maddelerinden oluşan "uygunsuz ısrar" alt boyutunu temsil etmektedir.

DFA sonucunda elde edilen uyum değerleri, önerilen modelin veri ile uyumlu olduğunu göstermektedir. Tablo 2'deki değerler dikkate alındığında; χ^2/df (2.06), SRMR (.02), CFI (.98)'ın mükemmel düzeyde, RMSEA (.06), GFI (.93) ve AGFI (.89)'ın ise kabul edilebilir düzeyde olduğu söylenebilir (Schermelleh-Engel ve Moosbrugger, 2003). Ölçeğin birincil düzey DFA sonuçlarına ilişkin parametre değerlerinin olduğu yol şeması Şekil 1'de sunulmuştur. Bunun yanı sıra, tabloda yer alan maddelerin t istatistikî değerleri incelendiğinde, maddelerin tamamının anlamlı olduğu görülmektedir ($p < .001$). Faktör yükünün en düşük kabul sınırı olan .40 dikkate alınarak ölçeğe ilişkin faktör değerleri incelendiğinde, minimum değerın altında hiçbir madde olmadığı ve faktör yük değerlerinin .40'tan büyük olduğu anlaşılmaktadır (Tabachnick ve Fidell, 2013).

Çalışmada ölçeğin birleşme ve ayrışma geçerliği de test edilmiştir. Birleşme geçerliğinde, ölçeğe ilişkin birleşik güvenirlik (CR) değerlerinin .70'den büyük olduğu, ayrıca ortalama açıklanan varyanstan (AVE) yüksek olduğu, AVE değerlerinin ise .50'den büyük olduğu görülmektedir. Ayrışma geçerliği için ise uygunsuz ısrar (AVE=.60; MSV=.64; ASV=.62) haricinde AVE değerlerinin maksimum paylaşılan varyanstan (MSV) ve paylaşılan varyansın karesinin ortalamasından (ASV) yüksek olduğu saptanmıştır (Hair vd., 2009). Bu sonuçlar modelin yeterli düzeyde birleşme ($CR > .70$; $AVE > .50$; $CR > AVE$) ve ayrışma geçerliğine ($AVE > MSV$; $AVE > ASV$) sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Bagozzi ve Yi, 1988; Hu ve Bentler, 1999; Hair vd., 2009; Malhotra ve Dash, 2011).

Araştırmada gerçekleştirilen testlere göre ısrar ölçeğinin kabul edilebilir seviyelerde güvenilir ve geçerli olduğu, aynı zamanda öngörülen kuramsal yapısı (üç faktörlü model) ile uyduğu değerlendirilmektedir.



Şekil 1. İsrar Ölçeğine İlişkin DFA Modeli

5. Sonuç

Israr kavramına yönelik çalışmalar yabancı literatürde henüz başlangıç aşamasındadır. Howard ve Crayne (2019) tarafından geliştirilen İsrar Ölçeğinin Türkçe

literatürde henüz kullanılmadığı görülmüştür. Bu eksiği gidermek amacıyla araştırmada, Howard ve Crayne (2019) tarafından geliştirilen üç boyutlu (zorluklara rağmen ısrar, korkuya rağmen ısrar, uygunsuz ısrar) Israr Ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanma çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla, kavramın ölçümü için kullanılan ölçeğin Türkçe literatüre uygun hale getirilmesi hedeflenmiştir. Çalışmanın ilk aşamasında orijinal ölçek maddelerinin Türkçe'ye çevirilmesi Brislin vd.'nin (1973) önerilerine uygun bir şekilde yapılmıştır.

Türkçeleştirilme sürecinde ölçeğin güvenirlik ve geçerlik analizleri yapılmış ve analizler sonucunda madde toplam korelasyonlarının kabul edilebilir aralıkta, Cronbach Alfa ile CR değerlerinin yüksek, faktör değerlerinin .40'dan büyük olduğu bulunmuştur. Ayrıca maddelerin faktör yükü t değerlerinin istatistiksel olarak anlamlı ve ölçeğin orijinal versiyonundaki ile benzer şekilde üç faktörlü bir yapıda olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte ölçeğin yeterli düzeyde birleşme ve ayrışma geçerliğine de sahip olduğu görülmüştür. Elde edilen bulgular sonucunda ölçeğin iyi psikometrik özellikler gösterdiği sonucuna varılmış ve Türkçe Israr Ölçeğinin ısrar yapısını ölçme ve değerlendirmede kullanılabileceği tespit edilmiştir. Buradan hareketle Türkçe'ye uyarlaması yapılan ölçeğin orijinal haliyle uyum gösterdiği görülmektedir (Howard ve Crayne, 2019).

Bu ölçeğin Türkçe literatürde kullanılmasının ve ilişkili olduğu diğer kavramlarla çalışılmasının gelecekteki araştırmalara katkı sağlayabileceği öngörülmektedir. Sonuç olarak psikolojik ve motivasyonel bir kaynak olan ısrar kavramının; savunma sanayi, ağır sanayi ve yaratıcılık isteyen işler için işe alım sürecinde çalışanlara uygulanabileceği ve çalışan davranışlarının anlamlandırılmasına imkan sağlayabileceği düşünülmektedir.

6. Sınırlamalar ve Öneriler

Bu çalışma, literatüre katkı sağlamanın yanı sıra bazı kısıtlara da sahiptir. İlk olarak çalışmada toplanan verilerin sadece belirli bir bölge ve belirli bir meslek grubundan, belirli sayıda elde edilmesi verilerin genellenebilirliği açısından önemli bir sınır oluşturmaktadır. Bu sebeple bundan sonraki çalışmaların farklı bölge ve meslek grupları üzerinde yapılması tavsiye edilebilir. Veri toplama yöntemleri açısından araştırmanın yapıldığı dönemdeki COVID-19 pandemisi nedeni ile online veri toplama yöntemi tercih edilmiştir. Verilerin daha güvenilir ve doğru cevaplar içermesi açısından gelecekteki çalışmalarda araştırmacıların doğrudan veri toplamasının yararlı olabileceği düşünülmektedir. Ayrıca, gelecekteki araştırmalarda yanıtlayıcı sayısını artırmak, veri toplamada olası örnekleme hatalarını azaltabilir.

Gelecekte daha güvenilir ve geçerlik açısından daha genellenebilir bulgulara ulaşılabilmesi amacıyla araştırmaların farklı örneklem gruplarıyla yapılması, ayrıca ölçeğin farklı negatif ve pozitif değişkenler ile birlikte çalışılması önerilmektedir. Bunun yanında, çeşitli öncül ve ardıl değişkenler ile araştırma modelleri oluşturulmalıdır.

KAYNAKÇA

- AKBULUT, Y. (2010). *Sosyal bilimlerde SPSS uygulamaları*. İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.
- AKSU, G., ESER, T., GÜZELLER, C.O. (2017). *Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi ile yapısal eşitlik modeli uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- ATKINSON, J.W. (1957). Motivational determinants of risk-taking behavior. *Psychological Review*, 64, Part 1 6, 359-72.
- BAGOZZI, R.P., YI, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16, 74-94.

BRANDSTÄTTER, V., BERNECKER, K. (2022). Persistence and disengagement in personal goal pursuit. *Annual review of psychology*, 73, 271-299.

<https://doi.org/10.1146/annurev-psych-020821-110710>.

BRISLIN, R.W., LONNER, W.J., THORNDIKE, R.M. (1973). *Cross-cultural research method*. Wiley, NY, USA.

BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2011). *Sosyal bilimler için istatistik*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.

CARDON, M.S., WINCENT, J., SINGH, J., DRNOVSEK, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, 34(3), 511-532.

CLONINGER, C.R., SVRAKIC, D.M., PRZYBECK, T.R. (1993). A psychobiological model of temperament and character. *Archives of General Psychiatry*. 50(12), 975-90. doi:10.1001/archpsyc.1993.01820240059008

DECI, E.L., RYAN, R.M. (1991). A motivational approach to self: Integration in personality. In R. A. Dienstbier (Ed.), *Nebraska Symposium on Motivation, 1990: Perspectives on motivation*. University of Nebraska Press.

DUCKWORTH, A.L., PETERSON, C., MATTHEWS, M.D., KELLY, D.R. (2007). Grit: Perseverance and passion for long-term goals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(6), 1087-1101. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.92.6.1087>

DUCKWORTH, A.L., QUINN, P.D. (2009). Development and validation of the Short Grit Scale (GRIT-S). *Journal of Personality Assessment*, 91(2), 166-174. <https://doi.org/10.1080/00223890802634290>

EYSENCK, H.J. (2013). *The structure of human personality (Psychology Revivals)*. Routledge.

GRANT, A.M., CAMPBELL, E.M., CHEN, G., COTTONE, K., LAPEDIS, D., LEE, K. (2007). Impact and the art of motivation maintenance: The effects of contact with beneficiaries on persistence behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 103(1), 53-67. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2006.05.004>

GRANT, A.M. (2008). Does intrinsic motivation fuel the prosocial fire? Motivational synergy in predicting persistence, performance, and productivity. *Journal of Applied Psychology*, 93(1), 48-58. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.93.1.48>

HAIR, J., BLACK, W., BABIN, B., ANDERSON, R.E., TATHAM, R.L. (2009). *Multivariate data analysis (7th Edition)*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.

HALPER, L.R., VANCOUVER, J.B. (2016). Self-efficacy's influence on persistence on a PHYSICAL task: Moderating effect of performance feedback ambiguity. *Psychology of Sport and Exercise*, 22, 170-177. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2015.08.007>

HOWARD, M.C., CRAYNE, M.P. (2019). Persistence: Defining the multidimensional construct and creating a measure. *Personality and Individual Differences*, 139, 77-89.

HOWARD, M.C., MURRY, A. (2020). Does the courage measure (CM) measure persistence despite fear?. *Testing, Psychometrics, and Methodology in Applied Psychology*, 27(2), 271-277. doi:10.4473/TPM27.2.7

HU, L., BENTLER, P.M. (1999). Cut off criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.

KLINE, R.B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: Guilford Publications.

MALHOTRA, N.K., DASH, S. (2011). *Marketing research an applied orientation*. London: Pearson Publishing.

NEGRUȚI, A., CONSTANTIN, T. (2012). Understanding job performance through persistence and job competency. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 33, 612-616. [10.1016/j.sbspro.2012.01.194](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.01.194)

NİŞANYAN, S. (2020). Sözlerin soyağacı.

Erişim: <https://www.nisanyansozluk.com/kelime/%C4%B1srar>. (Erişim: 10.05.2023)

NORTON, P.J., WEISS, B.J. (2009). The role of courage on behavioral approach in a fear-eliciting situation: A proof-of-concept pilot study. *Journal of Anxiety Disorders*, 23(2), 212-217.

NUNNALLY, J.C. (1978). *Psychometric methods*. New York: McGraw Hill.

ÖZTÜRK, A.T., ÇERÇİ, A. (2019). Türkçe öğretmenlerinin ders kitaplarına bağlılıkları ölçeği'nin geliştirilmesi: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 7(4), 876-897.

PETERSON, C., SELIGMAN, M.E.P. (2004). *Character strengths and virtues: A handbook and classification*. American Psychological Association, Oxford University Press.

RYANS, D.G. (1938). The meaning of persistence. *The Journal of General Psychology*, 19(1), 79-96. DOI: 10.1080/00221309.1938.9711188

SCHERMELLEH-ENGEL, K., MOOSBRUGGER, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.

Şemsettin Sami (2023). <https://www.osmanlicasozlukler.com/fransevi/tafsil-43216-pa1.html> (erişim. 10.05.2023)

TABACHNICK, B.G., FIDELL, L.S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th Edition). Boston, MA: Pearson Education.

ZWILLING, M. (2013). *A New era for entrepreneurs and startups has begun*.

Forbes, [online] <http://www.forbes.com/sites/martinzwillig/2013/12/25/a-new-era-for-entrepreneurs-and-startups-has-begun/> (Erişim: 10.05.2023)

Ek: Israr Ölçeği

Lütfen aşağıdaki ifadeleri dikkatlice okuyarak, mevcut duygu ve düşüncelerinizi en iyi yansıtan seçeneği (X) ile işaretleyiniz.						
1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum						
No	İfadeler	1	2	3	4	5
1	İşler zorlaştığında bile devam ederim.					
2	İnsanlar beni işler zorlaştığında dahi göreve sadık kalabilen birisi olarak tanımlarlar.					
3	Anlaması zor olsa bile "anlayana" kadar kitabın tamamını okurum.					
4	Aksilikler beni yıldırılmaz.					
5	Zor olsa bile yaptığım şeyi denemeye devam ederim.					
6	Korkularımınla yüzleşmeyi tercih ederim.					

7	Korkmuş hissetsem bile, yapmam gerekeni yapana kadar devam ederim.					
8	Karşılaştığım şeylerden korktuğumda dahi ısrarımı sürdürürüm.					
9	Bir konuda kaygılı veya endişeliysem, yine de onu yaparım veya onunla yüzleşirim.					
10	Bir şey beni korkutsa dahi, yine de onu yaparım.					
11	Bazen devam etmenin bir anlamı olmadığına dahi kendimi devam ederken bulurum.					
12	Bazen aynı şeyi tekrar ve tekrar yapmaya devam ederim ama bunu yapmanın normal olduğuna inanırım.					
13	Eylemlerimin değersiz olduğunu bilsem bile denemeye devam ederim.					

Summary

Persistence has become one of the concepts that researchers have focused on in recent years. Although there have been studies at the beginning of the last century, the concept has generally been considered in the content of motivation theories or as a personality trait. The concept of persistence has been confused with other similar concepts and has often been used interchangeably. Howard and Crayne (2019) developed a scale to reveal the general structure of persistence. Thus, they revealed that persistence is different from other similar concepts and it is a multidimensional structure.

It is seen that this scale developed by Howard and Crayne is the only scale in this field in the literature. On the other hand, when the literature is examined, it is seen that the concept of persistence is frequently emphasized, but similar concepts are included in the measurement tools. This situation reveals the importance of the use of the scale developed by Howard and Crayne (2019) which emphasizes the three main dimensions of persistence. There is also no scale development and adaptation study to determine persistence in the Turkish literature. In this direction, it is aimed to adapt the Persistence Scale, which is thought to allow the investigation of persistence behavior in the organizational environment, into Turkish.

In this study, the Persistence Scale developed by Howard and Crayne was adapted to Turkish culture. The scale confirmed its three-factor structure compatible with the original structure. As a result of the analysis, it was revealed that the Turkish version of the Persistence Scale was valid and reliable.

İstanbul İlinde Çalışma Hayatındaki Mesleki Gerilim ve Stresin Araştırılması*

Tarık ÇAKAR**, Berkay GÜLSEVEN***, Mehmet Ali BARIŞKAN****,
Seda ERBAYRAK*****

Öz

Bu çalışmanın amacı İstanbul'da çalışma hayatındaki iş stresini ölçmek ve nedenlerini belirlemektir. Amaç aşağıda sıralanan 5 farklı soruya cevap bulmaktır; (1) İstanbul ilinde iş stresi ile ilgili gerçekler nelerdir? (2) Psikososyal risk değerlendirmesi ve stresten korunmak için hangi legal çerçeve ve ulusal altyapı mevcuttur? (3) İşveren organizasyonları ve ticari birliklerin iş stresi ile ilgili olarak görüşleri ve değerlendirmeleri nelerdir? (4) İş stresi ve psikososyal risklerin ölçülmesi ve değerlendirilmesi için hangi enstrümanlar kullanılmaktadır? (5) İşletmeler iş stresini azaltmak için hangi koruyucu önlemleri almaktadırlar? Çalışma her bir işletmeden 2-4 kişi seçilerek 45 farklı işyerinde yapılacaktır. Hazırlanan anket toplamda 132 kişiye uygulanacaktır. Bu çalışmanın sonunda, ülke gerçekleri göz önüne alınarak devletin iş stresinden korunma konusundaki rolü belirlenecektir. Ek olarak, stres koruma programlarının geliştirilmesi ile ilgili ne gibi çalışmalar yapılabileceği ortaya konacak ve belli bölgelerde stres yönetim merkezleri oluşturulması yönünde tavsiyelerde bulunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Mesleki stres, stresin etkileri, stresin sonuçları, stres yönetimi, koruyucu önlemler



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 25.10.2021

Kabul/Accepted: 07.09.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.1011482>

* Bu çalışma, İstanbul Gelişim Üniversitesi tarafından desteklenmiştir (KAP-060220).

** Prof. Dr., İstanbul Gelişim Üniversitesi, Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, İstanbul, Türkiye. E-posta: tcakar@gelisim.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0001-8492-3707>

*** Öğrenci, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, İstanbul, Türkiye. E-posta: 180401903@ogr.gelisim.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0003-0346-5770>

**** Arş. Gör., İstanbul Gelişim Üniversitesi, Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi, Bilgisayar Mühendisliği Bölümü, İstanbul, Türkiye. E-posta: mabariskan@gelisim.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0002-8039-2686>

***** Arş. Gör., İstanbul Gelişim Üniversitesi, Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, İstanbul, Türkiye. E-posta: serbayrak@gelisim.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0003-0610-6423>

Investigation of Occupational Tension and Stress in Working Life in Istanbul

Abstract

This study aims to measure work stress in ISTANBUL's working life and determine its causes for finding answers to 5 different questions; (1) What are the facts of work stress in Istanbul, (2) What legal framework and infrastructure exist for psychosocial risk assessment and protection from stress?, (3) What are the views and evaluations of employers and trade associations regarding work stress?, (4) Which instruments are used to measure and evaluate work stress and psychosocial risks?, (5) What preventive measures do businesses take to reduce work stress? The study was carried out in different workplaces and selected 3-4 people. A questionnaire prepared for a maximum of 132 people will be applied; taking into account the realities of our own country, the role that the state can play in this regard will be determined. What kind of work can be done to develop stress protection programs will be revealed. Recommendations will be made to establish stress management centers in certain regions.

Keywords: Occupational stress, effects of stress, results of stress, stress management, protective measures

Giriş

Çalışanlar vakitlerinin önemli bölümünü iş yerlerinde harcarlar ve yaptıkları işe bağlı olarak zaman zaman stres ile karşı karşıya gelirler. Bu sebeple, araştırmacılar stres yönetimi ile ilgili çalışmalar yapma gereği duymuştur. Çalışmalar doğrultusunda, organizasyonlarda mesleki stres ve gerilim kavramı ortaya çıkmıştır. Bu konuda çalışan bilim insanları konu hakkında farklı araştırmalar yapmışlardır. Farklı meslek grupları bu araştırmaların muhatabı olmuştur. Yapılan çalışmalar, iş stresini önlemek için önlem alınmazsa devlete önemli miktarda ekonomik yük getirdiğini göstermiştir. (Annamalai ve Nandagopal, 2014; Aktan ve Maslow, 2000; Aydın, 2004; Baltaş ve Baltaş, 1991; Bidzinka, 1984; Aktan, 2010; Ganster, 2008; Gümüştekin ve Gültekin, 2010)

Çalışanların yaptıkları işler ile ilgili aldıkları sorumluluklar ve buna bağlı oluşan riskler bulunmaktadır. Bu sebeple, kendilerini stres içinde hissedebilirler. Her işin belli bir sorumluluk ve risk getirmesi onu doğal olarak bir stres etmeni yapar. Bu etkenler hem bireyden hem işin özelliklerinden kaynaklanabilir. Çalışan insanlar, gelecek endişesi taşımalarına sebep olan, fiziksel ve ruhsal sağlıklarına olumsuz yönde etki eden çalışma ortamlarından, onları tükenmişlik sendromuna götüren her türlü etkinlikten kaçınmaları gerekir. Örgüt yapısının iyi belirlenmesi, çalışanlar arasında daha yumuşak ilişkiler ve iletişimler kurulması stres konusunun çözülmesine yardımcı olacaktır. 16 ülkede yaklaşık 5300 işçi üzerinde yapılan bir araştırmada işçilerin %54'ü hayatlarındaki stresin büyük bir bölümünü iş stresinden kaynaklandığını belirtmişlerdir. Yapılan diğer bir araştırmada iş kazalarının %74 ile %84'ünün sebebinin, stresle yaşama ve onu yenebilme konusundaki organizasyonel zayıflıklar olduğu görülmüştür. İş stresi, iş yerlerinde işe gelmeme, performans düşüklüğü ve devir yüzdesi gibi olumsuzlukları dikkate değer derecede negatif etkilemektedir. Örgütlerde büyük olumsuzluklara yol açan mesleki gerilim ve stres işletmelerin üzerinde durmaları gereken bir konudur. Eğer bu konunun önemi anlaşılmazsa önemli ekonomik kayıplara sebep olabilecektir (Crawford ve Bolas, 1996; Demirel, 2013; Gümüştekin ve Gültekin, 2010; Arıcan, 2011; Manabete vd., 2016; Moorhead ve Griffin, 2009).

Almanya'da 4075 kişi üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Araştırmanın sonucuna göre kadınların çocuk sahibi olduğunda, depresyona girme olasılığının arttığı ortaya çıkmıştır. Erkekler üzerinde işsizliğin depresyon eğilimini arttırdığı gözlenirken, kadınlarda hiçbir etkisi olmadığı savunulmuştur. Demografik faktörler açısından bakıldığında, tam zamanlı ya da yarı zamanlı çalışmanın strese az etkisi olduğu görülmüştür. Ancak tam zamanlı çalışanların stres yükü yarı zamanlı çalışanlara göre daha fazladır. Yaş aralığı 30-50 olanların stresten fazla etkilenmediği ifade edilmektedir. Eğitim seviyesi ile stresten etkilenme arasındaki ilişkiye bakıldığında, eğitim seviyesi arttıkça stresinde gittikçe arttığı görülmüştür. En çok strese maruz kalan meslekler ise, öğretmen, hemşire ve yönetici olarak belirlenmiştir. ABD'de 2002 yılında yapılan bir çalışmaya göre, iş stresi açısından organizasyonda alınan rol cinsiyetten daha etkili. Özellikle üst seviyedeki yöneticiler karar alma aşamalarında çok daha fazla strese girmektedirler. Kadınlar ise eğer evdeki rolleri ile iş yerindeki rolleri çatıyorsa stres seviyesi yükselmektedirler. Kanada'da yapılmış olan bir araştırmada 40-54 yaş aralığındakiler stresi en yoğun algılayan grup olarak belirlenmişlerdir. 15-24 yaş aralığındakiler ise stresi çok yoğun algılamaktadırlar. 65 yaş ve üzerindeki daha hafif işlerde çalışmaktadırlar. Aynı araştırmaya göre evli olmak, orta yaşlarda olmak, yüksek bir gelire sahip olmak, üniversite ve daha yüksek seviyeli eğitim almış olmak daha çok stres yükü anlamına gelmektedir. Kadınlar daha fazla stres yüküne sahiptirler. (Gangster, 2008; Hablemitoğlu ve Özmete, 2012; Gödelek, 1988; Ivancevich, Michael, Preston, 1982; Lim ve Jeong, 2016; Luthans, 1989).

1997 yılında Avrupa Komisyonu 15 Avrupa ülkesinde toplam 16.000 çalışan üzerinde bir araştırma yapmıştır ve bu çalışmada iş baskısının en yoğun olduğu ülkenin Hollanda olduğu görülmüştür. Yapılan bir diğer çalışmada, Avrupa birliği ülkelerinde iş stresinin 1991'den 1995'e kadar ortalama olarak %7 arttığı görülmüştür. Bu çalışmada Hollanda yine %11'lik artışla en önde yer almıştır. Yine Hollanda'da yapılan bir çalışmada, 7000 çalışamaz hale gelmiş işçinin çalışamama sebepleri incelendiğinde, %53'ünün işlerinden kaynaklanan sebeplerle çalışamaz hale geldikleri saptanmıştır. İşçilerin, %43 fiziksel iş yükü, %26 mental iş yükü ve %29 genel çalışma koşulları sebebiyle çalışamayacak derecede hasta oldukları gözlemlenmiştir. İş yapamayacak hale gelme, ya da hastalık sebebiyle kısa süreli devam edememe gibi sebeplerden dolayı oluşan iş gücü kaybının ekonomik karşılığı oluşmaktadır. Örneğin, Hollanda'da iş stresinden kaynaklı oluşan durumlar sonucunda 25 milyar dolarlık ekonomik zarar oluşmuştur.

Bilgiye kolay ulaşılması, uluslararası küresel pazarların oluşması ve rekabetin artması çalışanların da stres yükünü arttırmaktadır. İş stresi sebebiyle çok sayıda işçi sağlığını kaybetmektedir. 2014 yılında İsviçre'de yapılan iş stresi indeksi konulu araştırmada, iş stresinden kaynaklı hastalıklar ve hastalıklara bağlı iş kayıpları sebebi ile devletin her sene 6 milyar frank zarar ettiği belirtilmiştir. Aynı araştırmada, stresin işe devam konusunda da olumsuz yönde etki ettiği görülmüştür.

Stres, diyabet, obezite, alzheimer, depresyon, sindirim sistemi hastalıkları, uyku bozuklukları ve benzeri pek çok sağlık sorunlarına sebep olmakta veya hastalığın derecesini arttırmaktadır. Tüm şirketlerin ve kurumların stres ile ilgili önlemler alması gerekmektedir. Kısa ve uzun vadede negatif etkisi olan iş stresinin yönetilmesi konusunda eğitimler almak bireysel ve kurumsal olarak iş stresi ile baş etmenin önemli bir başlangıcı olacaktır. Bu araştırma içinde hemen hemen tüm stres faktörlerine dikkat çekilmiştir. Stres seviyesi anket yoluyla belirlenmeye çalışılmıştır. (Okutan ve Tengilimoğlu, 2002; Pehlivan, 1995; Sabuncuoğlu ve Tüz, 1996; Satija ve Khan, 2013; Tüzel, 2002; Schafer, 1987; Wong, Chen ve Yu, 2002).

Nisar ve Rasheed (2020) mesleki stresin polislerin kariyer tatmini, rol içi performans ve rol dışı performans ile negatif ilişkili olduğunu göstermiştir. Ayrıca kariyer tatmini, mesleki stres ile polis çalışanlarının rol içi ve dışı performansları arasındaki

ilişkilere aracılık etmektedir. Ozer ve diğerleri (2022) bir üniversite hastanesinde çalışan hemşirelerin ve diğer sağlık çalışanlarının iş güvenliği, iş stresi ve mutluluk algıları arasındaki ilişkileri incelemiştir. Korelasyon analizi sonuçlarına göre iş güvenliği ile iş stresi arasında negatif ve zayıf ilişkiler, iş güvenliği ile mutluluk arasında pozitif ve zayıf ilişkiler, iş stresi ile mutluluk arasında negatif ve zayıf ilişkiler bulunmaktadır. Araştırmada ayrıca algılanan mutluluğu en çok etkileyen değişkenin iş stresi olduğu ortaya çıkmıştır.

Piao ve Managi (2022) çalışanların mesleki stresinden kaynaklanan beşeri sermaye kaybının değerlendirilmesini yapmıştır. Sonuç olarak yıllık gelir ve çalışan stresi arasındaki negatif ilişkiyi ortaya çıkarmıştır, bu, çalışanların stresi ne kadar kötüyse, insan sermayesi kayıplarının o kadar büyük olduğunu gösterir. Şirketler için insan sermayesi kaybı, çalışan sayısı ile yüksek oranda ilişkilidir ve çalışanların mesleki stresini azaltmanın daha yüksek kurumsal performansa yol açabileceği düşünülmektedir. Eyimaya ve Tezel (2021) demiryolu işçileri için yaptıkları araştırmada çalışanların stresörler, sosyal değişimler, psikolojik gerilimler ve sağlıkla ilgili şikayet gruplarının tüm alt boyutlarından etkilendikleri ve orta düzeyde strese sahip oldukları belirlenmiştir. Araştırmada çalışanların en çok sorumluluklarından ve gelecekteki mesleki belirsizliklerden etkilendiğini ortaya konulmuştur.

Ramakrishnan ve diğerleri (2022) dijital devlet hizmet kalitesini, kamu sektöründeki hizmet sağlayıcılar arasındaki örgütsel zeka (OI) özellikleri ve mesleki stres ile ilişkilendiren kavramsal bir model ortaya koymuşlardır. Bulgular Mevcut modellerin incelemelerine dayanarak, kamu hizmeti sağlayıcılarının bakış açısından dijital devlet hizmet kalitesini, özelliklerini ve mesleki stresi içeren kavramsal bir modelin varlığına dair ikna edici bir kanıt yoktur. Bu nedenle, dijital devlet hizmet kalitesi arasında aracı görevi gören mesleki stres ile kavramsal bir model, kamu hizmeti sunumunun kalitesini yükseltmek için kapsamlı bir çerçeve olarak sunulmaktadır. Kullanılan kalite sistemleri stres etkisini yumuşatmaktadır (Çakar ve Serdar 2002). Lee ve diğerleri (2022) Avustralya ve Yeni Zelanda'da çalışan akademisyenlerin mesleki stres seviyelerini ve stres faktörlerini araştırmıştır. Vulanovic ve diğerleri (2020) iş sağlığı ve güvenliği yönetimi ile örgütsel performans arasında aracı olarak stres faktörünün etkisi üzerine bir araştırma yaptılar. Araştırmada sonuç olarak, iş sağlığı ve güvenliği yönetim sisteminin çalışanların stresi üzerinde doğrudan etkisi olduğunu ve streslerinin örgütsel İSG performansı üzerinde önemli, aracılık edici bir etkiye sahip olduğunu kanıtlamıştır.

Son yıllarda farklı meslek grupları için stres araştırmaları yapılmış ve her bir meslek grubu için spesifik ve genel sonuçlar elde edilmiştir. Bu çalışma özel bir meslek grubu için değil genel olarak ve İstanbul ili için yapılmıştır. Yukarıda verilen çalışmaların sonuçları özelde ve genelde bizim yaptığımız çalışma ile çok büyük oranda uyumludur. Bazı meslek grupları için çok küçük ayrımlar olduğu görülmüştür.

Demografik ve Algısal Değişiklikler

İnsanların olaylar karşısında göstermiş olduğu psikolojik tepkiler, olayların stres düzeyini belirlemektedir. Bir olayın kişi üzerinde stres oluşturabilmesi için olayın nasıl gerçekleştiği değil, kişilerin olaya nasıl tepki verdikleri ve nasıl başa çıkabilecekleri konusunda stratejileri ile ilgilidir. Yani stresin temelinde kişinin olayları nasıl algıladıkları ve değerlendirdikleri yatmaktadır. Kişilerin algısı stresin azalması ve artması ile doğrudan ilişkilidir.

Aynı olay karşısında farklı kişilerin üzerinde oluşan stresin farklılık gösterdiği söylenmektedir. Aynı olay karşısında oluşan durumlarla bazı kişiler kolay başa çıkarken, bazıları aşırı baskı altında hissedebilirler. Tüm bunların sebebi olarak, kişilerin o anki ruhsal değişimleri, yaşadığı toplum yapısı, cinsiyeti, fiziksel şartları ve sahip olduğu

değerler olarak gösterilmektedir. Dolayısı ile olayların stresli olup olmadığı kişilere bağlı olarak değişmektedir.

Kişilerin yaş, cinsiyet, eğitim durumu, ekonomik düzeyi, medeniyet durumu gibi demografik özellikleri stres düzeyi ile ilişkilidir. Kişilerin demografik özelliklerine bağlı olarak olaylar karşısında vereceği tepkiler değişiklik göstermektedir.

Yaş: Kişilerin ileri yaşlarda kendilerini yetersiz görme nedeni olarak, genç yaşlarda yaşadığı olumsuz deneyimler yaşamış olması gösterilmiştir. Kişilerin ileri yaşlarda stresle başa çıkması ve bilgiyi kullanma konusunda zorlandığı gözlemlenmiştir. Kişiler yaş aldıkça stresinde aynı doğrultuda arttığı söylenebilir. Genç çalışanlar, yaşlı çalışanlara göre zihinsel ve fiziksel anlamda daha dinamik olduklarından dolayı olaylar karşısında oluşan stresi daha iyi yönetebilmektedir. Bu durum yaşlı çalışanlar üzerinde daha fazla stres yaşamasına neden olurlar.

Cinsiyet: Geleneksel toplumlarda kadınlar evdeki işlerde erkeklere nazaran daha aktif rol oynamaktadır. Son yıllarda evde üstlenmiş olduğu görevler dışında iş hayatında da aktif rol oynamaktadırlar. Hem iş hayatında hem ev hayatındaki sorumlulukları nedeniyle erkeklere nazaran daha çok stres altında kaldıkları gözlenmektedir. Ek olarak, kadın çalışanların, cinsel taciz, fiziksel ve psikolojik şiddet gibi durumlardan kaynaklı olarak büyük baskı altında kaldıkları ve bu baskının büyük bir stres kaynağı olduğu ifade edilmektedir.

Medeni Durum: Evli çalışanların evlilikte üstlendiği ekstra rollerden kaynaklı olarak stres düzeylerinin bekarlara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Ek olarak, boşanma, eş ölümü, aile bireylerindeki hastalık gibi nedenlerin evli çalışanlar üzerinde stres düzeyini arttırdığı belirtilmiştir.

Eğitim Düzeyi: Eğitim düzeyi arttıkça aynı doğrultuda bilgi, birikim ve tecrübe de aynı doğrultuda artmaktadır. Bu sebeple kişilerin stresle başa çıkabilme başarıları da aynı paralellikte kolaylaşmaktadır. Çalışanların eğitim düzeyine karşılık gelen iş tatmini olumlu ise iş motivasyonu ve stres yönetimi de o derece olumlu olur. Ancak eğer çalışan aldığı eğitimle yaptığı işten tatmin değilse olumsuz yönde etkilenir. Bu etki de stres yönetimini olumsuz olarak etkileyebilmektedir.

Yaşam Tarzı: Kişiler üzerinde stres çalışmaları incelendiğinde, yaşam tarzının stres oluşumu üzerinde büyük bir etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Kişilerin uyku düzenlerinin bozulması, alışık olmadıkları yerlerde bulunmaları, alkol, sigara ve uyarıcı etkisi olan diğer kötü alışkanlıklara sahip olmaları gibi nedenlerden dolayı strese meyilli oldukları açıkça literatürde belirtilmiştir. Bu sebeple, alışık olduğumuz yaşam tarzı içerisinde olduğumuzda stresle başa çıkmamız kolay olurken, konfor alanımızın dışına çıktığımızda stresle başa çıkmamız kolay olmamaktadır.

Kişilik Özellikleri, A ve B Tipi Davranış Biçimi: Kişilik, kişilerin düşünme yapısı, davranışları, olaylara bakış açıları gibi pek çok sayıda özelliğin bütünlüğünden oluşmaktadır. Kişilerin sosyal çevreleri ve bu çevre ile olan ilişkileri kişiliklerini büyük oranda biçimlendirir. Değişen koşullar ve durumlar karşısında çabuk uyum sağlayan bireylerin stres karşısında daha dirençli ve durumu yönetebildikleri gözlemlenmiştir. Kişilik özelliklerine göre, daha dışa dönük, sosyal çevresi ile iyi iletişim sağlayan bireylerin stres yönetimini aynı paralellikte daha iyi yönettiği belirtilmektedir. Olumlu kişilikleri sayesinde stresi daha olumlu karşılamaktadırlar(Ülkü, 2017).

Materyal ve Yöntem

İstanbul ili için mesleki stresi ölçebilmek amacıyla bir anket çalışması yapılmıştır. İnsanlar yaşam süreleri boyunca az ya da çok stresle muhatap olmaktadır. Zamanlarının çoğunu işyerinde harcadıkları için mesleki strese maruz kalmaları kaçınılmazdır. Bunun sonucu olarak, psikolojik ve fiziksel birtakım hastalıklara

yakalamaları kaçınılmaz olmaktadır. Bundan dolayı ekonomik ve sosyal açıdan stresi çok önemli bir etken olarak görebiliriz. Bu çalışmada, İstanbul ili için mesleki stres araştırma çalışması yapılmıştır. Bu amaç doğrultusunda, farklı meslek gruplarından insanlar ile görüşülerek anket yöntemi kullanılarak veriler toplanmıştır. Kullanılan anket formu demografik özellikler ve stres ile ilgili sorular içermektedir. Ankette 4 demografik ve 41 anket sorusu mevcuttur. Tüm sorular çoktan seçmelidir. Anket Google Form üzerinden hazırlanmış ve elektronik ortamda cevaplandırılmıştır. Sonrasında, anketler değerlendirilmiş ve sonuçlar istatistiksel anlamlılık testlerine tabi tutularak analiz edilmiştir. Araştırılan hipotezler Araştırmaya katılan çalışanların stres tepki ve belirti düzeylerinin, ayrıca stres ölçekleri düzeylerinin cinsiyete, yaşa, medeni duruma, eğitim seviyesine, çalışma süresine, bulunduğu pozisyona göre farklı olup olmadığı hipotezleri araştırılmıştır.

Analiz ve Bulgular

Veriler SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) programı yardımı ile istatistiksel analize tabi tutulmuştur. İlk olarak anket uygulanan kişiler cinsiyet, yaş ve medeni durum açısından değerlendirilmiştir. Sonrasında, güvenilirlik analizi, her bir soruya ait ortalama ve standart sapma hesaplamaları, bağımsız örneklem t testi, çapraz tablo analizi, ki kare testleri, faktör analizleri ve korelasyon analizleri yapılmıştır.

Kullanılan semboller ve terimler aşağıdaki gibidir.

Alternatif Hipotez: H_1 (İki grup arasında fark vardır.)

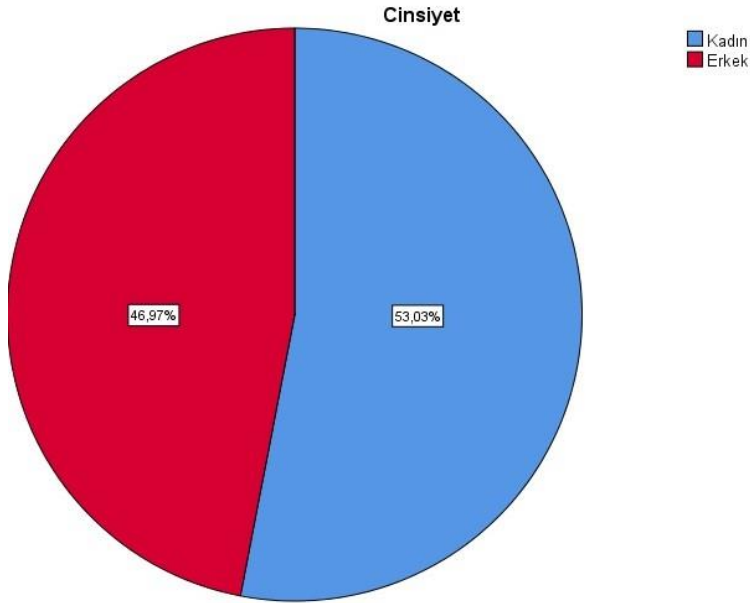
Çekirdek Hipotez: H_0 (İki grup arasında fark yoktur.)

Hipotezler %95 güven düzeyinde analiz edilmiştir. ($P < 0,05$: %5 analizde hata payı olarak alınmıştır). $P < 0,05$ olduğunda, H_0 hipotezi kabul edilmezken, H_1 hipotezi kabul edilir.

Araştırmaya katılanların cinsiyet durumları aşağıdaki gibidir;

		Cinsiyet			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kadın	70	53,0	53,0	53,0
	Erkek	62	47,0	47,0	100,0
Total		132	100,0	100,0	

Tablo 1. Cinsiyet



Şekil 1. Cinsiyetlerin yüzde dağılımı

Tablo 1’de belirtildiği gibi araştırmaya katılanlar 132 kişidir. Katılımcıların 62’si erkek, 70’i kadındır. Erkek ve Kadın katılımcıların cinsiyetleri yüzde olarak sırasıyla, %53,03 ve %46,97 şeklinde dağılmış ve Şekil 1’de gösterilmiştir. Katılımcı sayılarının cinsiyete göre yüzde değerleri birbirine çok yakındır. Kadın ve erkek katılımcıların sayısı hemen hemen eşit sayıdadır.

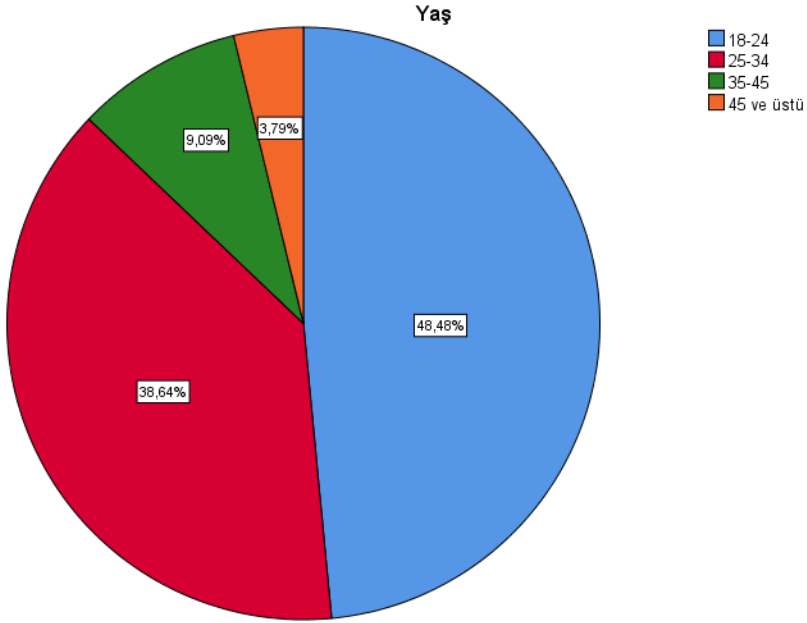
Araştırmaya katılanların yaş durumları:

Araştırmaya katılanların yaş aralıkları ve katılımcı sayıları Tablo 2’de gösterildiği gibidir.

Yaş

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
18-24	64	48,5	48,5	48,5
25-34	51	38,6	38,6	87,1
35-45	12	9,1	9,1	96,2
45 ve üstü	5	3,8	3,8	100,0
Total	132	100,0	100,0	

Tablo 2. Yaş



Şekil 2. Yaşların yüzde dağılımı

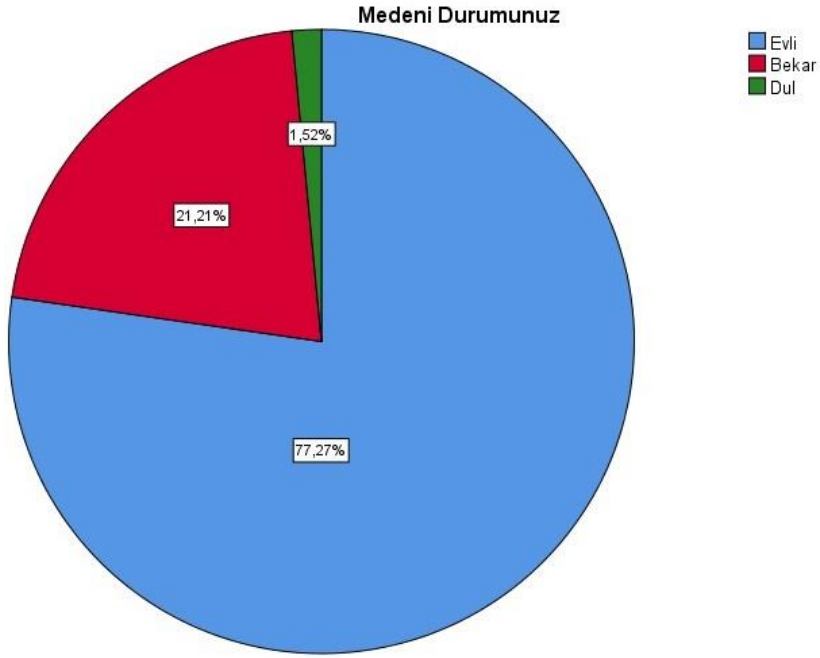
Şekil 2’de katılımcı yaşlarının yüzde olarak dağılımı gösterilmiştir. İstanbul ilinde Mesleki Stres ve Gerilim anketi çalışmasındaki araştırmaya katılanların yaş durumları incelendiğinde, 18-24 yaş arası 63 kişi, 25-34 yaş arası 51 kişi, 35-45 yaş arası 12 kişi, 45 üstü 5 kişi olduğu görülmektedir. Yaşların yüzde olarak dağılımı ise sırasıyla %48,48, %38,64, %9,09, %3,79’dir.

Katılımcıların medeni durumlarına göre sayıları Tablo 3’de gösterilirken, yüzde dağılımları Şekil 3’de gösterilmiştir.

Medeni Durumunuz

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Evli	102	77,3	77,3	77,3
	Bekar	28	21,2	21,2	98,5
	Dul	2	1,5	1,5	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Tablo 3. Medeni Durum



Şekil 3. Medeni durum yüzde dağılımı

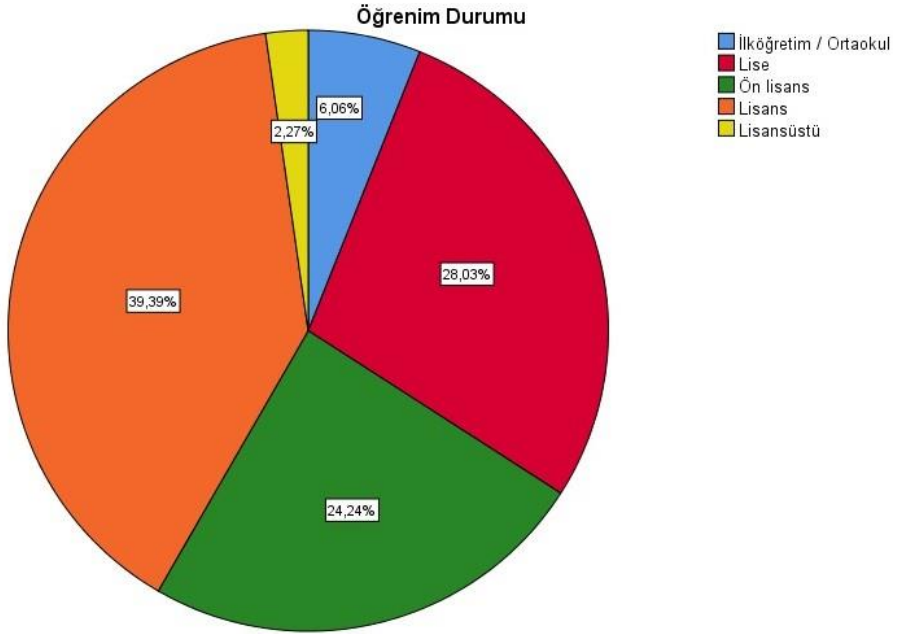
Ankete katılanların medeni durumları, %77,27'si evli (102 kişi), %21,21'i bekar (28 kişi), %1,52'sinin dul (2 kişi) olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılanların öğrenim durumlarını içeren sayısal veriler Tablo 4'de belirtilmiştir.

Öğrenim Durumu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid İlköğretim / Ortaokul	8	6,1	6,1	6,1
Lise	37	28,0	28,0	34,1
Ön lisans	32	24,2	24,2	58,3
Lisans	52	39,4	39,4	97,7
Lisansüstü	3	2,3	2,3	100,0
Total	132	100,0	100,0	

Tablo 4. Öğrenim Durumu



Şekil 4. Öğrenim durumu yüzde dağılımı

Anket çalışmasına katılanların eğitim durumlarının yüzde dağılımı Şekil 4’de gösterilmiştir. Katılımcıların %6,06 ilkökul, %28,03 lise, %24,24 ön lisans, %39,39 lisans ve %2 lisansüstü mezundur. Veriler incelendiğinde, ankete katılanların önemli bir kısmının lisans eğitimi aldığı görülmüştür.

Projedeki araştırmanın güvenilirlik analizi:

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,830	25

Tablo 5. Güvenilirlik Analizi

Kullanılan ankette strese maruz kalan insanların cevapladığı benzer veya benzer olmayan düşüncelerin bir sonucu olarak örgütsel stres temelli 25 soru bulunmaktadır. Verilen cevaplara göre güvenilirlik analizi yapılmış ve sonucu Tablo 5’de gösterilmiştir. Sonuç incelendiğinde alpha değerinin 0,830 olduğu görülmektedir. Alpha değeri 1,00 değerine yaklaştıkça güvenilirlik artarken, alpha 0,00 değerine yakınlaştıkça güvenilirlik azalmaktadır. Bu sebeple elde edilen alpha değeri ifadelerin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 6'da her sorunun ortalaması ve standart sapması verilmiştir.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Kaç yıldır aynı firmada çalışıyorsunuz ?	132	1,82	1,171
Uykusuzluk ve gece uyuyamama durumlarınız mevcut mu ?	132	2,77	,846
Yersiz endişelenmeniz mevcut mu ?	132	2,91	,851
Geçim sıkıntısı çekiyor musunuz ?	132	2,53	,945
Yaptığınız işi önemsememe , erteleme durumlarınız mevcut mu ?	132	1,58	,510
Kendinizi işe veremediğiniz ve önemsiz hissettiğiniz zamanlar oluyor mu ?	132	2,55	,823
İş hayatınız da sinirlilik ve gerginlik hissediyor musunuz ?	132	2,91	,815
Dinlenme veya ibadet için yeterli zamanını mevcut mu ?	132	2,54	,833
İştahsızlık veya aşırı yemek yeme isteğiniz mevcut mu ?	132	2,69	,997
İşe gitmede isteksizlik yaşıyor musunuz ?	132	2,74	,938
Sıklıkla saate bakar mısınız ?	132	2,76	,982
Yaptığınız bir işte yardıma ihtiyacınız olsa sormaktan kaçınıyor musunuz?	132	1,83	,926

Sorunlarınızı üst mevkiye ifade edebiliyor musunuz?	132	2,51	,693
Yöneticiler her durumda kendilerini haklı buluyor mu?	132	2,61	,862
İş yerinde yükselme olanağınız var mı?	132	2,04	,814
Zamanın size yetmediği düşüncesine kapılıyor musunuz?	132	2,99	,895
Hobilerinize ve kendinize vakit ayırmakta zorlanıyor musunuz?	132	3,02	,874
Arkadaş veya akrabalarınız sizinle geçinmenin zor olduğunu söylerler mi?	132	1,87	1,094
Dinlenmeye ayırdığınız veya boş oturduğunuz vakitlerde kendinizi suçlu hissediyor musunuz?	132	2,12	1,049
Kendinize çok fazla sorumluluk yüklediğiniz oluyor mu?	132	3,20	,833
İşiniz ne kadar zorlayıcı?	132	2,42	,783
Emeklilik ve gelecek kaygınız bulunuyor mu ?	132	3,10	,995
Sıradan bir hafta boyunca iş yerinde kendinizi ne kadar stresli hissediyorsunuz?	132	3,61	1,252
Yaptığınız iş karşılığında aldığınız ücreti nasıl değerlendirirsiniz?	132	1,85	,796
İş arkadaşlarınız işle ilgili fikirlerinize ne kadar önem veriyor?	132	2,46	,670

Şirket dışında iş arayışında olma olasılığınız nedir?	132	2,38	1,067
Yöneticiniz tarafından size atanan görevlerin yoğunluk ve sıklık düzeyi nedir ?	132	3,07	,849
Şirketinizin performans ve çalışma yönetim sistemini adil ve eşit buluyor musunuz ?	132	2,22	,919
İşinizin sıkıcı olduğunu düşünüyor musunuz ?	132	2,60	1,033
İşinizde çok fazla sorumluluk aldığınızı hissediyor musunuz ?	132	3,16	,770
İş arkadaşlarınızla anlaşabiliyor musunuz ?	132	3,29	,787
İş paylaşımının eşit olduğunu düşünüyor musunuz ?	132	2,36	,982
Çalışma saatleriniz uzun ya da düzensiz mi ?	132	2,48	,887
Tatil sürelerinin kısa olması sebebiyle dinlenme ve eğlenceye zaman ayırabiliyor musunuz ?	132	2,43	,840
Yeteneklerinizin yaptığınız işe uygun mu ?	132	2,76	,917

İşe giderken ulaşım sıkıntısı yaşıyor musunuz ?	132	1,97	1,098
Eş , dost ve aile baskınız mevcut mu ?	132	2,23	1,163
Çok fazla sorumluluk aldığınızı düşünüyor musunuz?	132	3,07	,893
İşinizle ilgili yeni gelişmeler doğrultusunda eğitim alıyor musunuz ?	132	2,39	1,163
İş yerinizde yaşadığınız problemler aile hayatınıza yansıyor mu ?	132	2,37	,968
Bu işe ilk başladığınız zamana dönebilseydiniz tekrardan başvuru yapar mıydınız ?	132	2,49	,953
Valid N (listwise)	132		

Tablo 6. Ortalama ve Standart Sapma

Tablo 6’da bulunan mean değerleri 1=Hiç, 2=Az, 3=Bazen, 4=Sürekli şeklindeki ifadelerin soru başına düşen ortalama değerlerini göstermektedir.

Bağımsız Örneklem t Test

Ankette demografik özellikleri içeren sorular dışındaki sorular 1 ile 4 arasında puan verilerek değerlendirilmiştir. 1=Hiç, 2=Az, 3=Bazen, 4=Sürekli olarak belirlenmiştir. İki örnek grup arasında (kadın-erkek) farklılık olup olmadığını anlamak için bağımsız örneklem t testi kullanılmıştır.

H₀: İki grubun (Kadın-Erkek) ortalamaları arasında fark yoktur.

H₁: İki grubun (Kadın-Erkek) ortalamaları arasında fark vardır.

P<0.05 H₀ reddedilir.

P>0.05 H₀ kabul edilir.

Group Statistics

	Cinsiyet?	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
orgutselstres_total	Kadın	70	2,6446	,39893	,04768
	Erkek	62	2,6039	,45195	,05740

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
orgutselstres_total	Equal variances assumed	,030	,864	,550	130	,584	,04070	,07406	-,10581	,18721
	Equal variances not assumed			,545	122,817	,586	,04070	,07462	-,10701	,18841

Tablo 7. Bağımsız Örneklem t Test

Bağımsız örneklem t testi sonuçları Tablo 7'de verilmiştir. Sonuçlar incelendiğinde anlamlılık (sig.) değerlerinin 0,05'den büyük olduğu görülmektedir. Bu sebeple, H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Çapraz Tablo Analizi Yardımıyla Hipotezlerin Test Edilmesi

Çalışmanın bu bölümünde, çalışanın yeteneklerinin, yaptığı işe uygun olup olmadığının belirlenmesi ve öğrenim durumu ile arasındaki bağlantının sorgulanması için hipotezler çapraz tablo analizi ile test edilmiştir.

H_0 : Öğrenim durumunuz yeteneklerinize uygun yaptığınız işe uygun mu sorusu üzerine etkisi bulunmamaktadır.

H_1 : Öğrenim durumunuz yeteneklerinize uygun yaptığınız işe uygun mu sorusu üzerine etkisi bulunmaktadır.

Çapraz Tablo Analizi;

			Öğrenim Durumu ?					Total
			İlköğretim / Ortaokul	Lise	Ön lisans	Lisans	Lisansüstü	
Yeteneklerinizin yaptığınız işe uygun mu ?	Kesinlikle değil	Count	1	6	7	1	2	17
		% within Yeteneklerinizin yaptığınız işe uygun mu ?	5,9%	35,3%	41,2%	5,9%	11,8%	100,0%
	Değil	Count	1	7	5	11	0	24
		% within Yeteneklerinizin yaptığınız işe uygun mu ?	4,2%	29,2%	20,8%	45,8%	0,0%	100,0%
	Uygun	Count	5	18	17	25	0	65
		% within Yeteneklerinizin yaptığınız işe uygun mu ?	7,7%	27,7%	26,2%	38,5%	0,0%	100,0%
Kesinlikle uygun	Count	1	6	3	15	1	26	
	% within Yeteneklerinizin yaptığınız işe uygun mu ?	3,8%	23,1%	11,5%	57,7%	3,8%	100,0%	
Total	Count	8	37	32	52	3	132	
	% within Yeteneklerinizin yaptığınız işe uygun mu ?	6,1%	28,0%	24,2%	39,4%	2,3%	100,0%	

Tablo 8. Çapraz Tablo Analizi

Tablo 8’de görüldüğü gibi eğitim durumu göz önüne alındığında sahip olduğunuz yetenekler yaptığınız işe uygun mu sorusuna cevap olarak; Kesinlikle değil, Değil, Uygun, Kesinlikle uygun cevapları verilmiştir. Lise ve ön lisans mezunları ise yüksek oranda yaptıkları işin yeteneklerine kesinlikle uygun olmadığını söylemişlerdir. Lisans mezunları ise %57,7 oranda kesinlikle yeteneklerine uygun bir işte çalıştıklarını söylemişlerdir.

Eğitim durumuna göre yapılan ki-kare testi sonuçları Tablo 9’da verilmiştir.

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,523 ^a	12	,043
Likelihood Ratio	22,648	12	,031
Linear-by-Linear Association	1,807	1	,179
N of Valid Cases	132		

Tablo 9. Ki-kare Testi

Sonuçlar %95 güven düzeyi dikkate alınarak yorumlanmıştır. Tablo 9'da anlamlılık (sig.) değerlerinin 0,043 olduğu görülmektedir. Bu değer $0,043 < 0,05$ olduğu için H_1 kabul edilmiştir.

Korelasyon Analizi

Korelasyon katsayısı hesaplamak için kullanılan istatistiksel metotlar, değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesine, ölçüm yapısına, dağılım karakteristiklerine, aradaki ilişkilerin doğrusal olup olmadığına, değişkenlerin miktarı ve kontrol yapısına bağlı olarak değişmektedir. Korelasyon katsayısı, iki değişken arasındaki ilişkinin gücünü belirlemek ve yorumunu yapmak için kullanılır. Pearson korelasyon katsayısı hesaplamada, her iki değişken sürekli olmalı ve değişkenlerin hepsi normal dağılıma uymalıdır. Bu çalışmada yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 10'da gösterilmiştir.

			Statistic	Std. Error
İş hayatınız da sinirlilik ve gerginlik hissediyor musunuz ?	Mean		2,91	,071
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	2,77	
		Upper Bound	3,05	
	5% Trimmed Mean		2,95	
	Median		3,00	
	Variance		,663	
	Std. Deviation		,815	
	Minimum		1	
	Maximum		4	
	Range		3	
	Interquartile Range		1	
	Skewness		-,347	,211
	Kurtosis		-,403	,419
	Kendinizi işe veremediğiniz ve önemsiz hissettiğiniz zamanlar oluyor mu ?	Mean		2,55
95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	2,40	
		Upper Bound	2,69	
5% Trimmed Mean			2,55	
Median			3,00	
Variance			,677	
Std. Deviation			,823	
Minimum			1	
Maximum			4	
Range			3	
Interquartile Range			1	
Skewness			-,398	,211
Kurtosis			-,416	,419

(devamı aşağıda)

Correlations

		Kendinizi işe veremediğiniz ve önemsiz hissettiğiniz zamanlar oluyor mu ?	İş hayatınız da sınırlılık ve gerginlik hissediyor musunuz ?
Kendinizi işe veremediğiniz ve önemsiz hissettiğiniz zamanlar oluyor mu ?	Pearson Correlation	1	,416**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	132	132
İş hayatınız da sınırlılık ve gerginlik hissediyor musunuz ?	Pearson Correlation	,416**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	132	132

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

Tablo 10. Korelasyon Analizi

Tablo10'da görüldüğü gibi Çarpıklık (Skewness) ve Basıklık (Kurtosis) değerleri +2 ve -2 arasında olduğunda normal dağılıma uygundur diyebiliriz ve SPSS'de korelasyon testi yapılırken Pearson (normal dağılıma uygun) seçeneği işaretlenerek analiz yapılmıştır. Sonuçlara göre, kendinizi yaptığınız işe vermediğiniz ve hatta kendinizi çok önemsiz hissettiğiniz anlar oluyor mu? ve iş yaşamınızda sınırlılık ve gergin olma hali hissediyor musunuz? soruları arasındaki ilişkinin 0,416 olduğu görülmektedir. Bu ilişkinin yönü pozitifdir.

Faktör Analizi

Faktör analizi yapılabilmesi için öncelikle yeterli sayıda örnek olup olmadığının kararını verebilmek için KMO and Barlett's Testi uygulanmış ve Tablo 11'de sonuçları gösterilmiştir.

Faktör analizi yapabilmek için yeterli sayıda örneğe ihtiyaç duyulur, yapılan test sonucu KMO değeri 0,748 olarak bulunmuştur. Sonuç olarak, $KMO=0,748 > 0,60$ karşılaştırması örnek sayısının yeterli olduğunu ifade etmektedir. Ek olarak,yapılan Bartlett's testi sonucuna göre anlamlılık değerinin 0.000 olduğu görülmektedir. Bu değer 0.05'den küçük olduğu için verilerin faktör analizine uygun olduğu kabul edilmiştir.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,748
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1014,041
	df	300
	Sig.	,000

Tablo 11. KMO Barlett Testi

Yapısal geçerliliğin kontrolü için faktör analizi uygulanmış ve Tablo 12'de sonuçları paylaşılmıştır. Faktör analizi uygulaması yapılırken varimax yöntemi seçilmiş ve değişken yapısının aynı kalması sağlanmıştır.

Component	Total Variance Explained								
	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	5,714	22,855	22,855	5,714	22,855	22,855	3,042	12,167	12,167
2	2,516	10,063	32,918	2,516	10,063	32,918	2,604	10,415	22,582
3	1,672	6,689	39,607	1,672	6,689	39,607	2,564	10,256	32,838
4	1,508	6,034	45,641	1,508	6,034	45,641	2,374	9,497	42,335
5	1,282	5,129	50,770	1,282	5,129	50,770	1,824	7,296	49,631
6	1,202	4,807	55,577	1,202	4,807	55,577	1,486	5,945	55,577
7	,998	3,992	59,569						
8	,957	3,828	63,397						
9	,903	3,611	67,008						
10	,877	3,510	70,518						
11	,850	3,400	73,918						
12	,771	3,086	77,004						
13	,721	2,885	79,889						
14	,685	2,740	82,629						
15	,624	2,496	85,125						
16	,597	2,387	87,513						
17	,501	2,006	89,518						
18	,459	1,835	91,353						
19	,431	1,723	93,076						
20	,387	1,546	94,623						
21	,383	1,530	96,153						
22	,282	1,128	97,281						
23	,249	,997	98,278						
24	,227	,907	99,185						
25	,204	,815	100,000						

Tablo 12. Faktör Analizi

Faktör analizinde öz değeri 1'den fazla olan tüm faktörler, geçerli faktör olarak belirlenmektedir. Faktörlerin kümülatif yüzdelik değerleri ne derece açıkladığını ifade etmektedir. Tüm faktörlerin toplam açıklama oranının %50'ni üstünde olması gerekmektedir. Tablo 12 incelendiğinde, faktör sayısı 6 olarak belirlenmiştir. Belirlenen faktörlerin toplam açıklama yüzdesi %55,577 olarak elde edilmiştir. Seçilen faktörler toplam varyansın %55,577'sini açıklayan, 1,202'lik öz değere sahip olan dokuz boyutlu bir yapıda olduğu ifade edilmiştir.

Sonuçlar ve Öneriler

Mesleki stres insanın ruhsal ve fiziksel sağlığını etkileyen önemli bir faktördür. Getirdiği olumsuz etkiler çalıştıkları firma başta olmak üzere ülke ekonomisine önemli maliyetler yüklemektedir. Getirdiği olumsuz etkiler kişileri direk olarak etkilemekte, davranış bozukluklarına sebep olmakta, fiziksel sağlıklarını yitirmekte ve ruhsal olarak tükenmişliğe kadar götürmektedir. Bunun sonucu sağlığı bozulan insanlar zaman ilerledikçe daha çok doktora gitme ihtiyacı hissetmektedirler, bunun sonucunda ise işletmelerde işgücü kaybı olmaktadır. Ruhsal sağlığı bozulanlarda ise etraflarını rahatsız edebilmekte veya uyumsuzluk gösterebilmektedir. Tüm bunlar işletme bazında ve sonra devlet bazında önemli ekonomik kayıplara sebebiyet vermektedir. Bu kayıplar özellikle gelişmiş ülkelere çok önemli ekonomik yükler getirmektedir.

Yapılan çalışmada mesleki alanda yaşanan stresin kaynakları araştırılmakta ve bunun sonucu meydana gelen olumsuzluklar incelemektedir. Çalışmada öncelikle bir literatür taraması yapıp stres kaynakları, sebepleri, sonuçları tespit edilmiştir. Yapılan bu araştırmaların sonucu anket soruları oluşturulup spesifik olarak İstanbul ilinde bir

araştırma yapılmıştır. Stres kaynakları üç ana başlıkta incelenmiştir; Çevresel stres kaynakları, Bireysel Stres Kaynakları, Mesleki Stres kaynakları. Bu çalışmada daha çok mesleki gerilim ve stres üzerinde durulmuştur.

Çalışmanın önemli bulgularını şu şekilde özetleyebiliriz; Anket sonuçları yaş, medeni durum, çalışma süresi gibi faktörlerin stres üzerinde bir etkisi olmadığı görülmüştür. Kadın çalışanları kişisel psikolojik stres tepkileri erkek çalışanlara göre daha yüksektir. Bu kadınların örgütsel stresi daha fazla yaşadıklarının önemli bir göstergesidir. Bunu kadınların daha hassa bir yapıda olmalarına bağlayabiliriz. İlkokul mezunu çalışanların bireysel stres tepkileri, eğitim durumu daha fazla olanlara göre daha düşüktür. Bu sonuç eğitim durumunun daha yüksek olması durumunda sosyal ve ekonomik beklentilerin artmasına bağlayabiliriz. Çalışma ortamında yönetici pozisyonundaki insanların mavi yakahlara göre daha fazla strese maruz kaldıkları saptanmıştır. Bu hem kritik kararların alınmasında sorumluluk sahibi olmalarından hem de altında çalışan personelin getirdiği stresi de yaşamalarından kaynaklanmaktadır. Kadın çalışanların organizasyon içinde oynadığı rolden kaynaklı stresi erkeklere göre daha fazla olduğu, kadınların sıklıkla yaşadığı, evde ve işyerindeki rol çatışması durumunun da ek bir stres kaynağı olduğu saptanmıştır. Ayrıca kadınların organizasyon yapısı ve ikliminden daha fazla etkilendiği gözlenmiştir. Kadın çalışanların gelecek endişesinin erkeklere göre daha olduğu saptanmıştır.

Yönetici konumundakilerin bireysel stres belirtileri, diğer çalışanların psikolojik stres belirtilerinden daha fazladır. Yöneticiler hem sorumluluklarından kaynaklı bir stres yaşamakta, hem de diğer personelin stresini yaşamaktadır. Ayrıca kritik kararlar alma aşamasında organizasyonel stresi daha fazla yaşamaktadırlar. Gelecek endişesinden kaynaklı faktörleri ile stres belirtileri arasında istatistiksel anlamda pozitif yönelimli bir bağlantı saptanmıştır. İşle bağlantılı stres faktörleri ile stres belirtileri arasında istatistiksel anlamda pozitif yönlü bir bağlantı bulunmuştur.

Günümüzde insanları çoğu zamanlarının büyük çoğunu çalıştıkları işyerlerinde harcamaktadırlar. Bu sebeple mesleki stres toplam genel stresi çok önemli bir kısmını oluşturmaktadır. İnsanlar kişisel bazlı stres de yaşayabilmektedir. Mesleki stresi hepsinden daha fazla kişiler üzerinde fiziksel ve ruhsal etkiler oluşturabilmektedir. Psikolojik bozukluklara sebep olmakta, bununla beraber daha çok diyabete sebep olmakta, diyabet ise koroner kalp hastalıklarına sebep olmaktadır. Bunun içi stres kaynaklarını belirlemek ve önlem almak gerekmektedir. Alınabilecek önlemlerden ilki çalışma iklimini düzeltmek ve çalışanlara stres yönetimi eğitimi vermektir.

KAYNAKÇA

- ANNAMALAI, S., & NANDAGOPAL, R. (2014). Occupational stress. New Delhi: Allied Publishers Pvt. Ltd.
- AKTAN, C., (2000). Maslow'un Motivasyon Teorisi, Ankara
- AYDIN, Ş. (2004). Örgütsel stres yönetimi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(3), 49-74.
- ARICAN, K., (2011). Örgütsel Stres Kaynakları: Kavramsal Bir Çözümleme. Eğitim ve İnsani Bilimler Dergisi: Teori ve Uygulama, Vol 2, No 4, ss. 55-76.
- BALTAŞ A., BALTAŞ Z. (1991). Stres ve Başa Çıkma Yolları, Remzi Kitabevi, 9.Basım, İstanbul.
- BIDZINKA JE. (1984). Stres Factors in Deffective Diseases, Brit.J. Psychist.,144; 161-166

CRAWFORD, J. O., & BOLAS, S. M. (1996). Sick building syndrome, work factors and occupational stress. *Scandinavian Journal of Work, Environment & Health*, 22 (4), 243-250.

ÇAKAR, T. ve SERDAR M. (2002), Kalite Yönetim Sistemleri, Sakarya Üniversitesi Dergisi, 6(2), 87-91.

ÇAKAR, T. (2016). Türk İmalat Sanayiinde Örgütsel Stres Faktörlerinin Ölçülmesi, Fırat Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi, 28(2), 109-118.

DEMİREL, E. T. (2013). Mesleki stresin iş tatminine etkisi: Örgütsel desteğin aracılık rolü. Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, 6(1), 220-241

ELENİ M., THEODOROS C CONSTANTİNİDİS. (2010). Sources and effects of Work-related stress in nursing, *Health Science Journal*, Vol 4, No 4, pp. 210-221.

EYIMAYA AO. and TEZEL A. (2021), Evaluating Occupational Stress Levels of the Railway Workers, *Florance Nightingale Journale of Nursing*, 29(1), 40-55.

GANSTER, D. C., (2008). Measurement challenges for studying work-related stressors and strains, *Human Resource Management Review*, 18 (2008), 259-270.

GÜMÜŞTEKİN, G.E., & GÜLTEKİN, F. (2010). Stres kaynakları ile kariyer yönetimi etkileşimi: Borsa aracı kurum çalışanları üzerinde bir uygulama. *Akademik Bakış Dergisi*, 1-21.

HABLEMİTOĞLU Ş., ÖZMETE (2012). Şefkat Yorgunluğu, Tükenmişlik, Stres Kaynakları, İş Tatmini ve Kariyer Olanakları', *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1, 2012, 171-204

GÖDELEK, E., (1988). 'Üç Farklı İş Kolunun (Tekstil-Boya-Çimento) Psiko-Sosyal Stres Faktörleri Yönünden Karşılaştırılması', (Basılmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi,

IVANCEVICH, J. M., MICHAEL, T. M., & PRESTON, C. (1982). Occupational stress, type a behavior, and physical well being. *The Academy of Management Journal*, 25(2), 373-391.

LEE, M., COUTTS, R, FIELDEN, J, HUTCHINSON, M, LAKEMAN, R, MATHISEN, B., NASRAWI, D., PHILLIPS, N, (2022), Occupational stress in University academics in Australia and New Zealand, *Journal of Higher Education Policy and Management*, 44(1), 57-71.

LIM, H., & JEONG, L.K. (2016). Organizational stressors associated with six aspects of police officer stress in south korea. *Health Science Journal*, 10 (1:16), 1-11.

LUTHANS, F. (1989). *Organizational Behavior*, (New York: Mc Graw Hill).

MANABETE (2016), Job Stress Among School Administrators and Teachers in Nigerian Secondary Schools and Technical Colleges, *International Journal of Education, Learning and Development*, Vol 4, No 2, 2016, pp. 1-9.

MOORHEAD, G., GRIFFIN, W. R., (2009). *Organizational Behavior*, South Western Cengage Learning (9th Edition). s:463, 2009.

NISAR, SK., RASHEED, MI. (2020) Stress and performance: Investigating relationship between occupational stress, career satisfaction, and job performance of police employees, *Journal of Public Affairs*, Vol 20(1),

OKUTAN, M.-TENĞİLİMOĞLU, D., (2002). "İş Ortamında Stres ve Stresle Başa Çıkma Yöntemleri: Bir Alan Uygulaması", *GÜ İİBF Dergisi*, S.3, Ankara.

OZER, O., OZKAN, O., OZMEN, S., CIRAKLI, U. (2022), Investigation of the Perception of Occupational Safety, Work Stress and Happiness in Healthcare Workers, *Journal of Healt Management*, 10.1177/09720634221078413.

PEHLİVAN, İ., (1995). *Yönetimde Stres Kaynakları*, Ankara.

PIAO, XD. MANAGI, S. (2022), Evaluation of employee occupational stress by estimating the loss of human capital in Japan, *BMC Public Health*, doi: 10.1186/s12889-022-12751-7.

RAMAKRISHNAN, S, WONG, MS, CHIT MM, MUTUM DS (2022), A conceptual model of the relationship between organisational intelligence traits and digital government service quality: the role of occupational stress, *International Journal of Quality & Reliability Management*, doi: 10.1108/IJQRM-10-2021-0371.

SABUNCUOĞLU, Z. ve TÜZ, M., (1996). *Örgütsel Psikoloji* (Bursa: Ezgi Kitabevi).

SATIJA, S., & KHAN, W. (2013). Emotional intelligence as predictor of occupational stress among working professionals. *A Peer Reviewed Research Journal 79 aweshkar Vol. XV Issue, WeSchool*

SCHAFER, WALTER E. (1987). *Stress Management for Wellness*, (New York: Mc Graw Hill, s.316.

SERDAR, M., (2010), *Türk İmalat Sanayinin Örgütsel Stres Faktörlerinin Ölçülmesi*, Sakarya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Endüstri Anabilim Dal, Doktora tezi.

TÜZEL, Y., (2002). *Örgütsel Stres Kaynaklarının İş Tatminine Etkisi Bankalarda Yapılan Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s:34, İstanbul, 2002.

ÜLKÜ, E., (2017), *Stres ve Stres Yönetimi (Stresle Başa Çıkma)*; Sağlık Sektöründe Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

WONG T.W, CHEN W., YU, I. (2002). Perceived sources of occupational stress among chinese off-shore oil installation workers. *Stress and Health*, 18, 217-226, DOI: 10.1002/smi.948.

Summary

This article examined the sources of stress at the workplace and its adverse effects. Today, people spend most of their time in their workplaces. For this reason, occupational stress constitutes an essential part of total general stress. People can also experience personal-based stress. Occupational stress can create physical and mental effects on people more than any other. It causes psychological disorders; however, it causes more diabetes, and diabetes causes coronary heart diseases. For this, it is necessary to identify the sources of stress and take precautions.

The literature review determined sources of stress, its causes, and results. In line with these data, survey questions were created, and a research study was conducted in different workplaces in Istanbul. The sources of stress were examined under three headings: Stress sources, Individual Stress Sources, Occupational Stress sources. In this study, more emphasis was placed on occupational tension and stress.

When the survey results were examined, it was seen that factors such as age, marital status, working time did not affect stress. It has been determined that female employees have higher personal psychological stress reactions than male employees. This is an important indicator that women experience more organizational stress than their male counterparts. We can attribute this to the fact that women are more sensitive. Individual stress reactions of primary school graduates are lower than those with more education. This result can be attributed to the increase in social and economic expectations in the case of higher education levels. It has been determined that people in managerial positions in the working environment are exposed to more stress than blue-collar employees. This is due to their responsibility in making critical decisions and the stress of the personnel working under them. It has been determined that the stress of female employees due to the role they play in the organization is higher than that of men, women experience it frequently, and role conflict at home and work is an additional source of stress. In addition, it has been observed that

women are more affected by the organizational structure and climate. It has been determined that female employees are more worried about the future than men.

Stress in the workplace can be reduced by improving the working climate and providing stress management training to employees. For this reason, businesses can keep stress-based problems at a minimum by creating the necessary training plans after identifying the sources of stress and rearranging the workplace conditions simultaneously.

Bir Altpolitika Aracı Olarak "Dedikodu" Üzerine Bir Değerlendirme

*"Tarih, dedikodudan ibarettir."
Oscar Wilde*

Mehmet Emin SATIR*

Öz

Toplumsal yapı açısından oldukça önemli bir mesele olan iktidar ilişkilerinin temelde tahakküm ve direniş pratikleri üzerinden geliştiği ifade edilebilir. Dolayısıyla iktidar olgusunun tam olarak anlamlandırılabilmesi için tahakküm ve direniş pratiklerin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Ancak bu direniş her zaman sistemli bir biçimde gerçekleşmemektedir. İktidara karşı bir direniş sistemi olarak altpolitika, bu noktada dikkat çekmektedir. İktidarın tahakküm pratiklerine karşıt bir direniş olarak altpolitika, tahakküm altında bulunan bireylerin bir stratejisi olarak değerlendirilebilir. Örgütlü olmayan bu direniş stratejilerinin farklı araçları bulunmaktadır. Dedikodu, bu çerçevede altpolitikanın bir unsuru olarak değerlendirilmektedir. İktidarlarının söylemlerine karşıt bir söylemin geliştirilebilmesi ve mevcut iktidar ilişkilerinin sorunsallaştırılması noktasında dedikodu, önemli bir araçtır. Bu noktadan hareketle çalışmanın temel amacı, dedikodu olgusunu bir altpolitika unsuru olarak iktidar ilişkileri ekseninde tartışmaktır. Ayrıca çalışmada literatür taraması yöntemi kullanılmış olup, literatürde yer alan kavramlar ve düşüncelerden hareket edilerek, dedikodu olgusunun iktidar ilişkilerindeki yeri belirginleştirilmeye çalışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Altpolitika, dedikodu, iktidar, tahakküm, direniş

An Assessment on "Gossip" as a Infrapolitics Tool

Abstract

Power relations, which are a very important issue in terms of social structure, develop mainly through the practices of domination and resistance. Therefore, in order to fully understand the phenomenon of power, domination and resistance practices should be considered. Infrapolitics as a system of resistance draws attention at this point. As a resistance against the domination practices of the power, infrapolitics can be evaluated as a strategy of the individuals who are under domination. These unorganized resistance strategies have different tools. In this context, gossip is considered as an element of infrapolitics. Gossip is an important tool at the point of developing a discourse against the discourses of their rulers and problematizing the existing power relations. From this point



Derleme Makale (Review Article)

Geliş/Received: 22.01.2022

Kabul/Accepted: 15.05.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbdt.1061547>

* Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Medya ve

İletişim Bölümü, İzmir, Türkiye. E-posta: mehteminsatir@gmail.com

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5353-8742>

of view, the main purpose of the study is to discuss the phenomenon of gossip as an infrapolitics element in the axis of power relations. In addition, the literature review method was used in the study, and the place of gossip phenomenon in power relations is tried to be clarified by using the concepts and thoughts in the literature.

Keywords: Infrapolitics, gossip, power, domination, resistance

Giriş

Toplumsal yapı, oldukça farklı dinamikler ekseninde şekillenmektedir. Bu dinamikler bireylerarası ilişkiler eksenli olabildiği gibi birey-toplum arasındaki ilişkiler ekseninde de oluşabilmektedir. Bu çerçevede iktidar ilişkilerinin toplumsal yapılar açısından oldukça önemli olduğunun altının çizilmesi gerekmektedir. Her toplumsal yapı kendine has iktidar ilişkilerini bünyesinde barındırmaktadır. Dolayısıyla iktidar ilişkilerinin görülmediği bir toplumsal yapıdan söz etmek mümkün değildir. Bu denli temel ve hayati bir mesele olarak iktidar ilişkileri, toplumsal yaşayış biçimlerini anlamak ve anlamlandırmak açısından önem arz etmektedir. İktidar ilişkilerinin anlaşılması bir toplumsal yapıda, diğer yapıların anlamlandırılması oldukça güçtür. Dolayısıyla iktidar ilişkileri, toplumsal yapılar için önemli bir turnusol işlevi görmektedir. Bilindiği üzere iktidar ilişkileri temelde tahakküm ve direniş olmak üzere iki katmanda şekillenmektedir. İktidarın olduğu her yerde tahakküm, tahakkümün olduğu her yerde de bir direniş bulunmaktadır. Bu noktadan hareketle, iktidar ilişkilerinin tahakküm ve direniş ekseninde değerlendirilmesi gerekmektedir.

İktidar, tahakküm kurmak ister. Bu tahakküme de her daim bir direniş gerçekleşir. Bu bağlamda iktidarın olduğu her yerde bir direnişin olduğu önermesi dikkat çekicidir (Foucault, 2003, s. 72). İktidara karşı direnişin ise oldukça farklı biçimleri olduğunu belirtmek gerekmektedir. Nasıl ki tek bir tahakküm biçimi yoksa, tek bir direniş biçiminden söz etmek de mümkün değildir. Bu çerçevede bir direniş pratiği olarak altpolitikadan bahsetmek gerekmektedir. Siyaset bilimci James C. Scott, tarafından kavramsallaştırılmış bir kavram olarak altpolitika, temelde tahakküm altındaki bireylerin örgütsüz bir şekilde gerçekleştirmiş oldukları direniş pratiklerini nitelendirmektedir (Scott, 2018). Alaya alma, lakap takma, iş yavaşlatma, dedikodu gibi oldukça çeşitli veçheleri bulunan altpolitikalar, temelde tahakküm edilenin tahakküm edene karşı bir direniş biçimi olarak değerlendirilebilir.

Dedikodu olgusu da bahsi geçen altpolitika unsurları kapsamında değerlendirilmektedir. Scott'un sıklıkla dedikodu üzerine yapmış olduğu vurgular, bu çerçevede iktidar ilişkilerinin anlamlandırılması noktasında önem arz etmektedir. Toplumsal bir olgu olarak dedikodu, her ne kadar anlamsal olarak kötü çağrışımlar yapsa da toplumsal yapılarıdaki iktidar ilişkilerinin çözülmesi noktasında dedikodu olgusu, önemli ip uçları sunmaktadır. Bu noktadan hareketle yapılmış olan bu çalışmada, dedikodu olgusu bir altpolitika aracı değerlendirilmiş ve tahakküm ve direniş pratikleri ekseninde anlamlandırılmaya çalışılmıştır. Literatür taraması yönteminin kullanıldığı çalışmada ilk olarak iktidar olgusunun ne olduğu tartışılmıştır. Ancak bu noktada iktidara yönelik yapılan esas vurgunun siyasi iktidar olduğunun da unutulmaması gerekmektedir. Sonrasında bir kavram olarak altpolitikanın ne olduğu, sınırları ve işlerliği üzerinde durulmuş olup son kertede bir altpolitika aracı olarak dedikodu olgusu, iktidar ilişkileri ekseninde anlamlandırılmaya çalışılmıştır.

Tahakküm ve Direniş Ekseninde İktidar Olgusu

İktidar mefhumu, sosyal bilimlerin kadim tartışma konularından birisidir. İktidarın ne olduğunun belirlenmesi, sınırlarının çizilmesi ve toplumsal ilişkiler çerçevesindeki rolünün analiz edilmesi noktasında çeşitli disiplinler çalışma yürütmektedirler. İktidarın kapsamlı ve tanımlaması oldukça güç bir kavram olduğunun ayrıca ifade edilmesi gerekmektedir. Bertrand Russell, iktidarın sosyal bilimlerden açısında temel bir kavram olduğu belirtir ve iktidarı, fizik bilimlerindeki enerji kavramının yapıyla açıklar. Russell'a göre iktidar da enerji gibi kendisini yenilemekte, form değiştirmekte ve dönüşüm geçirmektedir (Russell, 1990, s. 12-13). Russell'in iktidara yönelik yaklaşımı, iktidarın yapısını anlamak açısından önemlidir ancak özünü anlamak açısından Michel Foucault'un yaklaşımına yakından bakmak gerekmektedir. Michel Foucault iktidarı en temelde bireylerin eylemleri üzerinde eylemde bulunabilme kudreti olarak tanımlamaktadır (Foucault, 2014, s. 74). Görüldüğü üzere iktidar olgusu kendine haiz birtakım özelliklere sahiptir. Foucault'un yaklaşımından hareketle eylemde bulunabilme kudreti, esasen iktidar olgusunun güç ile olan ilişkisini ifade etmektedir.

İktidamlar ve güç mefhumu arasında karmaşık bir ilişki vardır. Maurice Duverger, iktidarı güç ilişkileri ekseninde açıklamaya çalışmaktadır. Duverger'e göre güç, iktidarın önemli bir bileşenedir ancak iktidar, güçten ibaret değildir (Duverger, 2014, s. 132). İktidar, gücü kullanır ancak güce indirgenemez. Bu çerçevede iktidar ve güç arasında önemli bir ilişkinin bulunduğu ifade edilebilir. İktidar, güç aracılığıyla diğer bireylerin eylemleri üzerinde eylemde bulunur. Ancak bu güç, iktidarın tek dayanağı değildir. İktidamlar aynı zamanda toplumsal rızayı da üretmek durumundadırlar aksi halde iktidar meşruyetini yitirir. Bu eksende iktidar ve güç arasındaki ilişkinin karmaşıklığı ortaya çıkmaktadır. İktidar ve güç arasındaki ilişkinin belirginleştirilmesi noktasında ise Elias Canetti'nin düşünceleri önem arz etmektedir. Canetti'ye göre iktidar, daha genel bir kavram olup güçten daha geniş bir uzamda işlemektedir. Dolayısıyla iktidar, güce sahiptir ancak iktidar salt güç odaklı bir açıklama ile kavranamaz. Bu noktada Canetti kedi ve fare örneğinden hareket eder ve iktidar ile güç ilişkisini bu örnek üzerinden açıklar. Canetti'ye göre kedi, fareyi yakalayabilir, onu hapsedebilir yahut da öldürebilir. Kedinin sahip olduğu bu yetke güçtür, ancak iktidar bu güçten daha fazlasıdır. Kedi, farenin aynı zamanda gitmesine izin verir, belirli sınırlar içerisinde serbest kalmasına müsaade eder. Dolayısıyla kedi, egemen olduğu uzam içerisinde fare üzerinde bir tahakküm kurar (Canetti, 2012, s. 283-284). Tüm bunlardan hareketle iktidarın etkileşimsel bir yapıya sahip olduğu ifade edilebilir. Canetti'nin de altını çizmiş olduğu üzere iktidarın varlığı ötekinin belirli ölçüde mevcudiyetini sürdürebilmesini gerektirmektedir. Bu hususta Steven Lukes de benzer bir anlayışa sahiptir. Lukes'e göre iktidar, A'nin B'yi; B'nin çıkarlarına aykırı bir biçimde etkilemesidir (Lukes, 2016, s. 59). Lukes'in de tanımlamasında görüldüğü üzere, iktidar güçten daha fazlasıdır.

İktidar ve güç arasındaki ayrımı anlamlandırmak noktasında bir diğer referans noktası toplumsal iktidar türlerine bakmaktır. En temelde cebir yoluyla toplumsal aktörlerin eylemlerinin regüle edilmesi olarak kabul edilebilecek olan güç, toplumsal iktidamlar türlerinin önemli bir aracıdır ancak güç, iktidamların tek aracı değildir. Bu noktada Gianfranco Poggi'nin altını çizdiği üzere iktidarın toplumsal alanda üç biçiminin olduğunu belirtmek gerekir: Ekonomik iktidar, siyasi iktidar ve ideolojik iktidar (Poggi, 2014, s. 4-5). Toplumsal iktidarın bu üç farklı biçimi, iktidar ilişkilerinin anlamlandırılması açısından da önem arz etmektedir. Toplumsal iktidarın işleyişi farklı uzamlarda gerçekleşir ve her alan kendine has özelliklere sahiptir. İdeolojik iktidarın işleyişi güçten ziyade düşüncelerdir; ekonomik iktidarın güç algılayışı da siyasi iktidarından farklıdır. Dolayısıyla iktidar ve güç arasında tek boyutlu bir ilişkinin bulunmadığının altının çizilmesi gerekmektedir. Bu noktadan hareketle iktidar daimî bir

sürecin, döngünün ürünü olarak değerlendirilebilir. Tam da bu çerçevede iktidar ilişkilerinde tahakküm ve direniş pratiklerinin de önemi ortaya çıkmaktadır.

Tüm toplumsal yapılarda ve bireylerarası ilişkilerde belirli ölçüde iktidar ilişkisi bulunmaktadır. Foucault'a göre iktidar her yerdedir ve iktidarın bulunmadığı hiçbir toplumsal yapı bulunmamaktadır (Foucault, 1993, s. 99). Ancak Foucault'un bu anlayışının iktidara ilişkin olarak modern bir yaklaşım olduğunun hatırlanması gerekmektedir. Bu noktada Foucault, aile, okul, askeriye, hastaneler vb. toplumsal kurumların iktidar odağı olduğunu belirterek, iktidarı toplumsal uzamın her alanına yaymaktadır. Bu noktadan hareketle iktidarsız bir toplumsal yapıyı tahayyül etmek oldukça güçtür. Dolayısıyla iktidar ilişkilerine her yerde rastlanılmaktadır. Bu ilişkiler ise temelde "tahakküm ve direniş" ekseninde gerçekleşmektedir. Nitekim Foucault, iktidarın olduğu her yerde bir direnişin de olduğunun altını çizmektedir (Foucault, 2003, s. 72). İktidar, özü gereği tahakküm kurmak ve buyurmak ister; iktidarın karşısında yer alan yapılar ise bu tahakküme karşı bir direniş sergilerler. İktidar ilişkileri bu denklem üzerinden varlığını sürdürmektedir. Foucault'un bu çerçevedeki denklemi dikkat çekmektedir. Nitekim direnişin olmadığı bir iktidar ilişkisi, Foucault'a göre yok hükmündedir. Bu çerçevede iktidarın mevcudiyeti her ne kadar karşıt kutupta yer alsın da direnişe bağlıdır. Foucault'un efendi-köle ilişkisi ekseninde ele aldığı bu durum, iktidar formülasyonunun özünü belirginleştirmektedir.

Bu eksenle iktidar kavramının klasik anlayıştan ziyade post-yapısalcı bir biçimde ele alınmasının tahakküm ve direniş pratiklerini anlamak noktasında önem arz ettiğini belirtmek gerekmektedir. Post-yapısalcı iktidar anlayışı, iktidarı geniş kapsamlı bir zemine irdelerken; aynı zamanda iktidarın toplumsal uzamdaki edimlerini de mikro düzeylerde ele alması açısından önem arz etmektedir. Özellikle Foucault'un görüşleri bu çerçevede dikkat çekmektedir. Foucault, modern iktidarın yapılanmasında bilginin son derece önemli olduğunu ifade etmektedir. İktidar ve bilgi arasındaki ilişkinin son derece hayati olduğunu ifade eden Foucault, bilgi alanı oluşturmadan bir iktidar ilişkisinden söz edilemeyeceğini belirtmektedir (Foucault, 1992, s. 65). Bu eksenle ise Foucault, bilgi ve iktidar özelinde söylem meselesi üzerinde durur. Bilgi ve iktidar ilişkisinin zorunlu bir sonucu olarak söylem, iktidarın dilsel alandaki varlığına işaret etmektedir (Foucault, 2011). Modern iktidarın kompleks yapısına dair tartışma yürüten Foucault, iktidara yönelik bir diğer tanımlamasını ise Biyoiktidar kavramı üzerinden yapmaktadır. Biyoiktidar, iktidarın modern bir biçimi olup en temelde iktidar tartışmalarında bir kırılmaya işaret etmektedir (Özmkas, 2018, s. 30). Bu kırılma, iktidarın modern bir görünümü olan biyopolitikanın varlığını anlamak ve anlamlandırmak noktasında önem arz etmektedir. Foucault'a göre egemen iktidarın öldüren yahut da yaşamaya izin veren yönü gerilerken; biyoiktidar yaşamı teşvik ederek, ölümün engellenmesi noktasında hareket ederek, toplumsal alanı şekillendirmektedir (Foucault, 2013). Bu eksenle biyoiktidarın insanı kavrayışının tümünden değiştiğinin ifade edilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla post-yapısalcı bir yaklaşım olarak Foucault'un iktidar anlayışı modern dönemin tahakküm ve direniş edimlerini anlamak açısından önem arz etmektedir.

Biyoiktidar kavramını tartıştığı *Cinselliğin Tarihi* isimli eserinde Foucault, iktidarın disipline edici yönüne önemli bir vurgu yapar (Foucault, 2015). Bu noktada disipline etme ve toplumsal yaşamı şekillendirme noktasında iktidarın yegâne ihtiyacının bilgi olduğunun unutulmaması gerekmektedir. Biyoiktidar, toplumsal yaşama dair rasyonel ve somut bilgilerden hareketle toplumsal uzamda varlığını gösterir ve toplumsal yaşamı kurgular (Lemke, 2014). Bu noktadan hareketle iktidarın düşünsel olarak geçirmiş olduğu evrimsel süreçte dikkat çekmek gerekmektedir. İktidar kavramı, salt güç ile işleyen bir pratik olmanın ötesine geçerek daha simgesel ve örgütlü bir yapıya bürünmüştür. Dolayısıyla iktidar ile toplumsal alanda girişilen mücadelenin ve direnişin de yapısı değişmiştir. Bu noktada iktidar ve direniş odaklarının post-yapısalcı bir zeminde

tartışılması, iktidara ve özne arasındaki temel ilişkilerin anlamlandırılması açısından son derece önemlidir.

İktidar ilişkileri bağlamında direniş, iktidar karşıtı taraflar/gruplar tarafından gerçekleştirilmektedir. Her iktidar ilişkisinde bu direniş farklılaşabilir ancak özel olarak benzerliğini sürdürür. Köleliğin olduğu toplumlardaki direnişle günümüz modern toplumlarındaki direniş, biçimsel olarak farklıdır ancak özel olarak benzerlik göstermektedir. Bu noktada temel olan husus, iktidarın tahakkümüne karşı gerçekleştirilen direniştir. Direnişin iktidarın olduğu her yapıda farklı biçimlerde tezahür edebileceğini de belirtmek gerekmektedir. İktidara karşı direniş, kaçınılmaz olmakla beraber farklı kılıklar altında gerçekleştirilmektedir. Özellikle direnişin gündelik yaşamın her anına sızdığı, örgütsüz ve sistematik olmayan direniş pratikleri, iktidar ilişkilerini anlamak/anlamlandırmak açısından önem arz etmektedir (McGowen, 1998, s. 99). Bu çerçevede antropolog James Scott'un iktidar ilişkileri ekseninde çözümlediği tahakküm ve direniş pratiklerine yakından bakmak gerekmektedir.

Direnişin Bir Biçimi Olarak Altpolitika

James Scott, *Tahakküm ve Direniş Sanatları: Gizli Senaryolar* isimli çalışmasında tahakküm ve direniş pratikleri ekseninde iktidar ilişkilerine yönelik derinlikli çözümlenelerde bulunmaktadır. Malayalılar arasındaki iktidar ilişkilerini çözümlleyen Scott, iktidara karşı direnişin her zaman görünür ve aleni bir şekilde olmadığını ve bu direnişlerin çoğu zaman gizli senaryolar etrafında şekillendiğini vurgulamaktadır (Scott, 2018). Scott'a göre bu durum, iktidar ilişkilerini anlamak açısından oldukça önemlidir. Malayalılar özelinde çözümlenelerde bulunan Scott, iktidara karşı güçsüzlerin yalan söylemelerinin şaşkırtıcı bir durum olmadığını altını çizmektedir (Scott, 2018, s. 26). Güç ilişkilerinin asimetrik olduğu geleneksel toplumlarda yönetilen alt tabaka mensubu bireyler, iktidara karşı direnişi aleni yapmak yerine birtakım gizli senaryolar aracılığıyla gerçekleştirmektedirler. Tahakküm ve direniş pratikleri ekseninde Scott'un bu bakış açısı oldukça anlaşılır ve kabul edilebilirdir. Nitekim iktidar ilişkilerinde aleniyet, çoğu zaman gücü elinde bulundurana aittir. Bu gücün altında kalan bireylerin davranışları ise daha gizlidir. Scott'a göre bu durum jestlerde, mimiklerde ve giyim kuşamda belirginlik kazanmaktadır. Scott'un, güçsüz olanın gücünün karşısındaki stratejik tavrı (Scott, 2018, s. 21) olarak betimlediği bu direnişler temelde bir "altpolitika" alanı oluşturmaktadır.

Altpolitika en temelde tahakküme karşı verilen gizli mücadeleleri betimlemek amacıyla kullanılmaktadır. Farklı bir kılığa bürünmüş, iktidarın dikkatini çekmeyen ve alenileşmemiş direniş pratikleri Scott'a göre altpolitika alanını oluşturmaktadır (Scott, 2018). Malayalılar özelinde altpolitika pratikleri köleler arasında meydana gelmekteyken; günümüz toplumlarında bu pratikler, farklı biçimlere bürünebilmektedir. Scott'ın, işçilerin iş yavaşlatma, ayak diretme, mal kaçırma, hırsızlık ve dedikodular şeklinde sıraladığı altpolitikalar (Scott, 2018); modern toplumlarda farklılaşmaktadır. Grafitiler, yer altı sinemaları, direniş edebiyatı gibi politikalar da modern toplumlarda yaşayan bireylerin altpolitikaları arasında yer almaktadırlar (Marche, 2012, s. 5-6). Direnişin gündelik biçimi olarak da değerlendirilebilecek olan altpolitikalara, gündelik hayatın her anında rastlanılmaktadır. Vergi politikalarından memnun olmayan bir bireyin vergi borçlarını ödememesi ya da geç ödemesi, dersten sıkılan bir öğrencinin dinliyor gibi görünüp öğretmene yakalanmadan müzik dinlemesi gibi pratikler bu çerçevede altpolitika olarak değerlendirilir.

Altpolitikaların temel özelliklerinden birisi bilindiği üzere "örgütsüz" olmalarıdır. Örgütlü bir direnişten ziyade mikro düzeyde direniş pratiklerinin ifade edildiği altpolitika terimi temelde madun grupların direniş politikalarıyla özdeşleştirilmektedir. Ancak altpolitikalar belirli bir grubun ya da toplumun değil tüm toplumsal oluşumlardaki direniş

politikalarını anlamlandırmak açısından önemlidir. Her toplumsal yapının kendi altpolitik dinamiklerine sahip olduğunun altını çizmek gerekmektedir. Toplumsal yapılarda tahakküm ve direniş pratikleri ekseninde var olan altpolitikalar, bulunduğu toplumun iktidar ilişkilerinin bir sonucudur. Scott'un çözümlemesinden hareketle iktidarın mutlak olduğu yapılarda gizli senaryolar ağırlık kazanmakta ve altpolitikalar çeşitlenmektedir (Scott, 2018). İktidarın daha yumuşak ve esnek olduğu yapılarda ise gizli senaryolar da şeffaflaşmaktadır. Ancak bu noktada önemli olan unsur, hangi toplumsal yapı içerisinde olursa olsun altpolitikaların mutlak surette var olduğudur.

Altpolitikalar, toplumsal yapıdan bağımsız değildirler. Her toplumsal yapı, bir ölçüde kendi altpolitikasını da şekillendirmektedir. Altpolitikaların, toplumlara ve zamana göre de değişiklik gösterdiğini ifade etmek gerekir. Ancak diğer yandan bazı altpolitika unsurlarının geçerliliğini her zaman ve her yerde gösterdiği de bilinmektedir. Özellikle dedikodu olgusu, bu hususta önem arz etmektedir. Resmi söyleme aleni bir karşı çıkış yerine gizli anlatım biçimleriyle eleştiri getiren dedikodu olgusu, tıpkı Scott'un altını çizdiği üzere bir altpolitika ürünüdür. Bu çerçevede dedikodunun bir altpolitika unsuru olma kapasitesine yakından bakmak, dedikodu ve altpolitika arasındaki ilişkiyi anlamlandırmak açısından önem arz etmektedir.

Dedikodu Olgusu

Tarihsel süreçte toplumsal yapıların neredeyse tümünde var olduğu bilinen bir olgu olarak dedikodu, gündelik yaşamın önemli bir parçası olarak değerlendirilebilir. Gündelik yaşamın içerisinde bireyler, yakın arkadaşları ya da akrabalarıyla bir araya geldiklerinde birtakım dedikodu faaliyetlerinde bulunabilmektedirler. Bu çerçevede dedikoduyu gündelik yaşamın bir formu olarak nitelendirmek mümkündür. Ancak dedikodu her ne kadar gündelik yaşamın bir parçası olsa da bu parça olma durumu istenmeyen bir durumdur çünkü dedikodu, olumsuz bir davranış olarak değerlendirilmektedir. Türk Dil Kurumu, dedikoduyu "başkalarını çekiştirmek ve kınamak üzere yapılan konuşma, kov, gıybet, kılükal olarak tanımlamaktadır (TDK, 2020). Esasen dedikodunun birisinin ya da birilerinin arkasından konuşma durumu olduğu bilinmektedir. Ancak tarihsel olarak bakıldığında *gossip* yani dedikodu kelimesinin anlamının olumsuz olmadığı görülmektedir. Orijinal tanımına bakıldığında "god-sibbe", "god-sibling" kelimelerinden türemiş olan *gossip* yani dedikodu, tanı-kardeş, ailenin arkadaşı anlamına gelmekle beraber, bir güven ve otorite konumuna işaret etmektedir. Ancak sonraki süreçte özellikle de 17. Yüzyılda dedikodu kelimesinin günümüzdeki kullanımına yakın bir biçimde boş veya önemsiz konuşma gibi olumsuz anlamlar yüklendiği görülmektedir (Adkins, 2017, s. 7).

Birisinin veya birilerinin arkasından konuşma durumu olarak dedikodu, birçok toplumda ve inanış biçiminde olumsuz bir durum olarak nitelendirilmektedir. Örneğin İslamiyet, dedikoduyu haram olarak nitelendirmektedir ve uzak durulması gerektiğini salık vermektedir (Heysemi, 2015, s. 171). Yerel inanışlarda da dedikodu hakkında olumsuz bir bakış açısı hakimdir. Örneği Batı Afrikalı Ashanti kabilesinde dedikodu yapanların dudakları kesilerek cezalandırıldığı bilinmektedir (Levin ve Arluke, 1987, s. 3). Bu çerçevede değerlendirildiğinde dedikodu olgusunun ahlâki olarak da sorunlu bir olgu olduğu düşünülebilir. Ancak tarihsel süreçte bakıldığında ahlâk felsefesi düşünürlerinin dedikoduya ilgi göstermediği de bilinmektedir. Bunun arka planında birkaç neden sıralamak mümkündür. Öncelikle dedikodunun felsefi ilgiyi hak edecek ciddi bir mesele olarak görülmemiş olması bu nedenlerden birisi olarak gösterilebilir. Ayrıca dedikodunun direkt olarak "hoşnutsuzluk" olarak kabul edilmesi ve beraberinde olumsuz anlamlar getiriyor olması, dedikodunun tarafsız olarak değerlendirilmesinin önünde ciddi bir engel olarak bulunmaktadır (Westacott, 2011, s. 54).

Toplumsal düzlem içerisinde kişilerarası iletişimin sözel bir biçimi olarak tezahür eden dedikodu, toplumsal ağlar veya gruplar içerisindeki insanlar arasında karşılıklı olarak gerçekleşmektedir (Stewart ve Strathern, 2004, s. 38). Dolayısıyla dedikodunun kolektif bir eylem olduğu ifade edilebilir ve bireyin bir başına dedikodu eyleminde bulunabilmesi mümkün değildir. Bu çerçevede Robin Dunbar'ın dil ve dedikodu arasındaki ilişkiye dair söyledikleri önem arz etmektedir. Dunbar, diğer canlılardan farklı olarak dil yetisine sahip olan insanların, dil aracılığıyla bilgi alışverişinde bulunmalarının yanı sıra, dil aracılığıyla dedikodu yapmaya uygun bir zihinsel tasarımlarının bulunduğunu belirtmektedir (Dunbar, 1997, s. 6-7). Nitekim Dunbar'ın düşüncesi büyük ölçüde geçerlidir çünkü dedikodu olgusuna tarihsel süreçte ve günümüzde sıklıkla rastlanılmaktadır. Ayrıca dedikodunun toplumsal ilişki ağları içerisinde varlık gösterdiğinin altını çizmek gerekmektedir. Toplumsal ilişki ağlarında değer kazanan ve varlık gösteren dedikoduyu, ahlâk dışı davranış olarak nitelendirip, göz ardı etmek dedikodu olgusunun toplumsal ilişkiler bağlamındaki rolünü anlamlandırmak noktasında sorunlu bir bakış açısıdır. Nitekim dedikodunun toplumsal birleşmenin sağlanmasında ve dayanışmanın oluşmasında dedikodunun kurucu rolde olduğuna dair antropolojik çalışmalar bulunmaktadır (Gluckman, 1963, s. 307-308).

Dedikodu olgusu ayrıca psikolojik çalışmalarda da detaylı olarak ele alınmaktadır. Dedikodunun bireysel ve toplumsal düzlemde birtakım faydalarının bulunduğu dair çalışmalar da yer almaktadır. Dedikodunun temelde bireysel bazda farklı fonksiyonları bulunmaktadır. Bunlar; bilgi alışverişi, etkileme ve eğlence olmak üzere üç kategori altında değerlendirilebilir. Dedikodu, kültürel biçimlerin aktarılması ve belirsiz davranışların aydınlatılması noktasında sosyal çevreyi haritalandırarak bir bilgi akışı sağlarken; aynı zamanda bireylerin düşünsel ve davranışsal motivasyonlarını da etkilemektedir. Eğlence noktasında ise dedikodu, gündelik rutin faaliyetlerin sıkıntısından bireyleri uzaklaştırarak, tatmin edici bir saptırma faaliyeti sergilemektedir (Fine ve Rosnow, 1978, s. 162-164).

Dedikodu, bireysel ya da toplumsal anlamda olumsuz bir davranış kalıbı olarak kabul edilse de toplumsal yaşamdaki iktidar ilişkilerinin anlamlandırılmasına yönelik önemli ip uçları sunmaktadır. Bu çerçevede Scott'un altpolitikaya yönelik yaklaşımını hatırlamak gerekmektedir. Scott'un bir altpolitika unsuru olarak gördüğü dedikodu, tahakküm ve direnç pratikleri çerçevesinde ortaya çıkabilmektedir (Scott, 2018). Tahakküm altında olan bireylerin, kendilerine yakın hissettiği kişilerle beraber iktidara ya da iktidar pratiklerine ilişkin yürüttükleri dedikodu faaliyetleri, bu çerçevede bir yansıma olarak değerlendirilebilir. İktidar ilişkilerinin bir yansıması olarak kabul edilebilecek olan dedikodunun bu çerçevede bağlamının değiştiği görülmektedir. Dolayısıyla dedikodunun tikel bir düzlemde ele alınmaması gerekmektedir. Karen Adkins'in de belirttiği üzere dedikodu, bakış açılarındaki kırılma yahut da çatışmaları ortaya çıkartmakla beraber toplumsal yapıda ortaya çıkan gerilim ve farklılıkların anlamlandırılması noktasında da önemli ip uçları sunmaktadır (Adkins, 2017, s. 107). Dedikodunun yerine göre politik bir söylem olarak nitelendirilebileceğinin de bilinmesi gerekmektedir. Özellikle iktidar ilişkileri ve siyaset bilimi çerçevesinde değerlendirildiğinde dedikodunun başkalarının otorite ve güvenilirliğini azaltıcı yönleri olduğu bilinmektedir (Adkins, 2017). Dolayısıyla iktidar ilişkileri çerçevesinde değerlendirildiğinde dedikodunun muhalif bir enstrüman olabileceği yorumunu yapmak mümkündür.

İktidar ilişkileri ekseninde önem arz eden dedikodunun, iktidar pratiklerini anlamak açısından işlevselliği oldukça dikkat çekicidir. Bu çerçevede dedikodunun resmi iktidar söylemine karşıt bir muhalif söylem olma potansiyeli taşıdığı somut bir gösterge olarak feminist bilincin ortaya çıkışı gösterilebilir. Kamusal yaşamdaki eril tahakkümle dilsel bir mücadelenin gerçekleştirilmesi ve kadın bilincinin ortaya

çıkmasında dedikoduya özel bir önem veren Ned Schantz, dedikodunun kadılara sağladığı duygusal destek ve kişisel gelişim imkanlarının da altını çizmektedir (Schantz, 2008, s. 10-11). Nitekim dedikodunun sağlamış olduğu duygusal destek, dedikodunun özünü yakalamak açısından önem arz etmektedir. Nitekim iktidar ilişkileri ekseninde değerlendirildiğinde, Scottvari bir gizli senaryo olarak değerlendirilebilecek olan dedikodu, iktidardan hoşnutsuz olan bireylerin bir altpolitikası olarak tezahür edilebilmektedir. Dolayısıyla da bireylere belirli bir rahatlama, duygusal destek sunmaktadır. Bu noktadan hareketle, dedikodunun bir altpolitika olarak işlerliğine bakmak, dedikodu olgusunun bir direniş pratiği olarak anlamlandırılması noktasında önem arz etmektedir.

Bir Altpolitika Unsuru Olarak "Dedikodu"

Dedikodunun politika bilimindeki yerinin önemli olduğunu belirtmek gerekmektedir. Toplumsal bir fenomen olarak dedikodu, iktidar ilişkileri açısından önemli bir kavram olarak kabul edilmektedir. Bu hususa ilişkin olarak Christopher Elias, Amerika Birleşik Devletleri özelinde dedikodunun Amerika'nın kuruluşundan beri ülke siyasetini etkilediğini vurgulamıştır (Elias, 2021, s. 5-6). Allport ve Postman ise yapmış oldukları çalışmada savaş döneminde dedikodunun anksiyete üzerindeki etkisini ortaya çıkartmışlardır (Allport ve Postman, 1947). Benzer şekilde McAndrew ve Milenkovic, bireylerin düşmanlık ilişkilerinde olumlu haberlerden ziyade olumsuz haberleri yaymak noktasında daha aktif olduklarını açığa çıkartmışlardır (McAndrew ve Milenkovic, 2002). Dedikodu olgusunun gerek insan ilişkileri gerekse de politik yaşamda somut çıktıları olmaktadır. Bu eksende de Scott, dedikoduya iktidar ilişkileri içerisinde özel bir önem atfetmektedir. Scott öncesinde dedikoduya dair yapılan çalışmaların genelinde antropolojik bakış açısının baskın olduğunun belirtilmesi gerekir (Raj, 2018, s.3). Nitekim bu noktadan hareketle dedikodunun Scottvari bir kavramsallaştırmayla ele alınmasında yarar vardır. Scott, dedikoduyu bir altpolitika olarak görerek, dedikoduyu siyaset tartışmalarının çeperine dahil etmiştir. Bu bağlamda dedikodu tartışmalarının Scott ile farklı bir düzleme evrildiğinin de belirtilmesi gerekmektedir. Nitekim Scott ile benzer bir yaklaşıma Edward Thompson'da ve Ranajit Guha'da da rastlanılmaktadır. Thompson, İngiltere'deki işçi sınıfının sömürüye karşı direnişinin örgütlenmesinde dedikodunun oynadığı role dair örnekler verirken; Guha, Karayipler'de köleliğe ve Güney Asya'da kast sistemine karşı madunların direnişinin örgülenmesinde dedikodunun önemine işaret eder (Thompson, 2004; Guha, 1983). Dolayısıyla dedikodu ve direniş arasında dikkate değer bir ilişki bulunmaktadır.

Dedikodu olgusu her ne kadar olumsuz, etik dışı bir davranış kalıbı olarak değerlendiriliyor olsa da bir altpolitika aracı olarak kullanılıyor olması dedikoduyu, sosyal bilimlerin bir araştırma nesnesi haline getirmektedir. Özellikle Scott'un iktidar ilişkileri ekseninde dedikoduya dair çıkarımları, bu çerçevede önem arz etmektedir. Direnişin bir biçimi olarak dedikoduda tahakküm altında bulunanların vermiş olduğu iktidar mücadelesini görmek mümkündür. Scott, Malaya köylülerinden hareketle yoksulların ve güçsüzlerin lakaplar takıp, dedikodular üreterek, yönetici elitlerin iktidarlarını sembolik olarak baltaladıklarını ve aynı zamanda kendi statü ve iktidar iddialarını ileri sürdüklerini belirtmektedir (Scott, 1985, s. 240). Bu çerçevede değerlendirildiğinde dedikodu, tahakküm altında bulunan yoksulların, madunların ve güçsüzlerin sembolik bir silahı olarak değerlendirilebilmektedir. Nitekim dedikodu gibi altpolitika unsurlarının kamusal alanda cereyan etmeyip, özel alanda meydana gelmesi, sahne arkasında siyasal elitlerin kontrolünün de ortadan kalkmasına yol açmaktadır (Scott, 1985, s. 27). Bu çerçevede değerlendirildiğinde dedikodu, iktidara yöneltilmiş sembolik bir meydan okumadır. İktidarın söylemlerinin yahut da icraatlarının arka

planda değersizleştirildiği, eleştirildiği ve sabote edildiği bir strateji olarak dedikodu, bu çerçevede politik bir mesele olarak da görünürlük kazanabilmektedir.

Dedikodunun bir altpolitika aracı olarak değerlendirilebilmesi noktasında dedikodunun iktidar mekanizmalarına yönelik olmuş olması önem arz etmektedir. Bu çerçevede gerçekleştirilen dedikodu, bilinçli bir eylemdir. Ayrıca gizil bir biçimde maddi gerçekliği sembolik düzlemde tersine çeviren dedikodu, güçlü bir kişinin yahut da iktidar kurumunun eylemlerine yöneliktir (Besnier, 2009, s. 137). Bu çerçevede gündelik hayatın pratikleri arasında gerçekleşen dedikodu faaliyetlerinin ayrı bir noktada tutulması gerekmektedir. Kişilerarası iletişimin bir unsuru olarak gündelik dilde gerçekleşen her dedikodu ediminin bir altpolitika aracı olarak politik bir zemini olması gerekmez. Dolayısıyla gerek Scott'ın gerekse de Besnier'in altını çizmiş olduğu direnişsel dedikodu, gündelik hayatın içerisinde meydana gelen gündelik direnişin bir formudur. Bu hususta Chris Wickham da benzer bir görüşe sahiptir. Wickham, toplumsal alanda direnişin meşruiyet kazanabilmesi için dedikodunun oynamış olduğu rolden bahseder ve Toskana özelinde yapmış olduğu inceleminde dedikodunun kamusal eylemi biçimlendirme gücünü ortaya çıkarır (Wickham, 1998, s. 6).

Tahakküm ve direniş ilişkileri ekseninde dedikodu, egemen söyleme, faile ve yapıya yönelik gerçekleşmektedir. Bu çerçevede dedikodunun ideolojik bir kisveye bürünebileceğinin de altını çizmek gerekmektedir (Besnier, 2009). Ayrıca dedikodunun karşıt hegemonya oluşturulması noktasında da kurucu bir role sahip olduğu ifade edilebilir. İktidar pratiklerinin özel alanlarda ya da perde arkasında sorunsallaştırılması, eleştirilmesi yahut da değersizleştirilmesi noktasında dedikodu, direnişin bir bircimi olarak belirmektedir. Nitekim Scott'un yapmış olduğu çalışmalarda da bu durum gözlemlenmektedir.

Direniş, tahakküm ilişkilerinin belirleyici olduğu toplumsal yapılarda kamusa alanda nadiren gerçekleşir. Dolayısıyla gizil bir iletişim formu olarak dedikodu da bu noktada bir direniş pratiği olma potansiyeline bürünür. Hali hazırda iletişimin informal boyutuna ilişkin bir olgu olarak dedikodu, iktidar pratiklerinin belirgin olmadığı, farklı noktalarda kendisini gösterir. Bu durum da tahakküm ve direniş pratikleri ekseninde incelendiğinde son derece anlaşılır bir durumdur. Son kertede Scott'un vurgusu da bu yöndedir ve dedikodu, gizli senaryolar çerçevesinde işler (Scott, 2018; Scott, 1985). Bir altpolitika aracı olarak değerlendirildiğinde ise dedikodunun madun gruplar ve güçsüzler arasında sosyopolitik ağlar ve topluluklar inşa ederek, mevcut iktidar pratiklerinin sorgulanması noktasında bireylere alan yarattığı da bilinmektedir (Duffy, 2002). Benzer tahakküm ilişkileri altında kalan bireylerin dedikodu üretmeleri olasıdır. Bu nedenden ötürü, dedikodunun belirli toplumsal dinamikler içerisinde var olacağını da belirtmek gerekmektedir. Son kertede bir altpolitika aracı olarak dedikodu, bireylere tahakküm ilişkilerinin sembolik düzlemde tersine çevrilmesi noktasında yardımcı olmakla beraber, karşıt söylemin kurumsallaşmasında da rol oynamaktadır.

Tartışma ve Sonuç

Dedikodu, kavramsal olarak olumsuz çağrışımlarda bulunmaktadır ve etik olarak da sorunlu olarak görülmektedir. Ancak tarihsel süreçte bakıldığında dedikodu, farklı toplumsal gruplarda farklı biçimlerde ve işlevlerde varlık göstermektedir. Antropolojik açıdan kurucu bir rol atfedilmekle beraber dedikodu, birçok noktada sosyal bilimcilere önemli ip uçları sunmaktadır. Özellikle iktidar ilişkileri ekseninde bir çözümleme yapıldığında dedikodu, önemli bir keşişme noktasında bulunmaktadır. Scott'un tahakküm ve direniş odaklı çözümlemelerinde dedikoduya atfetmiş olduğu rol, bu çerçevede önem arz etmektedir. Egemen söyleme ve iktidara bir karşı çıkış ve direnç gösterme noktasında dedikodunun işlevsel olduğu ifade edilebilir. İktidar pratiklerine karşı direnişin her daim

sistemli bir şekilde yürütülmediği bilinmektedir. Bu çerçevede altpolitika kavramına yakından bakmak gerekmektedir. Tahakküm ve direniş pratikleri ekseninde değerlendirildiğinde altpolitika, iktidara karşı çıkışın gündelik bir varyasyonu olarak belirmektedir. Bilindiği üzere direniş, her daim sistemli bir yapıda bulunmamaktadır. Gündelik hayatın olağan akışı içerisinde direniş, alışılageldik formların dışında farklı biçimlerde varlık göstermektedir. Bu noktada dedikodu, bir altpolitika unsuru olarak dikkat çekmektedir.

Altpolitika kavramı çerçevesinde değerlendirildiğinde dedikodu, direnişin gizli bir biçimi olarak dikkat çekmektedir. Bilindiği üzere direniş, çoğu zaman kamusal alanın dışında Scottvari bir biçimde ifade edilecek olursa "gizli senaryolar" kapsamında gerçekleşmektedir. Bu noktada dedikodunun da gizli bir direniş biçimi olduğu ileri sürülebilir. Madun grupların, güçsüzlerin ve ezilmişlerin bir direnişi olarak dedikodunun iktidar ilişkileri kapsamında politik bir edim olduğunu ifade etmek gerekmektedir. Bu noktadan hareketle dedikoduyu etik dışı bir edim olarak kökten reddeden bakış açısının sorgulanması gerekmektedir. Dedikodu, direnişin görünmeyen biçimi olarak işlevsel olabilmekte ve bireylere çoğu zaman bir "muhalefet alanı" yaratabilmektedir. Bu eksende dedikodunun iktidar ilişkileri çerçevesinde politik bir vechesinin bulunduğu altını çizmek gerekmektedir. Son kertede bir direniş biçimi olarak dedikodunun, gündelik hayatın olağan akışı içerisinde varlık gösteren bir edim olduğunu da kabul etmek gerekmektedir. Direniş, gündelik hayatın akışı içerisinde oldukça farklı kışvelere bürünebilmektedir ayrıca dedikodu gündelik hayattaki direniş biçimlerinden birisi olarak da varlık göstermektedir.

Tahakküm ilişkilerinin yoğunlaşması, beraberinde direniş pratiklerinin de yoğunlaşmasını getirmektedir. Bu noktadan hareketle altpolitika araçlarının karmaşıklaştığı bir toplumsal yapıda, iktidar ilişkilerinin oldukça keskin olduğu ifade edilebilir. İktidar pratikleriyle kamusal alanda yüzleşme zorlaştıkça, bireylerin dedikodu yoluyla iktidara meydana okumaları da yaygınlaşmaktadır. Dolayısıyla bir altpolitika aracı olarak dedikodunun direkt olarak iktidar ilişkilerine yönelik olduğu çıkarımında bulunabilir.

KAYNAKÇA

- ADKINS, K. (2017). *Gossip, epistemology & power: Knowledge underground*. Cham: Palgrave Macmillan.
- ALLPORT, G. W. & POSTMAN, L. (1947). *The psychology of rumor*. New York: Henry Holt Pres.
- BESNIER, N. (2009). *Gossip: and the everyday production of politics*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- CANETTI, E. (2012). *Kitle ve iktidar*. (G. Aygen, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- DUFFY, R. (2002). *Hot gossip: Rumor as Politics*. L. Bondi (Ed), *Subjectivities, knowledges and feminist geographies* içinde (ss. 172-190). Oxford: Rowan & Littlefield Press.
- DUNBAR, R. (1997). *Grooming gossip, and the evolution of language*. Cambridge: Harvard University Press.
- DUVERGER, M. (2014). *Siyaset sosyolojisi*. (Ş. Tekeli, Çev.). İstanbul: Varlık Yayınları.
- ELIAS, C. M. (2021). *Gossip men: J. Edgar Hoover, Joe Maccarthy, Roy Cohn and the politics of insinuation*. Chicago: The University of Chicago Press.
- FINE, G. A. & ROSNOW, R. L. (1978). *Gossip, gossipers, gossiping*. *Personality and Social Psychology Bulletin*. Cilt 4(1), 161-168.

- FOUCAULT, M. (1992). Hapishanenin doğuşu. (M. A. Kılıçbay, Çev.). Ankara: İmge Yayınları.
- FOUCAULT, M. (1993). Ders özetleri. (S. Hilav, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- FOUCAULT, M. (2003). İktidarın gözü. (I. Ergüden, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- FOUCAULT, M. (2011). Bilginin arkeolojisi. (V. Urhan, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- FOUCAULT, M. (2013). Toplumunu savunmak gerekir. (Ş. Aktaş, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- FOUCAULT, M. (2014). Özne ve iktidar. (I. Ergüden ve O. Akınhay, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- FOUCAULT, M. (2015). Cinselliğin tarihi. (H. U. Tanrıöver). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- GLUCKMAN, M. (1963). Gossip and scandal. *Current Anthropology*. Cilt 4(3), 307-316.
- GUHA, R. (1983). *Elementary aspects of peasant insurgency in colonial India*. Delhi: Oxford University Press.
- HEYSEMI, N. E. (2015). Mecmau'z – Zevaid. (A. Yerinde, Çev.). İstanbul: Ocak Yayıncılık.
- LEMKE, T. (2014). *Biyopolitika*. (U. Özmakas, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- LEVIN, J. ve ARLUKE, A. (1987). *Gossip: The inside scoop*. New York: Springer Press.
- LUKES, S. (2016). İktidar: Radikal bir görüş. (M. Ratip, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- MARCHE, G. (2012). Why infrapolitics matter. *Revue Française d Etudes Américaines*, Cilt 131(1), 3-18.
- MCANDREW, F. T. & MILENKOVIC, M. A. (2002). of tabloids and family secrets: The evolutionary psychology of gossip. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(5), 1064-1082.
- MCGOWEN, R. (1998). Power and humanity, or Foucault among the historians. C. Jones ve R. Porter (Eds), *Reassessing Foucault: Power, medicine and the body* içinde (ss. 91-113). London: Routledge Press.
- ÖZMAKAS, U. (2018). *Biyopolitika: İktidar ve direniş: Foucault, Agamben, Hardt-Negri*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- POGGI, G. (2014). Devlet: Doğası, gelişimi ve geleceği. (A. Babacan, Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- RAJ, L. (2018). Rumour and gossip in a time of crisis: Resistance and accommodation in a South Indian plantation frontier. *Critique of Anthropology*. 39(1), 52-73.
- RUSSELL, B. (1990). İktidar. (M. Ergin, Çev.). İstanbul: Cem Yayınevi.
- SCHANTZ, N. (2008). *Gossip, letters, phones: The scandal of female networks in film and literature*. New York: Oxford University Press.
- SCOTT, J. C. (1985). *Weapons of the weak: Everyday forms of peasant resistance*. New Heaven: Yale University Press.
- SCOTT, J. C. (2018). Tahakküm ve direniş sanatları: Gizli senaryolar. (A. Türker, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- STEWART, P. J. ve Strathern, A. (2004). *Witchcraft, sorcery, rumors and gossip*. Cambridge: Cambridge University Press.
- THOMPSON, E. P. (2004). İngiliz işçi sınıfının oluşumu. (U. Kocabaşoğlu, Çev.). İstanbul: Birikim Yayınları.

WESTACOTT, E. (2011). The virtues of our vices: A modest defence of gossip, rudeness, and other bad habits. New Jersey: Princeton University Press.
WICKHAM, C. (1998). Gossip and resistance among the medieval peasantry. *Past & Present*. 160 (1), 3-24.
<https://sozluk.gov.tr> (Erişim Tarihi: 10.10.2020)

Summary

The phenomenon of power is encountered in every field of daily life. The phenomenon of power has a structure that surrounds, shapes and transforms society and daily relations. Therefore, there is a strong relationship between power and society. While analyzing the power, the social situation and life should not be ignored. Ultimately, power gains meaning within the social structure. In this framework, power relations of power gain visibility in the social structure. It should also be emphasized that there is a resistance in every field where power exists as a phenomenon that has spread to social life. At this point, the proposition that there will definitely be resistance wherever there is power should be kept in mind.

Resistance to power can be macro-scale as well as micro-scale. In this context, the form of resistance carried out on a micro scale is called subpolitics. Altpolitics is a phenomenon conceptualized by James C. Scott, in the most general terms, it is the everyday and amorphous form of resistance to power. Bu çerçevede iktidara yönelik olarak yüksek sesle dile getirilemeyen eleştiriler, dirençler daha pasif yollarla dile getirilebilmekte ve bir direniş sergilenmektedir. At this point, the phenomenon of subpolitics gains importance. Elements of subpolitics can manifest in quite different forms. Gossip, street arts, imitation, humor and many other elements can be considered as subpolitics. At this point, the aim is to reveal the resistance and resistance developed against the government in a more indirect way, not overtly. Therefore, it is necessary to evaluate the elements of subpolitics as different forms of resistance. Especially in structures where social power is very strong, resistance takes place in a more hidden structure and at this point, sub-policy elements gain importance.

Discourses against power that cannot be expressed in official ways are expressed through various secret scenarios. Therefore, there is a certain inverse proportion between the power balance of the government and the elements of subpolitics. In structures and organizations where the power is strong and intolerant, resistance takes place more covertly. At this point, sub-policy elements gain value. In this study, the phenomenon of gossip, which is among the elements of subpolitics, was evaluated. Gossip, in the most general terms, is considered as secret speeches made to lure and condemn others. The fact that gossip takes place in secret and away from the addressee makes it easy for us to consider gossip as a sub-policy element. Gossip can take place between individuals as well as in social areas for power centers. At this point, it should be underlined that gossip has a political function besides its daily functions. At this point, it should be underlined that gossip has a political function besides its daily functions. Gossip can be an element of resistance to power, as Scott emphasizes.

Powers are vilified, imitated and devalued through gossip. At this point, it should not be ignored that gossip has a political power. Especially in closed societies, gossip occupies an important place among the daily forms of resistance. Therefore, the aim of the study is to reveal that the phenomenon of gossip is a way of resistance against the government as an element of subpolitics. In this study, the phenomenon of gossip was evaluated as a sub-policy element and conceptualized as a political element. In the study, firstly, the phenomenon of power was emphasized and the relationship between society, power and resistance was tried to be clarified. Afterwards, by focusing on the concept of subpolitics, a discussion was carried

out on the concept of gossip as an element of subpolitics. The possibilities of gossip in the development of an anti-government discourse were also emphasized. In this last evaluation study, gossip was handled as an element of subpolitics and a power-oriented discussion was carried out.

Self-Complexity and Well-Being: A Short Evaluation

Gülçin AKBAŞ USLU*

Abstract

Self-complexity is defined as nonoverlapping aspects of the self. The pioneering research of Linville underlined the role of self-complexity in well-being. The basic proposition is that self-complexity can act as a buffer against stress; when one aspect is threatened, the other undamaged aspects of the self will protect the individual's core self. Following Linville's propositions, several researchers tested the role of self-complexity on various well-being outcomes such as depression and emotional distress. Results of these studies are mixed in terms of the functions of self-complexity. Even though there is support for the positive effects of self-complexity, some studies revealed the negative and burdening effect of self-complexity on well-being. The inconsistency between different studies may be related to measurement problems and how researchers approached self-complexity. This paper addresses basic findings of self-complexity and discusses the conditions in which the buffering effect of self-complexity is observed.

Keywords: Self-complexity, well-being, distinct selves, stress, buffering effect

Benlik Karmaşıklığı ve İyilik Hali: Kısa Bir Değerlendirme

Öz

Benlik karmaşıklığı, benliğin birbiriyle örtüşmeyen yönleri olarak tanımlanır. Linville'in öncü araştırması, benlik karmaşıklığının iyilik halindeki rolüne dikkat çekmiştir. Temel öneri, benlik karmaşıklığının strese karşı bir tampon vazifesi görebileceğidir; benliğin bir yönü tehdit edildiğinde, benliğin zarar görmemiş diğer yönleri bireyin öz benliğini koruyacaktır. Linville'in önermelerini takiben, birçok araştırmacı, benlik karmaşıklığının, depresyon ve duygusal sıkıntı gibi çeşitli iyilik hali çıktıları üzerindeki rolünü test etmiştir. Bu çalışmaların bulguları benlik karmaşıklığının işlevleri açısından karışıktır. Benlik karmaşıklığının olumlu sonuçları olduğunu destekleyen bulgular olsa da bazı araştırmalar benlik karmaşıklığının iyilik hali üzerindeki olumsuz ve külfetli etkisini ortaya koymuştur. Farklı araştırmalar arasındaki tutarsızlık, ölçüm problemleri ve araştırmacıların benlik karmaşıklığını nasıl ele aldığı ile ilgili olabilir. Bu yazı, benlik karmaşıklığıyla ilgili temel bulgularını ele almakta ve benlik karmaşıklığının tampon etkisinin gösterdiği koşulları tartışmaktadır.



Derleme Makale (Review Article)

Geliş/Received: 20.01.2022

Kabul/Accepted: 01.08.2023

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.1060801>

* Assist. Prof. Dr., Atılım University, Department of Psychology, Ankara, Türkiye.

E-mail: gulcin.akbasuslu@atilim.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0001-6932-2022>

Anahtar Kelimeler: Benlik karmaşıklığı, iyilik hali, farklı benlikler, stres, tampon etkisi

Self-Complexity and Well-Being: A Short Evaluation

Linville (1985) advised that "do not put all your eggs in one cognitive basket" (p. 94) by changing the adage "do not put all your eggs in one basket." She suggested that people have different representations of themselves. They mentally organize self-related knowledge in varying self-aspects, which are different cognitive structures about self. The self-aspects consist of different roles, activities, traits, and behaviors. If people keep their various selves distinct, threats or adverse events to one aspect of the self, such as failure or low evaluation, may not affect others (Linville, 1987). The number of nonoverlapping aspects of self, which are representations of self that correspond to several roles, relations, contexts, or activities, are defined as self-complexity (Linville, 1987). In other words, Self-complexity is a person's knowledge about his/her unrelated, separate, and distinct cognitive structures (Linville, 1985) including social roles (lawyer, friend, mother), relationships (colleague, competitor, nurturer), activities (running, playing tennis, writing), superordinate traits (hard-working, creative), goals (career success), and so on (Linville, 1987, p. 664). The greater self-complexity implicates having self-representation that encompasses an ample number of self-concepts along with a great distinction among them. If people have high self-complexity, they function better under the threat of stress.

The distinctiveness and the number of selves are vital for the buffering effect (Linville,1987). The significance of self-complexity can be realized in its power to alleviate the impact of negative experiences. If the self is represented in complex and distinct cognitive organizations, it can moderate the unhealthy consequences of stress on physical and psychological outcomes. Linville (1985, 1987) explains the stress-buffering effect of self-complexity through the affective spillover model. According to the model, high self-complexity prevents the emotional influence of positive and adverse events than low self-complexity (Linville, 1987). Having many distinct self-aspects prevents the spread of the effect caused by a recently activated aspect of self to other aspects of the self (Rothermund & Meiniger, 2004). Besides, having greater self-aspects can serve as a buffer against stress-related illnesses and depression. Alternative self-aspects provide a new focus for the individual's self-appraisal following stressful events.

Linville (1987) underlined that if a person has various self-aspects, which are differentiated, they get the advantage of self-aspects buffering effect. However, if some aspects of the self are closely related, the thoughts and feelings about one self-aspect are more likely to spill over to another. Conversely, having more self-aspects facilitates unrelated selves to remain unaffected. When one aspect of the self is threatened (and if we assume that this aspect of the self is independent of other aspects), individuals may dwell on another aspect of the self to feel positive feelings and emotions (Linville, 1987). Consequently, adverse events influence only a small portion of total self-representations. Self-complexity can also reduce the probability of affective extremity, a situation in which individuals who have few aspects of self are more extremely influenced by life events and experience more significant fluctuations in psychological well-being after adverse life events. People who have low self-complexity experience greater variability in their mood (Linville, 1985; 1987). Therefore, Linville (1987) suggested that they are more likely to develop depression, psychosomatic symptoms, and illnesses after stressful events.

Following Linville's self-complexity model, different studies supported Linville regarding well-being outcomes of self-complexity. For example, Gramzow and his

colleagues (2000) found that self-complexity is related to greater endurance against frustration. People with high self-complexity have a heightened ability to cope with adverse events, and they also undergo lower levels of illnesses under a high level of stress (Linville, 1987). Considering the responses to a relationship breakup, Smith and Cohen (1993) declared that self-complexity functions as a life stress buffer; participants with lower self-complexity were more upset after the dissolution of their romantic relationships. The adverse impact of negative events on psychological distress weakened as self-complexity increased. When individuals' relationships overlap significantly with other unrelated self-aspects, people are more likely to avoid future relationships than those with more unaffected self-aspects (Smith & Cohen, 1993). A recent study conducted by Perry and her colleagues (Perry et al., 2020) revealed similar results. The authors reported that individuals with lower self-complexity report fewer depressive symptoms and better regulate their emotions than individuals with higher self-complexity when they have "a positive event (having a date on Valentine's day)" (p. 1276). However, this situation becomes reversed when individuals having lower self-complexity have "a negative event (defined as not having a date on Valentine's day)" (p. 1276).

Self-complexity also plays a role in coping mechanisms toward failure. Dixon and Baumeister (1991) revealed that dire implications of failure could be buffered by self-complexity since many aspects of the self are unaffected by the failure. Their study showed that people with low self-complexity have an increased vulnerability to low mood. The spreading of distressing thoughts following a negative event is more likely for those people. The failure led to improvements in people's subsequent performance with high self-complexity while impaired people with low self-complexity (Dixon & Baumeister, 1991). The findings suggested that depending on the complexity of the self, the same failure threat may evoke different coping styles.

Linville (1987) investigated the relationship between build-up stress and consequential depression and illness to examine the self-complexity buffer hypothesis. The results revealed that self-complexity moderated the relationship between stress and psychological and physical problems when people under stress. Self-complexity also enables individuals to resist adverse health-related outcomes of stress. Stressful events are only experienced in one aspect of the self; other aspects remain intact. Linville (1987) further revealed that participants with high self-complexity experienced less physical and mental health consequences for high-level stress. However, participants with low self-complexity were less likely to experience negative health consequences when there was no stress. Self-complexity is reasonably advantageous under high pressure (Linville, 1987).

A further study conducted by Rothermund and Meiniger (2004) on the relationship between self-complexity and depression supported that self-complexity produces a stress-buffering effect. The greater number of self-aspects undermined the detrimental impact of negative experiences on depression. Rothermund and Meiniger (2004) concluded that to buffer the impact of undesirable life events, self-complexity does not necessitate high distinctiveness of self-aspects. However, this buffering effect was limited to adverse life events only; the number of self-aspects did not buffer the relation between positive life events and depression. Even positive events are as important as negative ones in depression; self-complexity fails to moderate the association between positive experiences and depression (Rothermund & Meiniger, 2004).

The accumulating evidence reveals inconsistent results about the buffering influence of self-complexity. In their meta-analysis, Rafaeli-Mor and Sternberg (2002) examined articles about self-complexity and well-being published between 1985 and 2000. Their analysis of 70 studies revealed that when authors approached self-complexity as an individual difference, it was slightly and negatively linked to well-being. Moreover,

when the stress-buffering influence of self-complexity is taken into account, the researchers obtained mixed results. Rafaeli-Mor and Sternberg (2002) concluded that the association between self-complexity and well-being is complex. The results offered support for a buffering effect, but it was a little one. The effect of self-complexity is weak when the stress is objective and identifiable. Rafaeli-Mor and Steinberg (2002) suggested that a weak relationship between self-complexity and well-being may stem from statistical overestimation. Other studies yielded positive interaction between self-complexity and well-being, giving an equal likelihood that self-complexity may exacerbate negative mood.

The benefits of self-complexity remain unclear. For instance, through two studies, Ryan and his colleagues (2005) revealed that self-complexity is not directly related to better mental health outcomes or adjustment. The greater self-complexity is positively associated with depressive symptoms and physical symptoms (Ryan et al., 2005). More self-complexity might be associated with chronic low-level stress because of conflicting self-aspect requirements (Donahue et al., 1993; Ryan et al., 2005). Moreover, Woolfolk and his colleagues (1999) obtained a positive association between high self-complexity and experienced depression over nine months.

Correspondingly, Ryan and his colleagues (2005) remarked that what is predictive in mental health outcomes and perceived stress is self-aspects' authenticity. Authenticity was defined as self-aspects that are personally meaningful to the person's true self (Ryan et al., 2005). The interaction of self-complexity and authenticity showed that physical symptoms are apparent most across people with low complexity and low authenticity. In contrast, people with high self-complexity and high authenticity had the slightest physical symptoms. These findings imply that well-being is mainly related to the quality of self-aspects; the absolute quantity and independence of self-aspects are not directly related to well-being (Ryan et al., 2005).

Furthermore, the vast number of research included nonclinical participants. Compared to nonclinical participants, participants with a diagnosis (mostly those suffering from depression) had lower self-complexity levels (Rafaeli-Mor & Steinberg, 2002). This finding may suggest that low self-complexity is a risk factor for psychopathology, as Linville suggested (1987). However, as Rafaeli-Mor and Steinberg (2002) emphasized, low self-complexity levels may reflect one's decreased motivation to get more aspects to self when they have psychopathology. Thus, it is challenging to conclude unless assessing self-complexity before the onset of depression.

Another consideration regarding the effect of self-complexity on well-being is the specific stress in question. For instance, Brown and Rafaeli (2007) demonstrated that different adverse life events might have differing self-complexity interactions. The intensity of the adverse event is also notable. Self-complexity's buffering effects emerge only for severe stress. Thus, Linville's self-complexity model may be valid only under acute stress (Rafaeli-Mor & Steinberg, 2002). While people are experiencing minor stress, such as daily hassles, high self-complexity be a burden to participants' well-being (Rafaeli-Mor & Steinberg, 2002). Halberstadt and colleagues (1999; as cited in Koch & Shepperd, 2004) manipulated self-complexity by priming participants to think of themselves in the future as either having low self-complexity (three self-aspects) or having high self-complexity (seven self-aspects). Participants in the high self-complexity condition declared more struggle in decision making and therefore feel less satisfied with their hobbies and future careers than participants in the low self-complexity condition. These findings suggested that when people make a self-relevant decision considering many aspects of the self, they experience difficulty in their decisions since there are many things to consider and evaluate.

In some cases, a distinctive self-concept may be a burden and may not be advantageous for the individual (Rafaeli-Mor and Steinberg, 2002). Donahue and her colleagues (1993) asserted that fragmentation of self might result in the absence of a core self, pathological for individuals. People with highly differentiated self-concepts may be more distressed and give more negative reactions to distressful events, giving fewer positive reactions to positive life events (Donahue et al., 1993). According to the meta-analysis (Rafaeli-Mor & Steinberg, 2002), Donahue and her colleagues (Donahue et al., 1993) are not fully supported; self-complexity was not related to unsatisfactory results under distressful events and slightly related to unsatisfactory results in zero-order studies. Nevertheless, low self-complexity can also be beneficial in some situations. In their research testing the spillover hypothesis through three studies, McConnell and his colleagues (2009) revealed that since people with low self-complexity give more strong reactions to life experiences, they are likely to give improved well-being outcomes when positive agents (e.g., qualified support from others) are present. However, these individuals are also likely to give relatively decreased well-being outcomes when damaging agents (e.g., negative experiences in the past) are present. (McConnell et al., 2009). The authors asserted that lower self-complexity should amplify or intensify people's life experiences. The results suggest that when individuals with low self-complexity have satisfying social support, have experienced favorable life events in the past, and possess desirable personality traits, they report fewer depressive symptoms and illnesses (McConnell et al., 2009). Thus, low self-complexity can be advantageous over high self-complexity under some conditions.

Source of the Inconsistent Findings: Measurement Problem

Many researchers criticized the measurement power of Linville's self-complexity scale (e.g., Solomon & Haaga, 2003). The methodology used in self-complexity research was also questionable since studies conducted by social psychologists and clinical psychologists have differing results. The social psychologists reported more substantial effects for self-complexity than reports of clinical psychologists, and also, they are often in the opposite direction (Rafaeli-Mor & Steinberg, 2002).

These conflicting results may raise concerns about whether self-complexity is measured efficiently or not. Traditionally, researchers measured self-complexity by using a card sorting task (Linville, 1985). Participants are given 33 cards and requested to form groups that represent their self-concepts and select and organize self-relevant traits for each group. They can use the same traits for different groups and can decide the number of the traits (Linville, 1985). The matrix that researchers create through using the obtained aspects * traits is summarized by H statistics (for detailed information see Luo et al., 2008). Researchers use H statistics in translating the contents of card sorts into meaningful statistics. They assume that High H reflects high self-complexity and high distinction among self-aspects whereas low H reflects low self-complexity concerning both number and a high degree of relatedness (Solomon & Haaga, 2003). Linville (1987) stated that high self-complexity means having many self-aspects that are nonredundant regarding traits used. On the other hand, low self-complexity stems from either having few self-aspects or using redundant traits. Linville (1987) considered H measure as an indicator of the number of self-aspect and the difference between these self-aspects. Even though many researchers used this statistics, there are many shortcomings in self-complexity measurement (Rafaeli-Mor et al., 1999). These shortcomings, which were considered peculiarly important, will be discussed below.

Firstly, Rafaeli-Mor and his colleagues (1999) stated that the H measure does not consider both mechanisms that constitute self-complexity; the number of the self-aspects

an individual has and the degree of distinctiveness/overlap between these aspects. As the self-complexity model of Linville (1987) proposes, the association between H scores and the number of self-aspects is robust (Rafaeli-Mor & Steinberg, 2002). Therefore, the results may differ depending on the researcher's use of preset self-aspects (e.g., Woolfolk et al., 1999), self-generated self-aspects (e.g., Linville, 1987), or manipulated number of self-aspects (e.g., Halberstadt, 1997).

Equally important, the concept of self-complexity also entails maintaining dissimilar, distinct self-aspects. However, the H value fails to identify the distinctiveness of features describing self-aspects (Luo et al., 2008). When the correlation between the H value and the degree of overlap is examined, the researchers found mixed correlations between them: none, positive, or negative. Luo and her colleagues (Luo et al., 2008) performed the mathematical analysis of H value with a simulation study of trait-sorting data. Their results showed a curved association between overlapping self-aspects and H score. For instance, the H value is maximum when the degree of overlap is .50. The H value is influenced by a uniform distribution of traits across all group combinations. For this reason, disregarding the overlap is large or small; a more uniform distribution of traits leads to greater self-complexity when the number of self-aspects is equal (Luo et al., 2008).

The deficiency of the H measure may lie behind some puzzling results in self-complexity. It is essential to realize that self-complexity is not the mere number of self-aspects. Rather, it is the capability of self-aspects to regulate depression and illnesses related to stress (Linville, 1987). Similarly, Rafaeli-Mor and Steinberg (2002) argued that the buffering role of self-complexity might be determined by the extent to which different aspects overlap, not by the number of aspects. Since the overlap cannot be efficiently measured, studies give poor results about the effect of self-complexity.

Another shortcoming of the measurement is related to the poor internal consistency of H statistics. Scores derived from valence split analyses of negative and positive sub-sets show a weaker correlation than two random subsets (Rafaeli-Mor et al., 1999). Moreover, self-complexity may have emphasized positive self-complexity by including more positive than negative traits. This measurement may not accurately reflect participants' self as it prevents participants from selecting appropriate traits to describe negative self-aspects. This measurement may fail to identify people having negative self-aspects. For instance, depressed individuals may seem low in self-complexity since they may not be identified with different positive aspects. Instead, they may be identified with several negative self-aspects (Rafaeli-Mor & Steinberg, 2002). The studies consider this weakness and measure positive and negative self-complexity separately (e.g., Woolfolk et al., 1999). However, this separation leads them to move away from the theoretical model of Linville (1987). Moreover, they find an inconsistent relationship between positive self-complexity and negative self-complexity, which creates inconclusive evidence to regard them as distinct theoretical constructs. The distinction between different self-complexities may be responsible for surprising findings (Koch & Shepperd, 2004).

Conclusion

The literature reviewed above gives mixed results about the function of self-complexity. Basically, some studies suggest positive outcomes of self-complexity while other studies show negative outcomes. To summarize, research revealed that, when individuals have differentiated self-aspects, these aspects may have a stress-buffering effect. They can act as a buffer against stress-related physical and mental illnesses, psychosomatic symptoms, depression. Furthermore, individuals having high levels of self-complexity are better able to endure against frustration and failure, cope better with

adverse events, such as dissolution of romantic relationships. However, there are other studies showing that the relationship between self-complexity on well-being is unclear. Several studies suggested that there may be a slightly negative relationship between self-complexity on well-being; self-complexity is not directly related to better health outcomes as suggested by other studies. Moreover, other studies revealed that the advantageous effect of self-complexity is seen only under high stressful and severe conditions.

The mixed results about the function of self-complexity may imply that there is a need for more accurate measurement tools to determine the effectiveness of self-complexity in well-being. Traditionally researchers used H statistics to measure self-complexity. The theoretical construct of self-complexity and Linville's (1987) hypothesis should also be considered before making assumptions about the association between self-complexity and well-being. Whether the individual is satisfied with their self-aspect is more prominent than how many self-aspects they have. To put it another way, having a vast number of self-aspects that an individual is unwilling to have can negatively affect their total self-representation. For this reason, it can be a burden for the individual rather than a benefit. Also, the distinctiveness of self-aspects and the quality of features/traits that describe them may play a role in the person's well-being. Not to mention, the effect of positive and negative traits can affect self-judgment differently. Correspondingly, the buffering effect of self-complexity would be influenced by these differences. In addition, if a person is satisfied with their relatively low numbers of self, there may be no need to create a new one. However, the above findings suggest that when people have more than one self-aspect, these self-aspects may become a cognitive alternative in case of potential damage to core self-aspect.

All things considered, self-complexity can be advantageous and disadvantageous for certain situations. More studies needed to establish the role of self-complexity on well-being. Test of self-complexity across different samples (i.e., adults, students) and different conditions (i.e., education, work, and close relationships) will help to establish the function of self-complexity on well-being. One way to establish the short term and long term effects of high vs low self-complexity may be employing longitudinal studies.

REFERENCES

BROWN, G., & RAFAELI, E. (2007). Components of self-complexity as buffers for depressed mood. *Journal of Cognitive Psychotherapy*, 21(4), 310-333.

DIXON, T. M., & BAUMEISTER, R. F. (1991). Escaping the self: The moderating effect of self-complexity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17, 363-368.

DONAHUE, E. M., ROBINS, R. R., ROBERTS, B. W., & JOHN, O. P. (1993). The divided self: Concurrent and longitudinal effects of psychological adjustment and social roles on self-concept differentiation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 834-846.

GRAMZOW, R. H., SEDIKIDES, C., PANTER, A. T., & INSKO, C. A. (2000). Aspects of self-regulation and self-structure as predictors of perceived emotional distress. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 188-205.

KOCH, E. J., & SHEPPERD, J. A. (2004). Is self-complexity linked to better coping? A review of the literature. *Journal of Personality*, 72, 727-760.

LUO, W., WATKINS, D., & LAM, R. Y. H. (2008). Measuring self-complexity: A critical analysis of Linville's H Statistic. *Journal of Applied Measurement*, 9(4), 357-373.

LINVILLE, P. W. (1985). Self-complexity and affective extremity: Don't put all your eggs in one cognitive basket. *Social Cognition*, 3, 94-120.

LINVILLE, P. W. (1987). Self-complexity as a cognitive buffer against stress related illness and depression. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 663-676.

MCCONNELL, A. R., STRAIN, L. M., BROWN, C. M., & RYDELL, R. J. (2009). The simple life: On the benefits of low self-complexity. *Society for Personality and Social Psychology*, 35(7), 823-835.

PERRY, L. M., HOERGER, M., KOROTKIN, B. D., SAKS, S. J., & DUBERSTEIN, P. (2020). Self-complexity and socio-emotional adjustment to a romantic event in early adulthood. *Journal of Social and Personal Relationships*, 37, 1268-1281.

RAFAELI-MOR, E., GOTLIB, I. H., & REVELLE, W. (1999). The meaning and measurement of self-complexity. *Personality and Individual Differences*, 16, 230-245.

RAFAELI-MOR, E., & STEINBERG, J. (2002). Self-complexity and well-being: A review and research synthesis. *Personality and Social Psychology Review*, 6, 31-58.

ROTHERMUND, K., & MEINIGER, C. (2004). Stress-buffering effects of self-complexity: Reduced affective spillover or self-regulatory processes. *Self and Identity*, 3, 263-281.

RYAN, R. M., LAGUARDIA, J. G., & RAWSTHOM, L. J. (2005). Self-Complexity and the authenticity of self-aspects: Effects on well-being and resilience to stressful events. *North American Journal of Psychology*, 7 (3), 431-448.

SMITH, H. S., & COHEN, L. H. (1993). Self-complexity and reaction to a relationship breakup. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 12, 367-384.

SOLOMON, A., & HAAGA, D. A. F. (2003). Reconsideration of self-complexity as a buffer against depression. *Cognitive Therapy and Research*, 27(5), 579-591.

WOOLFOLK, R. L., GARA, M. A., AMBROSE, T. K., WILLIAMS, J. E., ALLEN, L. A., IRVIN, S. L., & BEAVER, J. D. (1999). Self-complexity and persistence of depression. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 187, 393-399.

Özet

Linville, insanların kendilerine ilişkin farklı temsillere sahip olduğunu öne sürerek, kendileriyle ilgili farklı roller, etkinlikler ve davranışlardan oluşan çeşitli benlik yönlerini zihinsel olarak organize ettiğini belirtmiştir. İnsanların çeşitli benlikleri birbirinden farklıysa, benliğin bir yönüne yönelik tehditler veya olumsuz olaylar diğerlerini etkilemeyebilir. Benlik karmaşıklığı, birbiriyle örtüşmeyen çeşitli rollere, ilişkilere, bağlamlara veya etkinliklere karşılık gelen benliğin temsillerinin sayısı olarak tanımlanır. Benlik karmaşık ve farklı bilişsel organizasyonlarda temsil edilirse, stres tehdidi altında bireyin daha iyi işlev görmesini sağlayabilir, stresin fiziksel ve psikolojik sonuçlar üzerindeki sağlıksız sonuçlarını hafifletebilir. Bununla birlikte, benliğin bazı yönleri birbiriyle yakından ilişkiliyse, bir benlik yönü hakkındaki düşünce ve duyguların diğerine yayılma olasılığı daha yüksektir. Linville'e göre, benlik karmaşıklığı düşük olan bireyler, benlik karmaşıklığı yüksek olanlara göre, olumsuz yaşam olaylarından daha çok etkilenirler ve stres sonrasında fiziksel ve psikolojik sorunlar yaşama ihtimalleri daha yüksek olur. Benlik karmaşıklığı yüksek olduğunda, bireyler stresin olumsuz etkilerine karşı daha dirençli olmakta; benliğin bir yönünde yaşanan stres diğer yönleri etkilememektedir. Benlik karmaşıklığı özellikle yüksek stres altında daha avantajlıdır.

Linville'in benlik karmaşıklığı modeli farklı araştırmalarla desteklenmiştir. Yüksek benlik karmaşıklığının engellenme karşısında daha fazla dayanıklılıkla olumlu yönde ve romantik ilişkinin sona ermesinde deneyimlenen üzüntüyle olumsuz yönde ilişkili olduğu bulunmuştur. Benzer şekilde, olumsuz bir olayın, yüksek benlik karmaşıklığına sahip kişilerin sonraki performanslarında iyileşmelere yol açarken, düşük benlik karmaşıklığına

sahip kişilerin performansında bozulmaya yol açtığını ortaya koyulmuştur. Bir başka araştırmada ise benlik karmaşıklığının, stres sonrasında depresyona karşı bir tampon işlevi gördüğünü, olumsuz olayların yıkıcı etkilerini azalttığını; ancak bu tampon etkisinin, olumlu yaşam olayları ve depresyon arasındaki ilişkide rol oynamadığını belirtmiştir. Alanyazında, benlik karmaşıklığının stres karşısındaki tampon etkisi hakkında tutarsız bulgular mevcuttur. Benlik karmaşıklığını inceleyen bir meta analiz çalışmasında benlik karmaşıklığının iyilik hali üzerindeki etkisinin ilişkinin net olmadığını ifade etmişlerdir. Yüksek benlik karmaşıklığının, farklı yükümlülükler getireceği ve bu yükümlülüklerin bireylerde düşük seviyede kronik olarak strese yol açabileceği ifade edilirken yüksek benlik karmaşıklığının depresyonla olumlu yönde ilişkili olduğunu gösterilmiştir. Bu doğrultuda, iyilik halinin, farklı benliklerin mutlak miktarı ve birbirinden bağımsız olmalarındansa bu özelliklerinin kalitesiyle ilişkili olduğunu belirtilmiştir. Buna karşın, benlik karmaşıklığının sadece yüksek stres durumlarında tampon işlevi gördüğünü ortaya koyan araştırmalar da mevcuttur. Bu nedenle, Linville'nin benlik karmaşıklığı modelinin sadece akut stres durumlarında geçerli olduğu düşünülmektedir. İnsanlar günlük hayatın getirdiği küçük stresler yaşarken, benlik karmaşıklığı bireylerin iyilik halini olumsuz etkileyebilir, farklı rollerin getirdiği gereklilikler bireyler için bir avantaj sağlamaktansa yük haline gelebilir.

Sosyal ve klinik psikoloji alanında yürütülen benlik karmaşıklığı araştırmaları birbiriyle tutarsız sonuçlara işaret ettiğinden, benlik karmaşıklığı araştırmalarında kullanılan yöntemin uygunluğu ve benlik karmaşıklığının doğru ölçülüp ölçülemediği sorgulanmaktadır. Geleneksel olarak, benlik karmaşıklığı bir kart gruplama işlemiyle ölçülmektedir. Katılımcılar, benlik kavramlarını temsil eden ve her grup için kendisiyle ilgili özelliklerini gösteren kartları seçer ve gruplar oluşturur. Aynı özellikleri farklı gruplar için kullanabilirler. Araştırmacılar, kart türlerinin içeriğini anlamlı istatistiklere çevirmek için H istatistiklerini kullanmış, yüksek H'nin yüksek benlik karmaşıklığını, düşük H'nin ise hem sayı hem de ilişkililik derecesi ile ilgili olarak düşük benlik karmaşıklığını yansıttığını varsaymışlardır. Bazı araştırmacılara göre bu ölçümlerde çeşitli eksikler/hatalar bulunmaktadır.

Bu araştırmacılar H ölçümünün, benlik karmaşıklığını oluşturan temel mekanizmaları (bireyin sahip olduğu benlik özelliklerinin sayısı ve bu yönler arasındaki ayırt edicilik/örtüşme derecesi) dikkate almadığını iddia etmiştir. Araştırmacılar, benlik karmaşıklığının stres üzerindeki etkisinde, farklı benliklerin sayısının değil, bu benliklerin örtüşme derecesinin etkili olduğunu belirterek, bu örtüşmenin verimli bir şekilde ölçülmediği araştırmaların benlik karmaşıklığının etkisi hakkında zayıf sonuçlar verdiğine dikkat çekmişlerdir. Ayrıca araştırmacılar, H istatistiklerinin olumlu özellikleri olumsuz özelliklere göre daha çok vurguladığını öne sürerek iç tutarlılık katsayısının düşük olduğuna dikkat çekmişlerdir. Bu ölçüm, olumsuz benlik yönleri olan insanları belirlemede başarısız olabileceğinden, bireylerin benliğini doğru bir şekilde yansıtmayabilir.

Alanyazında benlik karmaşıklığının işlevi hakkında alanyazında tutarsız bulgular bulunmaktadır. Bazı araştırmalar, benlik karmaşıklığının stresle ilişkili fiziksel ve zihinsel hastalıklar, psikosomatik belirtiler ve depresyonda strese karşı bir tampon vazifesi gördüğünün ortaya koymuştur. Ayrıca, benlik karmaşıklığı yüksek olan bireyler, hüsrana ve başarısızlığa daha iyi dayanabilir, olumsuz olaylarla daha iyi baş edebilirler. Bununla birlikte, benlik karmaşıklığı ile iyi oluş arasındaki ilişkinin net olmadığını gösteren başka çalışmalar da vardır. Araştırmalar, benlik karmaşıklığı ile iyilik hali arasında negatif bir ilişki olabileceğini ve benlik karmaşıklığının, diğer çalışmaların önerdiği gibi daha iyi sağlık sonuçlarıyla doğrudan ilişkili olmadığını ve benlik karmaşıklığın avantajlı etkisinin yalnızca yüksek stresli koşullar altında görüldüğünü göstermiştir.

Benlik karmaşıklığın iyilik hali üzerindeki etkinliğini belirlemek için daha doğru ölçüm araçlarına ihtiyaç vardır. Bireyin benlik karmaşıklığından memnun olup olmadığı, sahip olduğu benlik yönlerinin sayısından daha önemlidir. Ayrıca, benlik özelliklerinin ayırt

ediciliği ve onları tanımlayan özelliklerin kalitesi kişinin iyi oluşunda rol oynayabilir. Diğer taraftan, kişi nispeten düşük benlik sayısından memnunsay, yeni bir tane yaratmaya gerek olmayabilir. Bununla birlikte, yukarıdaki bulgular, insanların birden fazla benlik boyutuna sahip olduklarında, bu benlik boyutlarının, temel benlikte hasar olması durumunda bilişsel bir alternatif haline gelebileceğini düşündürmektedir.

Tüm bunlar göz önünde bulundurulduğunda, benlik karmaşıklığının iyilik hali üzerindeki rolünü belirlemek için daha fazla çalışmaya ihtiyaç vardır. Yüksek ve düşük benlik karmaşıklığının uzun vadeli etkilerini belirlemenin bir yolu, farklı örneklemeler (yani yetişkinler, öğrenciler) ve farklı koşullar (yani eğitim, iş ve yakın ilişkiler) arasında boylamsal çalışmalar yapmak olabilir.

Obsesif Kompulsif Bozukluk ile Duygu Düzenleme G c l g  İlişkisi Hakkında Bir Değerlendirme

Haydeh FARAJI*, Dilara PARLAK**, Ahmet Ertan TEZCAN***

 z

Bu çalışmada obsesif kompulsif bozukluk ve duygu düzenleme g c l g  ilişkisinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Obsesif kompulsif bozukluk (OKB), sürekli, istenmeyen düşünceler ve tekrarlayıcı davranışlar ile belirli, dalgalı bir seyir gösteren ve önemli derecede işlevsellik kaybına neden olan ruhsal bir bozukluktur. Duygu düzenleme g c l g  ise kişinin kendi duygularını bilmekte ve bu duyguları düzenlemek için hedef ve stratejiler belirlemekte zorlanmasını yahut bu yeterlilikleri ortaya koyamamasını ifade etmektedir. Kompulsiyonların rahatsız edici duygu ve düşüncelerden kurtulmak için geliştiği, yani bir nevi duygu düzenleme mekanizması görevi g rd g  göz önünde bulundurulduğunda bağlanmayla ilişkisi araştırılan OKB'de duygu düzenleme Şekillerinin oynadığı rolün araştırılması önem kazanmaktadır. Bu durum terapi uygulamaları ile tedavi yanıtları için yeni araştırmalara y n vermekle birlikte, OKB tedavisinde daha etkili terapi uygulamalarının geliştirilmesine olanak sağlayabilmektedir. Araştırmaya, Türkçe ya da İngilizce olarak yazılmış ve 1991-2022 tarih aralığını kapsayan ilgili çalışmalar dahil edilmiştir. Makale ve tezlerin taraması, yalnızca Y k Tez, Dergipark, ApaPsycnet, Pubmed, Clinical Key, ScieneDirect, ResarchGate, Sagejournals, Taylor & Francis ve JStor siteleri üzerinden sağlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Obsesif kompulsif bozukluk, obsesyon, kompulsiyon, duygu, duygu düzenleme g c l g 

Evaluation of the Relationship between Obsessive Compulsive Disorder and Difficulty in Emotion Regulation

Abstract

The aim of this study is to evaluate the relationship between obsessive compulsive disorder and difficulty in emotion regulation. Obsessive-compulsive disorder (OCD) is a mental disorder that shows a fluctuating course characterized by persistent, unwanted



Derleme Makale (Review Article)

Geliş/Received: 20.01.2022

Kabul/Accepted: 28.02.2023

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.1060688>

* Dr.  gr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Psikoloji Bölümü, İstanbul, Türkiye. E-posta: haydehfaraji@aydin.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5306-6546>

** Uzm. Psk., İstanbul, Türkiye. E-posta: psk.dilaraparlak@gmail.com

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-6854-1231>

*** Prof. Dr., İstanbul Aydın Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, İstanbul, Türkiye.

E-posta: aertantezcan@aydin.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1868-1655>

thoughts and repetitive behaviors and causes significant loss of functionality. Difficulty in emotion regulation means that the person knows his own emotions and has difficulty in determining goals and strategies to regulate these emotions, or that he cannot reveal these competencies. Considering that compulsions develop to get rid of disturbing feelings and thoughts, that is, they act as a kind of emotion regulation mechanism, it becomes important to investigate the role of emotion regulation styles in OCD, whose relationship with attachment is investigated. While this situation directs new researches for therapy applications and treatment responses, it may enable the development of more effective therapy applications in the treatment of OCD. Related studies written in Turkish or English and covering the date range of 1991-2022 were included in the research. Articles and theses were searched only through Yok Tez, Dergipark, ApaPsycnet, Pubmed, Clinical Key, Sciencedirect, ResearchGate, Sagejournals, Taylor & Francis and Jstor sites.

Keywords: Obsessive compulsive disorder, obsession, compulsion, emotion, emotion regulation difficulty

Giriş

Obsesif Kompulsif Bozukluk (OKB); zorla ya da istenmeden gelen, kişide anksiyete uyandıran, yineleyici ve sürekli düşünce, dürtü ya da düşlemlerden ve bunları baskılayıp kurtulabilmek ya da bu yarattığı sıkıntıyı en aza indirebilmek amacıyla katı ve kuralcı bir şekilde kişinin kendini yapmaktan alıkoymadığı davranış ya da zihinsel eylemlerle kategorize ruhsal bozukluktur (APA, 2013).

Duygu düzenleme kavramı, bireylerin hedeflerine ulaşabilmek için duygusal yanıtlarını gözlemlemek ve değiştirebilmek amacıyla kullandıkları içsel ve dışsal süreçleri ifade etmektedir (Thompson, 1991; Gross, 1999). Duygu düzenleme, bireyin hangi duyguya sahip olduğu, bunu nasıl deneyimlediği ve nasıl ifade ettiği üzerine etkili süreçler olarak ifade edilebilmektedir (Gross, 1998).

Duygular, çeşitli uyaranların "önemli" olarak algılamasına ve değerlendirmesine neden olarak obsesyonların oluşumuna katkıda bulunabilmektedir (Oatley & Johnson-Laird, 2014). OKB'de birçok duygu deneyimlenmekte ancak özellikle kaygı, öfke, tikslenme, suçluluk ve korku ile ilgili duygulara vurgu yapılmaktadır. Bu duygular OKB'de sık ve önemli düzeyde yaşanmakta ve OKB'nin ortaya çıkması ve devam etmesinde önemli bir rol oynamaktadırlar (Salkovskis & Millar, 2016).

OKB'de içinde bulunulan olumsuz duygudurum, olumsuz düşünce ve inançların artışına, olumsuz düşünce ve inanç artışı ise döngüsel biçimde olumsuz duygularda artışa yol açmakta güvenlik sağlayıcı davranışların ortaya çıkmasını tetiklemektedir (cf. Clark & Purdon, 2016; Salkovskis & Millar, 2016). Duygu düzenleme güçlüğü ile ilişkili olan depresyon ve anksiyete OKB ile de yüksek düzeyde ilişki sergilemektedir (Rees et al., 2014). OKB hastaları arasındaki depresyonda, saplantılı düşüncelerin yanlış yorumlanmasının önemli bir rolü bulunmaktadır (Yap, Mogan & Kyrios, 2012). OKB'si olan bireylerin %60 ila %80'i en az bir majör depresif dönem (MDE) yaşamıştır ve OKB ile yaygın anksiyete bozukluğu (YAB) arasındaki yaşam boyu komorbidite %30'dur. Bu rakamlar, genel nüfusta MDE (%28,2) ve YAB (%3,7) yaşam boyu yaygınlığından önemli ölçüde yüksektir (Yap et al., 2018) .

OKB ile ilişkili alanyazında birçok çalışma olmasına rağmen belirti boyutlarında duygular ya da duygu düzenleme güçlüğü ile ilgili değerlendirmelerin olduğu çalışma kısıtlıdır. Obsesif Kompulsif belirtilerin açıklanabilmesi için duyguların ve duygu düzenleme güçlüğü ile ilgili olumsuz değerlendirmelerin de dikkate alınması oldukça önem arz etmektedir. Bu çalışmanın yapılmasının amacı, alanyazındaki çalışmalarını da

dikkate alarak OKB ile duygu düzenleme güçlüğü ilişkisini araştırmaktır. OKB'nin psikiyatride sık rastlanan bir bozukluk olması, hastaların yaşam kaliteleri ve toplumsal işlevlerinde bozulmalara yol açması ve giderek artan bir halk sağlığı problemi olması, konuya verilen önemi arttırmaktadır.

1. Obsesif Kompulsif Bozukluk

Obsesyon kelimesi Latince kuşatma anlamına gelen "obsidere" kelimesinden gelmektedir (Yazıcı, 2018). OKB; klinik olarak obsesyon ve kompulsiyonların sıklıkla birlikte görüldüğü, ancak tanı koymak için obsesyon ya da kompulsiyonlardan birinin varlığının yeterli olduğu, bireyde yeti kaybına neden olan bir beyin hastalığıdır (Tezcan & Faraji, 2020).

Obsesyonlar (saplantılar) kaygıya sebebiyet veren, istemsizce tekrar eden, bireyin saçma ve yanlış olduğunu bildiği, rahatsız edici, benliğe yabancı (ego-dystonic) düşünce, dürtü (impuls) ya da imajlardır. Obsesyonlar, kişi tarafından takıntı, saplantı, evham olarak tanımlanmaktadır. Birey, genellikle tekrarlayıcı düşünce ya da görüntülerin saçma ya da anlamsız olduğunu bilmektedir. OKB'li hastaların bir kısmı ise obsesyonları saçma olarak değerlendirmemektedir. Bu durum, bu kişilerde iç görünümün az olduğuna işaret etmektedir (Tükel & Alkın, 2006). Başka bir tanımda ise OKB, obsesyon ve/veya kompulsiyonlarla karakterize, işlevsellikte akademik, sosyal, kişilerarası ilişkiler ve mesleki alanlarda bozulmaya neden olan, kronik seyreden, psikiyatrik bozukluk olarak ifade edilmektedir (Sadock vd, 2007).

Kompulsiyonlar ise obsesyonların sebep olduğu sıkıntı duygusunu azaltmak için yapılan, tekrarlayıcı davranışlar (örneğin yıkama/temizleme, sıralama, kontrol etme) veya zihinsel eylemler (örneğin dua etme, sayı sayma, kelime tekrarlama) olarak tanımlanmaktadır (APA, 2013). Birey, kompulsiyonların aşırı ya da anlamsız olduğunun farkındadır. Kompulsiyonların amacı, hoşnutluk veya memnuniyet sağlamak değil, kaygıyı önlemek veya azaltmaktır. Kompulsif davranışlar, çoğu kez bir obsesyonun başlattığı, tekrarlayıcı ve istemli davranışlardır; genellikle kalıplaşmıştır veya kuralları kişiye özgü olarak belirlenmiştir. Bu davranışlar kaygının geçici olarak azalmasını sağlamaktadır. Ancak tekrarlı kullanımları paradoksal şekilde kompulsiyonların kaygı kaynağı haline dönüşmesine neden olmaktadır. Rachman ve Hodgson'a (1980) göre etkisizleştirme, kompulsif davranışlarla sağlanabileceği gibi, zihinsel kompulsiyonlar da yapılabilmekte, sürecin zihinsel olup bitmesi, kompulsiyonun olmadığı izlenimine neden olabilmektedir. Örneğin, obsesyonun tersi olan bir başka düşünce ya da imge yaratmaya çalışma gibi. Bunlara "obsesyonel düşünceler (ruminations)" veya "örtük kompulsiyonlar" denilebilmektedir (Güleç, 1998).

2. Obsesyon ve Kompulsiyon Türleri

OKB, belirti içeriklerinin birbirinden farklı olması ve bu farklı alt-tiplerin tedavilere farklı yanıtlar vermesi bakımından diğer ruhsal bozukluklardan ayrılmaktadır. Bir OKB olgusunda birden fazla alt-tipte obsesyon ve kompulsiyon bir arada bulunabilmektedir. Yine de, gözlenebilir derecede açık belirtileri ele almak, OKB alt-tiplerinin tanımlanmasında en yaygın yaklaşım olarak düşünülmektedir.

OKB'nin bütün toplumlarda en sık görülen alt-tipleri kirlenme/bulaşma (kontaminasyon) ve kuşku obsesyonları ile temizlik (temizlenme/temizleme) ve kontrol kompulsiyonlarıdır. Bunları, ülkeden ülkeye, hatta aynı ülkede farklı yerleşim bölgelerine göre değişen diğer obsesyon ve kompulsiyon alt-tipleri takip etmektedir (Tezcan & Faraji, 2020).

En yaygın biçimde karşılaşılan obsesyon ve kompulsiyon türlerini aşağıdaki gibi maddelemek mümkündür (Lensi vd., 1996; Eğrilmez vd., 1997; Bayraktar, 1997; Menzies de Silva, 2003; Sağlam, 2007; Tezcan ve Faraji, 2020);

• **Kuşku/Şüphe Obsesyonları:** Birey, bir işi yapıp yapmadığından ya da yeterince doğru yapıp yapmadığından şüphe duymaktadır. Birçok hastada kuşku obsesyonlarına sayma, cinsel ve dinsel obsesyonlar, kirlenme, zarar verme, kıskançlık obsesyonları ve çoğunlukla kontrol etme kompulsiyonu eşlik etmektedir.

• **Kontrol Kompulsiyonu:** Kontrol (denetleme) davranışı aslında insanın yapısında var olan, var olması gereken bir davranıştır. Kontrol etmenin, insanoğlunun başına gelebilecek birçok felaketi de önleyebileceği tartışılmaz bir gerçektir. Ancak kapı kilitlerinin ve pencerelerin, elektrik düğmelerinin ve doğalgazın, olabilecek bir felaketi  nleme kaygısıyla sonsuz bir döngüye girilerek, saçma olduğunun bilinmesine rağmen defalarca kontrol edilmesi patolojiktir ve bu tür davranışlar **kontrol kompulsiyonu** olarak adlandırılmaktadır. Kontrol kompulsiyonunun altında yatan motivasyon; bir yandan oluşan kuşkuyu ve kuşkunun oluşturduğu kaygıyı yok etmek, korkusunu yönetebilmek iken, diğer yandan da insanları ve m lk  korumaktır. Olağan kontrol etme davranışından farklı olarak, çoğunlukla ortada bir Şey yokken, o anda ya da yakın gelecekte felaketle sonuçlanabilecek olasılıklar üzerine gerçekci olmayan bir odaklanma söz konusudur. Yaşamın birçok alanında son derece makul ve mantıklı olan birey, kontrol etme kompulsiyonu karşısında engel olamadığı bir baskı ile karşı karşıyadır.

• **Kirlenme/Bulaşma Obsesyonları:** Birey görülemeyen mikrop, pis ya da kir tarafından kirleneceği kaygısıyla yaşamaktadır. OKB tanısı alan hastaların yaklaşık %60'nda kirlenme obsesyonları mevcuttur. Kirli olduğu düşünülen tüm mekânlardan (okullar, hastaneler, oteller vb) uzak durmaları gerektiği, aksi taktirde insanlardan toz, mikrop, idrar, dışkı, meni gibi kaçınılması zor nesnelerin bulaşabileceği kaygısını taşırmaktadırlar.

Ufak bir temasla ya da yanından geçmesiyle dahi bahsedilen unsurların ona bulaşacağını düşünmektedirler. Her Şeyi ve her yeri kirlenme ve bulaşma kaynağı olarak görebilirler.

Bu obsesyona çoğunlukla yıkama/temizleme kompulsiyonu ya da kaçınma davranışı eşlik etmektedir. Kirli olduğunu kendilerinin belirledikleri yerlere asla gitmezler ya da bu tip yerlerden uzaklaşarak yollarına devam etmektedirler. Kirlenme obsesyonlarına bağlı kaçınma davranışını uyaran diğer bir etmen; iğrenmedir. Kirlenme obsesyonu çok fazla olan bireyler aynı yoğunlukta iğrenme duygusu yaşamaktadırlar.

• **Temizlik/Temizleme Kompulsiyonları:** Kirlenme/bulaşma obsesyonlarına eşlik eden ve açıkça gözlemlenebilir kompulsiyonlar; temizlik kompulsiyonlarıdır. Çoğunlukla yineleyici tarzda ve uzun süreli el yıkamaları, banyoda uzun saatler kalma, evin, eşyaların temizlenmesi, silinmesi, çamaşırların, eve alınan her Şeyin yıkanması şeklinde görülmektedir.

Hastalar, herhangi bir pislik tehlikesi olmadan temizlikle meşguldür ve onları hiç kimse bu tutumlarından caydırınamamaktadır. Temizlik/temizleme kompulsiyonlarının en önemli bölümünü oluşturan yıkama davranışı, kadınlarda erkeklerden çok daha fazla ortaya çıkmaktadır.

• **Cinsel Obsesyonlar:** Birey, kendisine ya da diğerlerine yönelik sapkınlık olarak tanımlanabilecek cinsel dürtü ve imgelere sahiptir. Sevdiklerine ve insanlara zarar verme potansiyeli olan tehlikeli insanlar olduklarını düşünerek kendilerinden ve diğer insanlardan utanmakta, uzak durmakta ve sosyal ilişkileri ileri derecede bozulabilmektedir. Utanma duygusu bu sıkıntılarını kimseyle paylaşamamaya, dolayısıyla yardım aramamaya sevk ederek, uzun süreçte hem sıkıntılarını daha da arttıran bir duruma girmelerine neden olmakta, hem de kimseye kolay kolay aılamadıkları için tedavi başvuruları gecikebilmektedir. Bu obsesyona en fazla kontrol etme, kaçınma,

sorma/tekrarlama, dokunma/dokunmama, utandırıcı davranış ve yıkama/temizleme kompulsiyonları eşlik etmektedir.

• **Dinsel Obsesyonlar:** Bireyin, ahlaki ve dini değerlere karşı başkaldırısı şeklinde görülmektedir. Yaygınlık oranı kültürden kültüre değişkenlik gösterebilmektedir. Saldırganlık, cinsel ve dini obsesyonları olan OKB'li bireylerin suçluluk duyguları eşliğinde depresyon geçirme oranı yüksektir.

Dinsel obsesyonlarda kullanılan kompulsiyonlar ise oldukça fazladır. Aşırı düzeyde ibadet, dua, tövbe, zikir (dua/ tövbe obsesyonları), temizlik obsesyonları, ibadetinin mükemmel olduğuna kendini ikna edene kadar tekrar etme kompulsiyonları, dini sorumlulukları tam yapıp yapmadığından emin olmak ya da günahkâr olup olmadığını ya da cehenneme gidip gitmeyeceğini netleştirmek için onay arayıcı davranış olarak yakınlarına biktırırçasına soru sorma kompulsiyonları, zararlı olduğunu düşündüğü dinsel düşüncelerden, konulardan, namaz kılmaktan, inançsızlığı çağrıştıran kişi ve mekanlardan kaçınma kompulsiyonları, Tanrı ile zihinsel uzlaşma kompulsiyonları görülmektedir.

• **Simetri/Düzen Obsesyonları:** Birey, her şeyin düzgün ve hatasız olması gerektiğini düşünmekte ve bunun gerekliliğini vurgulamaktadır. Bu obsesyona sıklıkla, kontrol etme, sayma, sıralama gibi kompulsiyonlar eşlik etmektedir.

Hasta devamlı tamamlama, sıralama ve düzenleme peşindedir. Oluşturduğu düzen bozulursa çok ciddi kaygı yaşamaktadırlar. Simetrisi olan obsesiflerde sıklıkla görülen bir başka noktada mükemmeliyetçiliğin zirve yapmasıdır. Hastalarda içsel nitelikli bir mükemmel olamama duygusu söz konusudur. Yine bu hastalarda kendilerini ve çevrelerini korumak için sıklıkla çevrelerine müdahale ettikleri görülmektedir. Çevrelerindeki nesnelere düzene koymazlarsa aile bireylerinden birinin başına bir kaza geleceği, hastalanacağı gibi düşünceler kişileri nesnelere bu obsesyonları yansızlaştırmak için düzenlemeye zorlamaktadır.

• **Zarar Görme ve Zarar Verme Obsesyonları:** Zarar verme obsesyonları, bazı çalışmalarda "kabul edilemez obsesif düşünceler" başlığı altında, cinsel obsesyonlar ve dinsel obsesyonlarla birlikte ele alınmaktadır. Ancak bu çalışmada ayrı bir madde de açıklanması uygun bulunmuştur. Bu obsesyonlara genelde, kaçınma davranışları, zihinsel kaçınma, güvenlik / emniyet, sorma / tekrarlama, utandırıcı davranış, dokunma / dokunmama ve kontrol kompulsiyonlar eşlik etmektedir.

Zarar verme obsesyonları, elinde olmadan başkalarına saldırgan davranışlarda bulunacağı, kendine, yakınlarına ve tanımadığı insanlara sözel saldırıda bulunabileceği ve fiziksel zarar vereceği şeklindeki saplantılardır. Özellikle çocuklarına ve eşine zarar vermeyeceği konusunda emin olamama gibi bir düşünceye saplanan kişi, sevdiklerine zarar vereceği düşüncesini zihninden uzaklaştırmak için, başka bir nötr cümleyi içinden tekrarlayabilmektedir.

Zarar görme korkusu, tek başına, özellikle yaygın kaygı bozukluğunun önemli ve tanı koydurucu bir belirtisidir ve çoğunlukla annelerde görülmektedir. Böyle durumlarda hastanın sızlanmalarını, meraklarını, kuşku, korku ve kaygılarını zihninden uzaklaştırmak kolay olmamaktadır.

• **Hastalık Obsesyonları:** Birey, hastalığa yakalanıp bir daha iyileşemeyeceğini düşünmektedir. Bu sebeple, sürekli olarak hastalıktan kaçınma çabası ile gündemdedir.

Hastalık obsesyonları olan OKB'li hastaların klinik görünümünde, tabloya hastalık/hastalıklar ile ilgili kaygı ve korkunun obsesyon düzeyinde hakim olduğu görülmektedir.

• **Birikirme / Saklama Kompulsiyonları:** Birey, maddi ya da manevi değere bağlı olmaksızın eşyaları saklama ihtiyacı duymaktadır. Kişi ya lazım olursa düşüncesiyle eşyalarını atmak istememekte ve böylelikle gün geçtikçe yaşam alanı kısıtlanmaktadır.

• ** l m Obsesyonları:**  l m obsesyonları ölüm korkusunu içerir. Ölüm korkusu tüm korkuların kaynağı olup ölüm obsesyonlarında; artık yaŐamamaktan, varlığımızın devamı olamayacağından nasıl can verileceğinden, ölüm sırasında denetimin kaybedileceğinden, toprak altında ne yapılacağından, diri diri gömülmekten, ölümden sonra geride kalan yakınlarına neler olacağından ya da öbür dünya yaşamında neler olacağından, bilinmezlikten kaygılanılmaktadır. OKB'de de ölüm obsesyonları diğer obsesyon alt-tipleri, özellikle hastalık obsesyonları ve dinsel obsesyonlarla birlikte ortaya çıkmaktadır.

• **Sayma Obsesyon ve Kompulsiyonları:** Obsesiflerin  vrelerindeki nesnelerin sayısını bilmek yönünde obsesyonel bir gereksinim duyması ve bu durum karşısında sonsuz bir kompulsif sayma ve kontrol etme ritüellerine baŐvurmasına sıklıkla karŐılaŐılmaktadır. İlginç olan, saymanın hem obsesyon, hem de kompulsiyon olarak ortaya çıkması ve ritüel özelliği kazanmıŐ olmasıdır.

Bazı obsesif hastalar, herhangi bir günlük aktiviteyi belirli sayıda yapmazlarsa, iŐlerinin yolunda gitmeyeceğini d Őunerek sayma davranıŐında bulunmaktadırlar. Buradaki sayma davranışları da birer kompulsiyondur.

• **Romantik İlişki Obsesyon ve Kompulsiyonları:** Bu tür obsesyonlar, bir kişinin partnerine duyduğu sevgi, partnerinin de o kişiye yönelik sevgisi ya da aralarındaki ilişkinin doğruluğu ile ilgili obsesyonları içermektedir. Bu kişilerin zihinlerinde partnerlerini gerçekten sevip sevmedikleri, partnerlerinin kendilerini gerçekten sevip sevmediği, içinde buldukları ilişkinin kendileri için doğru olup olmadığı Şeklinde obsesyonlar bulunması söz konusudur.

Bu obsesyonlara kontrol etme, karşılaştırma, onay arama ve yok sayma gibi kompulsif davranışlar sıklıkla eşlik etmektedir. Kişi sık sık partnerini gerçekten sevip sevmediğini kontrol etmeye, ilişkisini  vresinde g rd ğu diğer ilişkilerle karŐılaŐtırmaya, partnerinin kendisini gerçekten sevip sevmediğine ilişkin güvence aramak ya da obsesyonların ortaya çıkardığı kaygıyı azaltmak için, partneriyle mutlu olduğu anları zihninde canlandırma gibi davranışlar sergileyerek ciddi bir zaman kaybı ile karşıya kalmaktadır.

OKB tanısı almış kişiler sahip oldukları içgörü seviyesine göre de sınıflandırılmaktadır; iyi- orta düzeyde içgörülü alt tipi, zayıf içgörülü-içgörüsüz alt tipi ve sanrılı inançlar alt tipi. İyi ve orta düzeyde içgörü alt tipinde kişi obsesif kompulsif d Őuncelerin gerçeklikle ilgisi olmayabileceğinin ve bu d Őuncelerin yüksek ihtimalle doğru olmadığının farkındadırlar. Zayıf içgörü alt tipinde kişi, obsesif d Őuncelerin yüksek oranda doğru olduğuna inanmaktadır. İ g r s z/sanrılı d Őun ce alt tipinde ise kişi, bu d Őuncelerin geçerliliğine tamamen ikna olmuş durumdadır ve gerçeklik algısı zedelenmiŐ durumdadır (APA, 2013).

2.1. OKB DSM-5 Tanı Kriterleri

Obsesyonlar için egodistonik ifadesi ilk kez, DSM-III'te psikotik yaŐantılar ile obsesyonun ayrımı için yapılmıştır. OKB, Ruhsal ve Davranışsal Bozukluklar Sınıflandırması (ICD-10)'nda (WHO 1990) ise "Nevrotik, Strese Bağlı ve Somatoform Bozukluklar" içinde yer almıştır. DSM-III-R (APA 1987) ve DSM- IV'te (APA 1994) "Anksiyete Bozuklukları" yer alırken DSM'nin son sürümü olan DSM-5'te "Obsesif Kompulsif ve İlişkili Bozukluklar" adıyla yeni bir bölüm oluşturulmuş ve obsesif kompulsif bozukluk ve benzeyen bozukluklar alt başlık halinde incelenmiştir

DSM-5'e göre OKB tanı  l tleri Şekil 1'deki gibi açıklanmaktadır (APA, 2013);

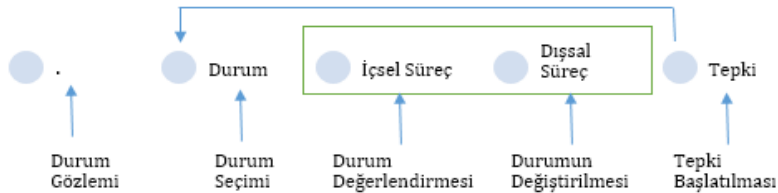
A. Obsesyonlar, kompulsiyonlar ya da her ikisinin birlikte varlığı	
Obsesyonlar aşağıdakilerden (1) ve (2) ile tanımlanır: 1) Süreğen biçimde, istenmeden gelen ve kişide kaygı ve/veya sıkıntıya neden olan, yineleyici ve sürekli düşünceler, dürtüler ya da düşlemler. 2) Kişi bu düşünceleri, dürtüleri ya da düşlemlerine önem vermemeye ya da bunları baskılamaya, başka bir düşünce ve/veya eylemle etkisizleştirmeye ya da başka bir düşünce ve/veya eylemle etkisini azaltmaya çalışır.	Kompulsiyonlar aşağıdakilerden (1) ve (2) ile tanımlanır: 1) Kompulsiyonlar, obsesyonlara karşılık olarak ortaya çıkan, katı biçimde uyulması gereken kurallara bağlı şekilde yapmaktan bireyin kendini alıkoyamadığı yineleyen davranışlar (Örneğin: el yıkama, düzene koyma, kontrol etme) ya da zihinsel eylemler (Örneğin: dua etme, sayı sayma, bir takım sözcükleri sessiz bir biçimde söyleyip durma) 2) Kompulsiyonları oluşturan davranış ve/veya zihinsel eylemler olumsuz duygudan kurtulma ya da etkisini düşürme motivasyonu ile ortaya çıkmakta ancak etkisizleştirilmesi ya da korunulması amaçlanan duruma gerçekçi bir ilişkiye sahip olmamakta yahut gerçekçi bir ilişki bulunsa da bu ilişkinin düzeyi fazlaca yüksek olarak algılanmaktadır.
B. Obsesyon ya da kompulsiyonlar belirgin bir sıkıntıya neden olur, zamanın boşa harcanmasına yol açar (günde bir saatten daha fazla zaman alırlar) ya da kişinin olağan günlük işlerini, mesleki (ya da eğitimle ilgili) işlevselliğini ya da olağan toplumsal etkinliklerini ya da ilişkilerini önemli ölçüde bozarlar.	

Tablo 1. DSM-5'e Göre OKB Tanı Ölçütleri

3. Duygu Düzenleme Kavramı

Duygu düzenleme, bireyin hedefine erişebilmesi amacıyla, yoğun özelliklere sahip duygusal tepkilerini yeniden gözden geçirme ve gerekirse değiştirmek için harekete geçirdiği içsel ve dışsal süreçler olarak tanımlanmaktadır. Duygu düzenleme; kişinin kendi duygularını bilmesi, duygularını düzenlemek için hedefler ve stratejiler belirlemesi ve bunları uygulayabilme becerisidir (Faraji ve Tezcan, 2022). Duygu düzenleme içerisinde, yeni bir duygusal tepkinin başlatılması veya sürmekte olan duygusal tepkinin değiştirilmesi süreçleri yer almaktadır (Ochsner & Gross, 2005). Duygu düzenlemenin bazı bileşenlerini; bireyin duygularını düzenleyebilmesi, bireyin diğerleri tarafından oluşturulan duygularını düzenleyebilmesi, bireyin duygunun kendini düzenleyebilmesi ve duygunun altında yatan özellikleri düzenleyebilmesi olarak sıralamak mümkündür (Thompson & Calkins, 1996).

Duygu düzenleme kontrolsüz ya da kontrollü, amaçlı ya da amaçsız, bilinçsiz ya da bilinçli bir şekilde gerçekleşebilmekte ve duyguyu deneyimleme ve ifade etmeyi farklı şekillerde etkileyebilmektedir. Koole (2009) duygu düzenlemeyi duygularla baş etmeye dair işlemlerin tamamı olarak tanımlamıştır.



Şekil 1. Duygu Düzenleme

4. Duygu Düzenleme G c l g 

Duyguları düzenlemek için uygun stratejileri belirleyebilme becerisi olan duygu düzenleme olumlu ve olumsuz duyguları deneyimleme ve ayrıştırabilme ile g c l  duyguları düzenleyebilme becerilerinden oluşan çok boyutlu bir yapıdır (Gross, 2002).

Duygu düzenlemede g c l k tetikleyici bir uyarın karşısında o kişinin duygusal yanıtını düzenlemesinde ve kontrol etmesinde yetersizlik olmasındır. Bu aynı zamanda "duygusal hiperreaktivite" olarak da tanımlanabilir. Hayatta herkes, çoğu kez olaylara maruz kalmakta ve ilişkide anlaşmazlığa düşme, kişisel eleştiriye uğrama veya terk edilmiş algılanma gibi etkileşimlere uğramaktadır. Duygu düzenlemede g c l k yaşayan kişi bu evre ve kişilerarası zorluklara duygusal olarak abartılı bir Şekilde tepki vermekte, öfke patlamaları, ağlamalar, pasif-agresif davranışlar, kaos yaratma, suçlama veya çatışma söz konusu olabilmektedir. Bu  zellikler, genellikle yüksek çatışmalı kişiliğin bir parçası olarak tarif edilmektedir (Kavurma, 2014).

Duygu düzenleme g c l n ; farkındalık, duygusal tepkileri anlama ve kabul,  zg nken hedef odaklı davranabilme, dürtüsel davranıştan kaçınabilme ve duruma özgü etkili duygu düzenleme stratejisini devreye sokma alanlarından biri ya da birkaçındaki bozukluk olarak tariflenmektedir. Duygu düzenleme g c l g  biyolojik temelleri olan, yaşamın erken dönemlerinde ebeveynlerle ilişkiler başta olmak üzere evre ve sosyal ilişkilerdeki deneyimlerden etkilenen kompleks bir sorundur (Yap vd., 2007; Farajı ve Tezcan, 2022).

Duygu düzenleme g c l g  çeşitli psikopatolojiler ile ilişkilendirilmektedir (Gratz vd., 2009; Dimaggio vd., 2017).

Cole vd. (2017), dört çeşit duygu düzenleme g c l g  tanımlamışlardır:

1. Duyguları düzenleme girişimlerinin başarısızlığa uğraması sonucu duyguları tahammül edilememektedir ( rn. yaygın anksiyete bozukluğu/depresyon)
2. Duygular uygun davranışın gösterilmesini engel olmaktadır ( rn. yıkıcı davranış bozuklukları)
3. Duygu durum ve koşullarla uyumsuz olarak ortaya çıkmaktadır ( rn. katı-duygusuz özellikler /travma sonrası stres bozukluğu)
4. Duygular ani, hızlı ya da oldukça yavaş biçimde değişmektedir ( rn. bipolar bozukluk).

Duygu düzenleme g c l g , duygusal olarak uyarıcı durumların olumsuz değerlendirildiği, duygusal farkındalığın yetersiz olduğu, duygusal ifadenin kontrolünde öz-yeterliliğin sınırlı olduğu durumlarda ortaya çıkmaktadır. Buna karşılık, bu durum yalnızca uyumsuz duygusal yanıt verme ile sınırlı olmayıp, aynı zamanda duyguların kalıcılık, değişkenlik, yoğunluk ve yükselme süresi gibi dinamik değerlerinde, bağlama uygun bile olsa değişkenlik ve bozulma ile de ilişkilidir (Thompson, 2019).

Gratz ve Roemer (2004)'e göre, duygu düzenleme stratejilerinin, altı boyutu olduğu ifade edilmektedir. Bunlardan ilki olan duygusal tepkilerin kabul edilmemesi; " zg n olduğumda kendimden hoşlanmıyorum" ifadesinde olduğu gibi, bireylerin yaşadıkları duyguları kabul etmeyişleri sonucu daha fazla olumsuz duyguya maruz kaldıklarını ifade etmektedir. İkincisi duygusal farkındalığın kısıtlılığıdır. "Ben duygularım konusunda dikkatli davranırım." ifadesinde olduğu gibi, duyguların denetim altında tutulması ya da görmezden gelinmesi durumlarını kapsamaktadır.  c ncüsü olan duygusal açıklığın noksanlığı "Duygularımı anlamlandırmakta zorluk yaşıyorum" ifadesinde g r ld ğu gibi, bireyin deneyimlemekte olduğu duyguyu tanımakta zorlanmasındır. Dördüncü "Mutsuz olduğum zamanlarda kontrolde çıkıyorum" ifadesinde g r ld ğu gibi olumsuz duyguların dürtüsellik eğilimini arttırmasıdır. Beşinci hedef yönelimli davranma g c l g  olarak tanımlanmakta "Mutsuz olduğum zaman

yapmam gereken işleri tamamlamakta zorlanıyorum" ifadesinde olduğu gibi olumsuz duyguların bireyin özgün bir göreve odaklanmasını engellemesini ya da bölmesini ifade etmektedir. Etkili olmayan duygu düzenleme stratejilerinin sonucusu "Mutsuz olduğum zaman, iyi hissetmek için yapılabilecek hiçbir şey olmadığına inanırım" gibi söylemlerle ifade edildiğ  görülen duygu düzenleme stratejilerine sınırlı erişimdir.

Duygular sosyal karşılaşmaları düzenlemek, ötekiler ve onları niyetleri hakkında bilgi iletmek gibi iletişimsel ve sosyal işlevler yürütmektedir. Duygu düzenleme becerileri içsel ve sosyal ipuçları yorumlamaya yardımcı olarak sosyal ilişkilere rehberlik etmekte ve böylece kişilerarası ilişkileri dolaylı şekilde etkilemektedir (Gratz ve Roemer, 2004).

Duygu düzenlemede güçlük DSM-5'te bulunan psikiyatrik bozuklukların birçoğunda bulunan bir özelliktir (APA, 2013). Ancak bazı psikolojik hastalıklarda duygu düzenlemede güçlük baskın bir karakteristiktir. Duygu düzenleme becerisindeki zayıflık ve duygusal oynaklık başta (Gratz vd., 2009) olmak üzere alkol madde kullanımı, yeme bozuklukları, obsesif kompulsif bozukluk, duygudurum ve anksiyete bozuklukları gibi pek çok psikopatolojinin ortaya çıkışında ya da devamlılığında rol oynamaktadır (Bardeen vd., 2013; Ouellet vd., 2019). Duygu düzenleme güçlüğünün aynı zamanda yetişkin bağlanma biçimlerini açıklayan bir faktör olduğ  belirtilmektedir (Faraji ve  elik, 2021).

Duygu düzenlemede güçlük, tartişıldığı gibi genellikle bir psikolojik durumun parçasıdır. Duygu düzenleme güçlüğünün seyri genellikle değişken olup altında yatan durumun ciddiliğine bağlıdır. Uygun tedavinin başlanması, etkili psikoterapi, uyku ve stres yönetimi ve psiko-eğitim duygu düzenlemede güçlüğü olan kişilerin hayat kalitesini anlamlı olarak geliştirebilmektedir. Duygu düzenlemede güçlüğü olan bireylere yardımcı olmakta Bilişsel Davranışsal Terapi (BDT) olumlu sonuçlar verdiğ  bildirilmektedir. BDT kişilere kendini tanıma ve bilişsel yeniden yapılandırma sayesinde yaşamlarını, duygularını ve kendilerini kontrol altına almayı nasıl öğreneceklerini göstermektedir (Bardeen vd., 2013).

5. OKB ve Duygu Düzenleme Güçlüğü İlişkisi

Kompulsiyonların rahatsız edici duygu ve düşüncelerden kurtulmak için geliştiğ , bir nevi duygu düzenleme mekanizması görevi gördüğü göz önünde bulundurulduğunda OKB'de duygu düzenleme şekillerinin oynadığı rolün araştırılması önem kazanmaktadır.

Duygu düzenleme literatürü, OKB bireylerin duyguları olumsuz olarak yorumladığı dolaylı olarak kanıtlamıştır (Goldberg vd., 2016). Olumsuz yorumlanan duyguları azaltma ihtiyacı ve buna eşlik eden olumsuz değerlendirmeler, OKB'de güçlü bir kontrol arzusunun ve belirsizliğe tahammülsüzlüğün bir sonucudur (Carleton, 2016). Bu durum güven duygusunda temel bir eksikliğe ve güven duygusunun aşırı kontrol ile maladaptif biçimde elde edilme çabasına işaret etmektedir (Akan, 2014). Bu nedenle, duygulara yönelik aşırı duyarlılık ve duyguların kabul edilmemesi, hem duygusal olarak yüklü uyaranlardan kaçınmaya hem de kompulsiyonları harekete geçirmeye ve olumsuz duyguları ortadan kaldırmaya çalışan güvenceye arama stratejisinin kullanımına yol açmaktadır. Güvence arama gibi etkisiz stratejilerin kullanılması ise her zamankinden daha karmaşık rutinlerin ve ritüellerin detaylandırılmasına neden olmaktadır (Yap vd., 2018). Bu noktada kompulsiyonların maladaptif duygu düzenleme stratejileri olarak kullanıldığı görülmektedir (K lz, 2010).

Obsesyonel düşünceler ile duygu düzenleme güçlüğü arasında ilişki bulunduğ  belirlenmiştir (Bergman vd., 2018). Obsesif kompulsif bozukluk (OKB), duygu düzenleme bozukluklarıyla, yani bastırma gibi uyumsuz stratejilerin sık kullanımını ve yeniden değerlendirme stratejilerinin kullanımını azalmasıyla ilişkilidir (Yazıcı ve Yazıcı, 2019; Ferreira vd., 2021). Bastırma, kişinin duygusal olarak ifade edici davranışını azaltmaya çalıştığı ve artan olumsuz duygu ve azalan olumlu duygu ile bağlantılı olduğ  davranışsal

odaklı bir stratejidir (Gross, 2013). OKB'de sıklıkla kullanılan bastırma gibi uyumsuz duygu düzenleme stratejileri, zaman içinde obsesyonlara yanıt olarak artan sıkıntı ile ilişkilendirilirken, OKB'li bireylerin sıklıkla erişemediği kabullenme mekanizması sıkıntıyı azaltmaktadır (Najmi vd., 2009). OKB'deki sıkıntı işleminin OKB alt tipleri arasında benzer olduğunu ve duygu düzenleme ile ilgili ortak alta yatan nöral mekanizmaların (kaudat çekirdek ile kombinasyon halinde SMA ve dmPFC) aracılık ettiği belirtilmektedir (Thorsen vd., 2019, Pic -P rez vd., 2019). Allen ve Barlow (2009), duygu düzenleme becerilerindeki iyileşmelerin OKB şiddetindeki azalmalarla ilişkili olduğunu göstermiştir. Kompulsiyonlar, duyguları deneyimlemeyi bastırmanın veya bunlardan kaçınmanın bir yolu olarak görülebilir. Duyguya karşı olumsuz tepkiselliğin ve duyguların uyumsuz yönetiminin her ikisinin de kontrol etme davranışlarıyla ( zellikle nesnelere kontrol etme)  nemli ölçüde ilişkili olduğu belirlenmiştir (Coleman vd., 2011). Zaferoğlu (2018), çalışmasında duygu düzenleme becerilerinin, obsesif kompulsif belirtiler ile duygusal tepkisellik arasındaki ilişkiye tam aracılık ettiği görülmüştür.

Bilişsel modellere göre obsesyonların katastrofik yorumları ve kompulsiyonların işlevsiz duygu düzenleme yöntemleri olarak kullanılması bozukluğu sürdürmektedir (Calkins vd., 2013). Katastrofik yorumlar ve felaketleştirme arttıkça obsesif inançları da artmaktadır (Ercan, 2015). Felaketleştirmenin yalnızca obsesif inançlara değil, tehdit algısı ve m kemmeliyetiliğe de aynı şekilde etki etmektedir. OKB'nin bilişsel modeline göre, olumsuz duygudurum hatalı bilişlerin artmasına ve obsesyonel düşüncelerin daha olumsuz değerlendirilmesine yol açmaktadır. Olumsuz duyguların OKB semptomlarını aktive etmesi, kişinin duygu düzenlemede daha fazla zorlanmasına, bu durum da OKB'nin şiddeti ve s reğenliğinde artışa yol açmaktadır. OKB'de duygu düzenleme ile ilgili güçlüklerin varlığı giderek artan kanıtlarla gösterilmektedir. OKB'li grupta, duygu tanıma ve tanımlama zorluğu olarak tarif edilen aleksitimi, anksiyeteye aşırı hassasiyet ve duygu düzenleme ile yakın ilişkisi olan stres intoleransının daha yüksek olduğu bildirilmiştir. Aynı zamanda duygu düzenleme g l g  ölçek puanlarının, OKB semptom düzeyi ve şiddeti ile pozitif yönde korelasyon gösterdiğini belirten araştırmalar mevcuttur. Fergus ve Bardeen (2014) duygu düzenleme güçlükleri alt faktörlerinden olan; duyguları baskılamaya, dürtü kontrol zorlukları, duygusal farkındalığın az olması ve duygusal netlik puanlarının OKB belirtilerini öngörmede önemli belirteçler olduğunu öne sürmüşlerdir.

Akan'a göre (2014), OKB tanısı alan bireylerin en sık kullandığı duygu düzenleme yöntemleri problem problem çözme, tepki değişimi, kaçınma ve dikkat dağıtma iken ruh sağlığı bozukluğu olmayan bireylerin problem çözme, durumu farklı açıdan değerlendirme, tepki değişimi ve kaçınma yaklaşımlarını benimsediği görülmüştür. Bir diğer bulgu da sağlıklı kontrol grubunda hissedilen mutluluğuun devamı için duygular ifade edip paylaşılıyorken OKB tanısı alanların bu mutluluğu sürdürmeye yönelik başarılı bir yöntemlerinin olmayışıdır. OKB'nin duygusal boyutunda geçmiş yıllarda hep kaygı ön plana çıkarılsa da suçluluk, utanma, öfke ve tiksintinin obsesyon ve kompulsiyonların başlamasında ve gelişmesinde önemli rol oynadığı, hatta bazı durumlarda sağlıklı bireylerde OKB görülmesinde risk faktörü olarak çalıştığı bilinmektedir (Akan, 2014; Cludius ve ark., 2021; Ferrante, ve D'Olimpio, 2022).

Duyguları zarar verici olarak algılama, belirli bir durum ve/veya koşula "tam doğru ve tam uygun olmayan" olarak görülen duyguları korkutucu ve uzak durulması, kaçınılması gereken olarak algılama, OKB semptomlarının ve obsesif kompulsif kişilik örgütlenmesinin belirleyicisi olabilmektedir (McWilliams, 2013). Biriktiricilik bozukluğu ve OKB'yi duygu düzenleme g l g  açısından karşılaştıran bir araştıрма, her psikopatolojiye sahip grupta da tüm alt faktörlerin kontrol grubuna göre anlamlı derecede yüksek olduğunu bildirmiştir. Ancak duygu düzenleme g l g  ölçek puanlarının, biriktiricilik bozukluğuuna göre OKB şiddetinin daha önemli bir belirleyicisi olduğunu tespit etmişlerdir (Fern ndez De La Cruz vd., 2013).

Tiksinme ile birlikte tiksinme duygusuyla ilişkili algılanan tehdit obsesif kompulsif semptomlarıyla ilişkilidir (McCubbin & Sampson, 2006). OKB'li bireyler tiksinme duyarlılığı açısından kontrol grubuyla karşılaştırıldığında, OKB grubunda daha yüksek tiksinme duyarlılığı ve tiksinme uyarıcıdan uzaklaşma daha fazla görülmüştür (Tsoo & McKay, 2004). Yüksek OKB semptom şiddeti olanlar ise düşük OKB semptom şiddeti olan hastalara göre daha çok tiksinme belirtmektedir (Olatunji, 2007). Tiksinti duymaya duyarlılık bireyleri OKB oluşumu için daha kırılğan ve savunmasız hale getirmektedir olup tiksinme duygusuyla ilişkili olarak algılanan tehdit en çok OKB'nin bulaş boyutu ile ilişkilidir (Smith vd., 2012; Knowles, 2018). Deacon ve Olatunji (2007), tiksinme duygusunun sık yaşantılanması ve tiksinme duyarlılığının yüksek olmasının, bulaş kaygısı ve bu kaygıyla ilintili kaçınmaları yordadığını saptamışlardır. Tiksinti duygusunun bulaş boyutu haricindeki OKB boyutları ile de ilişkili bulunduğu çalışmalar nispeten sınırlıdır (Olatunji, 2010; Ching vd., 2018). Tiksinme duyarlılığı, çürük gıda, atık ürünler, belirli hayvanlar, vücut zarfı ihlali, ölüm veya bulaşmaların bulaşması gibi bir dizi rahatsız edici uyarana yanıt olarak iğrenme yaşamaya yönelik bireysel yatkınlığı tanımlamaktadır (Olatunji vd. 2007). Tiksinme duyarlılığı, kontaminasyonla ilgili inançları, sıkıntıyı ve obsesif-kompulsif semptomları doğrudan etkiler (Moretz & McKay, 2008). Araştırmalar, sağlıklı gönüllülerde iğrenme provokasyonunun sinirsel bağıntılarında iğrenme/tiksinme duyarlılığının rolünü incelemiş ve duygu işlemeyle ilgili bölgelerle pozitif bir ilişki ve değerlendirme ve duygu düzenlemeyle ilgili bölgelerle negatif bir ilişki bulmuştur (Mataix-Cols vd., 2008; Schäfer vd., 2009). Tiksinme OKB'nin etiolojisinde ve sürdürülmesinde önemlidir. OKB tedavisinde yer alan maruz bırakma uygulamalarında, hastaların yaşamış oldukları korku ve kaygı azalırken tiksinme duygusunda benzer sonucun görülmediğini belirtmektedirler. Maruz bırakma öncesi yüksek tiksinmeye sahip olmak kaygının çok daha az azalması ve tüm süreçte düşmesinin yavaşlaması ile ilişkilendirilmiştir (Olatunji vd., 2009).

Obsesif kompulsif bozukluğa belirti boyutları açısından bakıldığında en çok bulaş/temizleme belirti boyutu ile ilişkili olabileceği düşünülür. Bulaş/temizleme belirtisi olan OKB grubu ve olmayan OKB ile kaygı bozukluğu olmayan kontroller karşılaştırıldığında; bulaş/temizleme belirtisi olan grupta tiksinme düzeylerini daha yüksek saptamışlardır (Tolin vd., 2002). Fiziksel ya da cinsel olarak saldırılarla karşılaşan bireylerle yapılan bir çalışmada ise tiksinme yoğunluğu bulaş ile ilgili obsesyon ya da kompulsiyonlarla ilişkili olduğunu belirlenmiştir (Badour vd., 2002). Kontaminasyon tipi OKB'si olan hastalar daha yüksek tiksinme/iğrenme duyarlılığı göstermektedir (Olatunji, Ebesutani, David, Fan & McGrath, 2011; Athey vd., 2015; Bhikram, Abi-Jaoude ve Sandor, 2017). Mancini ve D'olimpio (2001), OKB ile tiksinme duyarlılığı ilişkisine klinik olmayan örnekleme baktıklarında kaygı ve depresyon kontrol edildiğinde, tiksinme duyarlılığı obsesyon ve kompulsiyonların en önemli yordayıcısı olarak tespit etmişlerdir. Ayrıca tiksinme duyarlılığının yıkama ve kontrol semptomlarının en iyi yordayıcısı ve kaygı/depresyonun ise obsesif ruminasyon ve obsesif dürtünün en iyi yordayıcısı olduğunu belirtmişlerdir.

Kaygı, OKB'de çok sık ve önemli olarak yaşanmakta ve yine kaygı duyarlılığı OKB'nin başlaması ve devam etmesinde önemli olmaktadır. OKB'de kaygı duygusu tek başına yaşanabileceği gibi diğer duyguların yaşanması ya da varlığı ile ilgili algılanan tehditle de ortaya çıkabilmektedir (Smith vd., 2012). Stern vd. (2014) OKB semptomlarının (yıkama, kontrol etme, şüphe etme, sipariş verme, takıntılar, biriktirme ve nötralize etme) duyguların zayıf anlaşılması ve hem olumsuz hem de olumlu duygulardan korkma ile önemli ölçüde ilişkili olduğunu göstermiştir. Beklendiği gibi, OKB semptomlarının tüm alanları, kaygı korkusuyla önemli ölçüde ilişki göstermekteyken beklenmedik bir şekilde, depresif ruh hali, öfke ve olumlu duygular korkusuyla da ilişki göstermiştir. OKB semptomlarının yüksek seviyeleri ile hem olumsuz hem de olumlu

duygulardan korkma arasında gözlemlenen pozitif yönlü ilişkisellik yüksek OKB semptomları olan bireylerin, algılanan herhangi bir kontrol kaybından daha genel bir korkuya sahip oldukları şeklinde açıklanmaktadır (Moulding, & Kyrios, 2006).

OKB ile ilişkili temel duygulardan biri de suçluluktur (McCubbin & Sampson, 2006). Suçluluk duygusu kompulsiyonlara ve OKB'nin süregelenleşmesine neden olmaktadır (Mancini & Gangemi, 2004). Türk ve Kanadalı bireylerden oluşan örnekleme sahip bir çalışmada, sürekli suçluluğun OKB belirtilerini yordadığı gösterilmiştir (Inozu vd., 2012). OKB'de bulaş obsesyonları ile suçluluk pozitif ilişkilidir (Melli vd., 2015). Bireylere ahlaksız gelen anıları hatırlatma sonrasında temizleme/yıkama davranışlarının içte hissedilen temizliği arttırdığı bu davranışların hissedilen suçluluğu azaltmak için tekrar tekrar sergilenebileceği fakat hissedilen suçluluğun temizleme/yıkama davranışını artırabileceğini belirtilmektedir (Zhong vd., 2006). Suçluluk OKB boyutlarından zararlı ilişkili obsesyon ve kontrol ritüelleri ile ilişkilidir. Suçluluk duygusu şüphe obsesyonu ve kontrol kompulsiyonu ile ilişkilidir (Melli vd., 2015). Bir çalışmada, dahil edilen bireylere dikkat testi uygulanmış ve sonrasında suçluluk hissettiren ya da hissettirmeyen dönüşlerde bulunulmuştur. Çalışmada suçluluk korkusu obsesyon benzeri belirtiler ortaya çıkarmıştır (Mancini vd., 2004). OKB hastaları klinik olmayan örneklem ve anksiyete bozukluğu hastalarına göre daha fazla suçluluk hissetmeye eğilimlidir. Artmış sorumluluk ve suçluluk korkusu OKB hastalarında, kontrol ve anksiyete grubuna göre daha fazla kontrol davranışına sebep olmaktadır (Arntz vd., 2007).

Öfke OKB belirtilerini en güçlü olarak yordayan duygu olarak belirtilmiştir (McCubbin & Sampson, 2006). Öfke OKB'nin sıralama/düzen ve temizlenme belirtileri ile ilişkilidir (Whiteside vd., 2004). Whiteside vd.'nin (2004) klinik olmayan örnekleme yaptıkları çalışmanın sonucuna göre, obsesif kompulsif belirtilere sahip olanlar daha fazla öfke yaşamakta ve obsesif kompulsif belirtileri olmayanlara göre daha fazla bastırma eğiliminde olup öfkelerini daha az kontrol ettiklerini hissetmektedirler. Başka bir çalışmada kontrol kompulsiyonlarına sahip OKB hastalarının öfke düzeylerinin OKB'si olmayan bireylerden daha yüksek olduğu ancak öfkenin dışavurumunda gruplar arasında bir fark olmadığı belirlenmiştir (Moscovitch vd., 2007). Bununla birlikte Cludius vd.,'nin (2021) 48 OKB hastası ile 45 sağlıklı bireyi karşılaştırdıkları çalışmalarında durumluk öfke ve öfkeyi bastırmanın OKB'li bireylerde daha fazla olduğunu ve bireylerin yaşadığı bunun duygu düzenleme güçlüğüyle açıklanabileceğini belirtmektedir.

Sonuç ve Öneriler

OKB ile doğrudan ilişkili olan duyguların insan organizması için işlevsel bir değeri bulunmaktadır. Duygular bize dünya ve bizim bu dünyadaki yerimiz hakkında bilgi vermektedirler. Duygusal durumların başarılı bir şekilde düzenlenmesi sosyal uyum ve genel iyilik hali için önemlidir. Önemli yaşam amaçlarına ulaşmak, çok geniş bir ranjda bulunan duygusal durumlarla başa çıkılmasını ve bu duygusal durumlara katlanılmasını gerektirmektedir. Duyguların insan yaşamında, kişinin psikolojik işlevselliği ve yeterliği üzerinde bu kadar önemli bir rolünün olması, duyguları psikopatolojinin kavramsallaştırmasında merkezi bir konuma koymaktadır.

Tüm bu açıklamalar ve yapılan çalışmaların incelenmesi neticesinde, obsesif ve kompulsif belirtiler açısından kompulsif davranışlar ile hoş olmayan duygular ile baş etme ve yaşanan duyguların azaltılmasının amaçlandığı görülmektedir. Bu doğrultuda duygu düzenleme yaklaşımı çerçevesinde obsesyon ve kompulsiyonlar, obsesif kompulsif bozukluk değerlendirilmesi önem kazanmaktadır ve bu alanda yapılan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. İleriki çalışmalarda, farklı duyguların OKB'deki yerinin araştırılması sayesinde, OKB'nin etiolojisinde duygu düzenleme güçlüğüne ait rolün anlaşılmasına daha fazla ışık tutacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- AKAN, Ş. (2014). *Obsesif kompulsif bozukluk ve depresyon tanısı alan kişilerde duygu düzenleme süreçlerinin Gross'un süreç modeline göre incelenmesi* (Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- American Psychiatric Association (APA). (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders*, England, 5th Edition.
- ARNTZ, A., VONCKEN, M. ve GOOSEN, A. C. (2007). Responsibility and obsessive-compulsive disorder: an experimental test, *Behaviour Research and Therapy*, 45(3), 425-435.
- BADOUR, C. L., FELDNER, M. T., BABSON, K. A., BLUMENTHAL, H. ve DUTTON, C. E. (2013). Disgust, mental contamination, and posttraumatic stress: unique relations following sexual versus non-sexual assault, *Journal of Anxiety Disorders*, 27(1), 155-162.
- BARDEEN, J. R., KUMPULA, M. J., ORCUTT, H. K. (2013). Emotion regulation difficulties as a prospective predictor of posttraumatic stress symptoms following a mass shooting, *Journal of Anxiety Disorders*, 27(2), 188-196.
- BAYRAKTAR, E. (1997). Obsesif-kompulsif bozukluk, *Psikiyatri D nyası*, 1(1), 25-32.
- BERMAN, N. C., SHAW, A. M., & WILHELM, S. (2018). Emotion regulation in patients with obsessive compulsive disorder: Unique effects for those with "taboo thoughts". *Cognitive Therapy and Research*, 42(5), 674-685. <https://doi.org/10.1007/s10608-018-9911-z>
- CALKINS, A.W., BERMAN, N.C., WILHELM, S. (2013). Recent advances in research on cognition and emotion in OCD: A review. *Curr Psychiatry Rep*, 15(357), 1-7.
- CARLETON, R. N. (2016). Fear of the unknown: One fear to rule them all? *Journal of Anxiety Disorders*, 41, 5-21. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2016.03.011>
- CHING, T. H., WILLIAMS, M. T., SIEV, J., & OLATUNJI, B. O. (2018). Responsibility/threat overestimation moderates the relationship between contamination-based disgust and obsessive-compulsive concerns about sexual orientation. *Archives of Sexual Behavior*, 47(4), 1109-1117.
- CLARK, D. A., & PURDON, C. (2016). Still cognitive after all these years? perspectives for a cognitive behavioural theory of obsessions and where we are 30 years later: A commentary. *Australian Psychologist*, 51(1), 14-17. <https://doi.org/10.1111/ap.12200>
- CLUDIUS, B., MANNSFELD, A. K., SCHMIDT, A. F., & JELINEK, L. (2021). Anger and aggressiveness in obsessive-compulsive disorder (OCD) and the mediating role of responsibility, non-acceptance of emotions, and social desirability. *European archives of psychiatry and clinical neuroscience*, 271(6), 1179-1191.
- COLE, P. M., HALL, S. E. & HAJAL, N. (2017). *Emotion dysregulation as a vulnerability to psychopathology*, In: Beauchaine, T. P. and Hinshaw, S. P. (Eds.), *Child and adolescent psychopathology*. 3rd ed., 346-386, Hoboken, NJ: Wiley.
- COLEMAN, S. L., PIETEREFESA, A. S., HOLAWAY, R. M., COLES, M. E., & HEIMBERG, R. G. (2011). Content and correlates of checking related to symptoms of obsessive compulsive disorder and generalized anxiety disorder. *Journal of Anxiety Disorders*, 25, 293-301.
- DEACON, B. ve OLATUNJI, B. O. (2007). Specificity of disgust sensitivity in the prediction of behavioral avoidance in contamination fear, *Behaviour Research and Therapy*, 45(9), 2110-2120.
- DIMAGGIO, G., POPOLO, R., MONTANO, A., VELOTTI, P., PERRINI, F., BUONOCORE, L., SALVATORE, G. (2017). Emotion dysregulation, symptoms and interpersonal problems as independent predictors of a broad range of personality disorders in an

outpatient sample, *Psychology and Psychotherapy: Theory, Research and Practice*, 90(4), 586-599.

EĞRİLMEZ, A., GÜLSEREN, L., GÜLSEREN, Ş. ve KÜLTÜR, S. (1997). Obsesif kompulsif bozukluk tanısı konan bir grup hastada obsesyonların fenomenolojik özellikleri, *Kriz Dergisi*, 3(1), 124-128.

ERCAN, B. (2015). *Strese yatkınlık, bilişsel duygu dzenleme ve ebeveynlik biçiminin obsesif inançlar üzerine etkisi* (Yüksek Lisans Tezi), Uludağ Üniversitesi, Bursa.

FARAJI, H & TEZCAN A.E. (2022). *Borderline Kişilik Bozukluğu*. İstanbul, Nobel Akademik Yayıncılık.

FARAJI, H. & ÇELİK, E. (2021). "Adult attachment styles and emotion dysregulation" *International Social Sciences Studies Journal*, (e-ISSN:2587-1587) 7(82):1897-1911

FERGUS, T. A. & BARDEEN, J. R. (2014). Emotion regulation and obsessive-compulsive symptoms: a further examination of associations, *Journal Of Obsessive-Compulsive And Related Disorders*, 3(3), 243-248.

FERNÁNDEZ DE LA CRUZ, L., BARROW, F., BOLHUIS, K., KREBS, G., VOLZ, C., NAKATANI, E., et al. (2013). Sexual obsessions in pediatric obsessive-compulsive disorder: clinical characteristics and treatment outcomes, *Depression and Anxiety*, 30(8), 732-740.

FERRANTE, D., & D'OLIMPIO, F. (2022). Who guards over obsessive fear of guilt? The case of Not Just Right Experiences and disgust. *Journal of Affective Disorders Reports*, 9, 100364.

FERREIRA, S., COUTO, B., SOUSA, M., VIEIRA, R., SOUSA, N., PÍCÓ-PÉREZ, M., & MORGADO, P. (2021). Stress influences the effect of obsessive-compulsive symptoms on emotion regulation. *Frontiers in psychiatry*, 11, 594541.

GOLDBERG, X., CARDONER, N., ALONSO, P., LÓPEZ-SOLÀ, C., REAL, E., HERNÁNDEZ-RIBAS, R., ... & SORIANO-MAS, C. (2016). Inter-individual variability in emotion regulation: Pathways to obsessive-compulsive symptoms. *Journal of Obsessive-Compulsive and Related Disorders*, 11, 105-112.

GRATZ, K. L. ve ROEMER, L. (2004). Multidimensional assessment of emotion regulation and dysregulation: development, factor structure, and initial validation of the difficulties in emotion regulation scale, *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 26(1), 41-54.

GRATZ, K. L., ROSENTHAL, M. Z., TULL, M. T., LEJUEZ, C. W., GUNDERSON, J. G. (2009). An experimental investigation of emotion dysregulation in borderline personality disorder, *Personality Disorders: Theory, Research and Treatment*, 1, 18-26.

GROSS, J. J. (1998). The emerging field of emotion regulation: an integrative review, *Review of General Psychology*, 2(3), 271-99.

GROSS, J. J. (1999). Emotion regulation: past, present, future, *Cognition & Emotion*, 13(5), 551-73.

GROSS, J. J. (2002). Emotion regulation: affective, cognitive and social consequences, *Psychophysiology*, 39(3), 281-291.

GROSS, J. J. (2013). Emotion regulation: Taking stock and moving forward. *Emotion*, 13, 359-365. <http://dx.doi.org/10.1037/a0032135>.

GÜLEÇ, N. (1998). Obsesif-kompulsif bozukluk ve bilişsel-davranışçı tedavi yaklaşımı: bir derleme, *Türk Psikoloji Yazıları*, 1(2), 83-101.

INOZU, M., KARANCI, A. N. & CLARK, D. A. (2012). Why are religious individuals more obsessional? the role of mental control beliefs and guilt in muslims and christians, *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 43(3), 959-966.

KAVURMA, M. (2014). *Major depresyon, yaygın anksiyete bozukluğu ve panik bozukluğundaki duygu düzenleme g c l klerine mizaç-karakter özelliklerinin ve anksiyete duyarlılığının etkisi* (Uzmanlık Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

KNOWLES, K. A., JESSUP, S. C., & OLATUNJI, B. O. (2018). Disgust in anxiety and obsessive-compulsive disorders: Recent findings and future directions. *Current Psychiatry Reports*, 20(9), 1-10.

K LZ, A. K., LANDMANN, S., CLUDIUS, B., ROSE, N., HEIDENREICH, T., JELINEK, L., ... MORITZ, S. (2019). Mindfulness-based cognitive therapy (MBCT) in patients with obsessive-compulsive disorder (OCD) and residual symptoms after cognitive behavioral therapy (CBT): A randomized controlled trial. *European Archives of Psychiatry and Clinical Neuroscience*, 269(2), 223-233. <https://doi.org/10.1007/s00406-018-0957-4>

LENSI, P., CASSANO, G. B., CORREDDU, G., RAVAGLI, S., KUNOVAC, J. L. & AKISKAL, H. S. (1996). Obsessive compulsive disorder familial developmental history, symptomatology, comorbidity and course with speical reference to gender-related differences, *The British Journal of Psychiatry*, 169(1), 101-107.

MANCINI, F., D'OLIMPIO, F. & CIERI, L. (2004). Manipulation of responsibility in non-clinical subjects: does expectation of failure exacerbate obsessive-compulsive behaviors?, *Behaviour Research and Therapy*, 42(4), 449-457.

MANCINI, F., GRAGNANI, A. & D'OLIMPIO, F. (2001). The connection between disgust and obsessions and compulsions in a non-clinical sample, *Personality and Individual Differences*, 31(7), 1173-1180.

MANCINI, F., GANGEMI, A. (2004)..Fear of guilt from behaving irresponsibly in obsessive-compulsive disorder. *J Behav Ther Exp Psychiatry*, 35, 109-120

MATAIX-COLS, D., AN, S. K., LAWRENCE, N. S., CASERAS, X., SPECKENS, A., GIAMPİETRO, V., ET AL. (2008). Individual differences in disgust sensitivity modulate neural responses to aversive/disgusting stimuli. *European Journal of Neuroscience*, 27, 3050-3058. <https://doi.org/10.1111/j.1460-9568.2008.06311.x>.

McCUBBIN, R. & SAMPSON, M. (2006). The relationship between obsessive-compulsive symptoms and appraisals of emotional states, *Journal of Anxiety Disorders*, 20(1), 42-57.

MCWILLIAMS, N. (2013). *Psikanalitik tanı: Klinik s reç içinde kişilik yapısını anlamak*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

MELLI, G., GREMIGNI, P., ELWOOD, L. S., STOPANI, E., BULLI, F., CARRARESI, C. (2015). The relationship between trait guilt, disgust propensity, and contamination fear, *International Journal of Cognitive Therapy*, 8(3),1-13.

MENZIES, R. G. ve SILVA, P. (2003). *Obsessive - compulsive disorder: theory, research and treatment*, English, Wiley.

MOSCOVITCH, D. A., MCCABE, R. E., ANTONY, M. M., ROCCA, L., SWINSON, R. P. (2007). Anger experience and expression across the anxiety disorders, *Depression and Anxiety*, 25(2), 107-113.

MOULDING, R., & KYRIOS, M. (2006). Anxiety disorders and control related beliefs: The exemplar of obsessive-compulsive disorder (OCD). *Clinical Psychology Review*, 26, 573-583.

NAJMI, S., RIEMANN, B.C., WEGNER, D.M. (2009). Managing unwanted intrusive thoughts in obsessive-compulsive disorder: Relative effectiveness of suppression, focused distraction, and acceptance. *Behav Res Ther* 47, 494-503.

OATLEY, K. & JOHNSON-LAIRD, P. N. (2011). Cognitive approaches to emotions, *Trends in Cognitive Sciences*, 18(3), 134-140. doi: 10.1016/j.tics.2013.12.004.

OCHSNER, K. N. & GROSS, J. J. (2005). The cognitive control of emotion, *Trends in Cognitive Sciences*, 9(5), 242-249.

- OLATUNJI, B. O., CISLER, J., MCKAY, D., & PHILLIPS, M. L. (2010). Is disgust associated with psychopathology? Emerging research in the anxiety disorders. *Psychiatry Research*, 175(1-2), 1-10.
- OLATUNJI, B. O., WILLIAMS, N. L. TOLIN, D. F., ABRAMOWITZ, J. S, SAWCHUK, C. N., LOHR, J. M. ve ELWOOD, L. S. (2007). The disgust scale: item analysis, factor structure, and suggestions for refinement. *Psychological Assessment*, 19(3), 281-297.
- OLATUNJI, B. O., WOLITZKY, K. B., WILLEMS, J., LOHR, J. M. ve ARMSTRONG, T. (2009). Differential Habituation of Fear and Disgust During Repeated Exposure to Threat-Relevant Stimuli in Contamination-Based OCD: an Analogue Study, *Journal of Anxiety Disorders*, 23(1), 118-123.
- OUELLET, C., LANGLOIS, F., PROVENCHER, M. D. ve GOSSELIN, P. (2019). Intolerance of uncertainty and difficulties in emotion regulation: proposal for an integrative model of generalized anxiety disorder, *Revue Européenne de Psychologie Appliquée*, 69, 9-18.
- PICÓ-PÉREZ, M., IPSEY, J., TAYLOR, P., ALONSO, P., LÓPEZ-SOLÀ, C., REAL, E., et al. (2019). Intrinsic functional and structural connectivity of emotion regulation networks in obsessive-compulsive disorder. *Depression and Anxiety*, 36(2), 110-120. <https://doi.org/10.1002/da.22845>.
- REES, C. S., ROBERTS, L. D., VAN OPPEN, P., EIKELEENBOOM, M., HENDRIKS, A. J., VAN BALKOM, A. J., & VAN MEGEN, H. (2014). Personality and symptom severity in obsessive-compulsive disorder: The mediating role of depression. *Personality and Individual Differences*, 71, 92-97.
- SADOCK, B. J., KAPLAN, H. I. & SADOCK, V. A. (2007). *Synopsis of psychiatry: behavioral sciences/clinical psychiatry*, Lippincott Williams & Wilkins, USA, 10th Edition.
- SAĞLAM, M. (2007). *Bilişsel açıdan farklı obsesyonlara sahip obsesif kompulsif bozukluğu olan hastalarda klinik özelliklerin karşılaştırılması* (Uzmanlık Tezi), Yüzüncü Yıl Üniversitesi Tıp Fakültesi, Van.
- SALKOVSKIS, P. M. & MILLAR, J. F. (2016). Still cognitive after all these years? perspectives for a cognitive behavioural theory of obsessions and where we are 30 years later, *Aust Psychol*, 51(1),3-13. <https://doi.org/10.1111/ap.12186>
- SCHÄFER, A., LEUTGEB, V., REISHOFER, G., EBNER, F., & SCHIENLE, A. (2009). Propensity and sensitivity measures of fear and disgust are differentially related to emotion-specific brain activation. *Neuroscience Letters*, 465, 262-266. <https://doi.org/10.1016/j.neulet.2009.09.030>.
- SMITH, A.H., et al. (2012). Differences in obsessional beliefs and emotion appraisal in obsessive compulsive symptom presentation, *Journal of Obsessive-Compulsive and Related Disorders*, 1(1), 54-61.
- STERN, M. R., NOTA, J. A., HEİMBERG, R. G., HOLAWAY, R. M., & COLES, M. E. (2014). An initial examination of emotion regulation and obsessive compulsive symptoms. *Journal of Obsessive-Compulsive and Related Disorders*, 3(2), 109-114.
- TEZCAN, A. E. ve FARAJI, H. (2020). *Olgular eşliğinde obsesif kompulsif bozukluk*. Ankara, Eğiten Matbaacılık.
- THOMPSON, R. A. & CALKINS, S. D. (1996). the double-edged sword: emotion regulation in high risk children, *Development and Psychopathology*, 8, 163-182.
- THOMPSON, R. A. (1991). Emotional regulation and emotional development, *Educational Psychology Review*, 3(4),269-307.
- THOMPSON, R. A. (2019), Emotion dysregulation: a theme in search of definition, *Development and Psychopathology*. 31(3), 805-815.
- THORSEN, A. L., DE WİT, S. J., DE VRİES, F. E., CATH, D. C., VELTMAN, D. J., VAN DER WERF, Y. D., et al. (2018). Emotion regulation in obsessive-compulsive disorder, unaffected siblings, and unrelated healthy control participants. *Biological Psychiatry*:

Cognitive Neuroscience and Neuroimaging, 4(4), 352-360. <https://dx.doi.org/10.1016/j.bpsc.2018.03.007>.

TOLIN, D. F., ABRAMOWITZ, J. S., HAMLIN, C., FOA, E. B., SYNODI, D. S. (2002). Attributions for thought suppression failure in obsessive-compulsive disorder, *Cognitive Therapy and Research*, 26, 505-517.

TSAO, S. D. ve McKAY, D. (2004). Behavioral avoidance tests and disgust in contamination fears: distinctions from trait anxiety, *Behaviour Research and Therapy*, Cilt 42(2), ss.207-216.

T KEL, R. ve ALKIN, T. (2006). *Anksiyete bozuklukları*, Seri Ed.: Őahika Y ksel, Ankara: Türkiye Psikiyatri Derneği Yayınları.

URL-1 ICD 10 hastalık sınıflandırma kitapçığı, Erişim Tarihi: 7 Eylül 2021, https://www.pahssc.org.tr/uploads/icd_10_hastalik_siniflandirma_kitapcigi.pdf.

WHITESIDE, S. P. ve ABRAMOWITZ, J. S. (2004). Obsessive-compulsive symptoms and the expression of anger, *Cognitive Therapy and Research*, 28(2), 259-268.

YAP, K., MOGAN, C., & KYRIOS, M. (2012). Obsessive-compulsive disorder and comorbid depression: The role of OCD-related and non-specific factors. *Journal of Anxiety Disorders*, 26(5), 565-573. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2012.03.002>

YAP, K., MOGAN, C., MORIARTY, A., DOWLING, N., BLAIR-WEST, S., GELGEC, C., & MOULDING, R. (2018). Emotion regulation difficulties in obsessive-compulsive disorder. *Journal of clinical psychology*, 74(4), 695-709.

YAP, M. B. H., ALLEN, N. B. ve SHEEBER, L. (2007). Using an emotion regulation framework to understand the role of temperament and family processes in risk for adolescent depressive disorders, *Clinical Child and Family Psychology Review*, 10(2), 180-196.

YAZICI, P. (2018). *Algılanan ebeveynlik biyimleri ve obsesif kompulsif belirtiler arasındaki ilişki: erken dönem uyumsuz Őemaların aracı rolü* (Yüksek Lisans Tezi), Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

YAZICI, K. U., & YAZICI, I. P. (2019). Decreased theory of mind skills, increased emotion dysregulation and insight levels in adolescents diagnosed with obsessive compulsive disorder. *Nordic Journal of Psychiatry*, 73(7), 462-469.

ZAFEROğLU, M. (2018). *Ergenlerde duygusal tepkisellik ile obsesif kompulsif belirtiler arasındaki ilişkide duygu düzenleme becerilerinin aracı rolünün incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi), Atatürk Üniversitesi, Erzurum.

Summary

Obsessive Compulsive Disorder (OCD); It is a mental disorder that is categorized as a behavior or mental act that a person cannot prevent himself from doing in a strict and prescriptive way in order to suppress repetitive and persistent thoughts, impulses or fantasies that come by force or unintentionally, arouse anxiety in the person and to suppress them or to minimize the distress caused by them.

The emotions that are directly related to OCD have a functional value for the human organism. Emotions give us information about the world and our place in it. Emotions contribute to the formation of obsessions as they enable to perceive and evaluate certain special stimuli as "important". Many emotions are experienced in OCD, but especially the feelings of anxiety, anger, disgust, guilt and fear are emphasized. These emotions are experienced frequently and significantly in OCD and they play an important role in the emergence and continuation of OCD.

Perceiving emotions as harmful, perceiving emotions as "just right and not quite appropriate" for a particular situation and/or condition as frightening and to be avoided or

avoided is common in OCD. As catastrophic interpretations and catastrophizing increase, so do their obsessive beliefs. The need to reduce negative emotions and accompanying negative evaluations are a result of intolerance to uncertainty and the a strong desire for control. At this point emotion regulation skills become important. Emotion regulation refers to the processes that individuals use to observe and change their emotional responses in order to achieve their goals. The person who has difficulty in emotion regulation reacts to these environmental and interpersonal difficulties in an emotionally exaggerated way, and there may be outbursts of anger, crying, passive-aggressive behaviors, creating chaos, blaming or conflict.

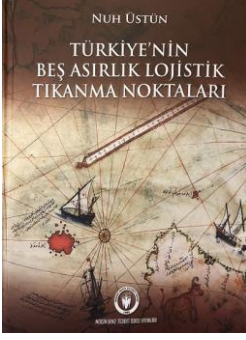
People with OCD mostly use ineffective strategies like reassurance-seeking, suppression, avoidance and distraction. Using ineffective strategies leads to the elaboration of more complex routines and rituals than ever before. While maladaptive emotion regulation strategies frequently used in OCD, are associated with increasing distress in response to obsessions, the acceptance mechanism that individuals with OCD often cannot reach reduces distress. At the same time whereas healthy people express and share their feelings for the continuation of the happiness, those diagnosed with OCD do not have a successful method to maintain this happiness.

Successful regulation of emotional states is important for social cohesion and general well-being. Achieving important life goals requires dealing with and enduring a wide range of emotional states. Although emotions have important functions in our lives, they take a harmful form when emotions are not suitable for the context and environment, when they are excessive, when they are volatile, when they are used in an inflexible and rigid way, as a result of the disruption in emotion regulation processes. The fact that emotions have such an important role in human life, on the psychological functioning and competence of the person, puts emotions in a central position in the conceptualization of psychopathology. Considering that compulsions develop to get rid of disturbing feelings and thoughts, that is, they act as a kind of emotion regulation mechanism, it becomes important to investigate the role of emotion regulation styles in OCD, whose relationship with attachment is investigated.

As a result of all these explanations and examination of the studies, it is thought that it is aimed to cope with compulsive behaviors and unpleasant emotions in terms of obsessive and compulsive symptoms and to reduce the experienced emotions. In this respect, the evaluation of obsessions and compulsions, obsessive-compulsive disorder within the framework of emotion regulation approach gains importance and it is seen that studies in this field are limited. In future studies, it is thought that revealing different emotions (such as worry, fear) will shed more light on the role of approach styles related to difficulty in emotion regulation in the etiology of OCD.

KİTAP İNCELEMESİ – 1

Hazırlayan: Muhammed TURGUT*



TÜRKİYE'NİN BEŞ ASIRLIK LOJİSTİK TIKANMA NOKTALARI

Yazar: Nuh Üstün

Türkiye'nin Beş Asırlık Lojistik Tıkanma Noktaları
İstanbul: Mersin Deniz Ticaret Odası Yayınları,
2018, 156 s.
ISBN: 978-605-137-695-0

Geçiş noktaları asırlar boyunca insanlık için önem arz eden bir husus olmuştur. Bu noktalar hem savaşta hem de ticarete stratejik unsur olarak sürekli kullanılmıştır. Özellikle sınırları içerisinde önemli geçiş noktalarını bulunduran ülkeler her zaman avantajlı bir durumda olmuşlardır. Bu çalışmada dört buçuk asır önce belirginleşen; ancak Osmanlı Dönemi'nde yapılan çeşitli girişimlere rağmen ortadan kaldırılamayan ve bugün de Türkiye açısından lojistik anlamda sürekli sorun yaratan tıkanma noktalarının yapısı iki farklı tarihsel dönem içerisinde (16. yüzyıl ve 21. yüzyıl) incelenerek tıkanmanın hem mevcut durumu hem de tarihsel arka planı ortaya konulmaktadır.

"Coğrafya kaderdir." Büyük düşünür İbn-i Haldun'a ait bu söz, tüm jeopolitik analizlerin bir noktasından dayandığı bir fikir olmanın yanı sıra, ülkelerin lojistik konumlarına ilişkin yapılan pek çok analizin de nihai varış noktası olagelmıştır. Peki, bir millet coğrafyasının kaderi olmasının önüne geçebilir, kaderini değiştirebilir mi?

Bu noktada ortaya iki seçenek çıkmaktadır: Bir millet kaderinin coğrafyası tarafından şekillendirilmesinin önüne geçmek istiyorsa ya radikal bir karar alıp coğrafyasını değiştirecektir ya da imkânları ölçüsünde içinde yaşadığı coğrafyayı dönüştürme yoluna gidecektir. Zira coğrafya bir ülke için "kader" olmakla birlikte, onu değiştirebildiği ya da dönüştürebildiği ölçüde kaderi olmaktan çıkacaktır. Türk tarihi incelendiğinde, Türklerin coğrafya ile kader arasındaki bu sıkı ilişkinin farkında olduğu ve tarihin farklı dönemlerinde bu çözümlerden ikisini de uyguladığı görülmektedir.

Coğrafyanın kader olmasıyla birlikte özellikle Sultan 2. Selim Devri'ne (1566-1574) geldiğinde 16. yüzyılın başından itibaren ortaya çıkmaya başlayan tıkanık noktaları artık iyice belirginleşmişti. Tıkanma temel olarak üç coğrafi bölgede yoğunlaşıyordu. Bunlardan ilki, İmparatorluğun kuzeydoğu sınırında yani **Hazar Denizi ve çevresinde** oluşan tıkanmadır. Osmanlılar ve İran arasında devamlı süren savaşlar nedeniyle Hazar'ın güneybatısı ve güneyindeki bazı bölgeler devamlı el değiştiriyordu. Diğer taraftan Moskova Prensiği 1552 yılında Kazan Hanlığı'na, 1556 yılında da Astrahan

* Arş. Gör., Tarsus Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gümrük İşletme Bölümü, Mersin, Türkiye. E-posta: muhammedturgut@tarsus.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0868-7041>

Hanlığı'na son vermiş ve Don (Ten) ve Volga (İdil) nehir boylarına güçlü bir şekilde yerleşmişti.

İkinci tıkanma ise **Süveyş bölgesinde** ortaya çıkmıştı. Osmanlılar Mısır'ı fethetmişlerdi; ancak onlar bu bölgeye geldiklerinde Kızıldeniz'in girişi Portekiz ablukası altındaydı. Bölgede Portekiz donanmasına karşı koyabilecek güçte bir Müslüman donanması da mevcut değildi. Osmanlıların, Portekizlileri bu bölgeden uzaklaştırmak ve bölgedeki hâkimiyetlerini tesis etmek için Kızıldeniz'de güçlü bir donanmaya ihtiyaçları vardı.

Üçüncü tıkanma noktası ise ikinciyle bağlantılı olmakla birlikte uzun vadeli sonuçları açısından çok daha derin ve çok boyutlu bir karaktere sahip olan **Akdeniz çanağındaki** (deniz) tıkanmaydı. Osmanlılar özellikle 1538 yılındaki Preveze Savaşı'ndan sonra Akdeniz'de hâkim güç konumuna gelmişlerdi. Ayrıca bu dönemde Kızıldeniz bölgesinde yaptıkları fetihlerle Hint Okyanusu'na komşu olmuşlardı. Lakin Hint Okyanusu kıyısında yeni fethedilen bu topraklar denizden Portekiz tehdidi altındaydı. Dahası bölgedeki Portekiz ablukası nedeniyle Kızıldeniz ve Basra körfezlerindeki baharat ticareti dibe vurmuştu.

Aşağıdaki haritada 16. yüzyılda ortaya çıkan bu üç tıkanma noktası gösterilmektedir. Hint Okyanusu'ndaki tıkanmanın hem Kızıldeniz hem de Basra Körfezi boyutu olduğu için her iki bölge de haritada işaretlenmiştir.



Şekil 1: 1566 Yılındaki Osmanlı Sınırları ve Tıkanma Noktaları

21. yüzyıldaki tıkanmalara baktığımızda ise 16. yüzyıldaki tıkanmalarla aynı bölgelerde devam ettikleri görülmektedir. Hazar bölgesindeki tıkanmanın ortaya çıkışının ardından geçen yaklaşık dört buçuk asırlık dönemde bölgedeki tıkanma hep devam etmiştir. Bununla birlikte Azerbaycan, Gürcistan gibi geçiş ülkelerinin ve Orta Asya'nın Sovyetler Birliği işgali altında olması bu bölgedeki tıkanma noktasının ortadan kaldırılması yönünde projeler geliştirilmesine imkân vermemiştir. Ancak Soğuk Savaş sonrası dönemde geçiş ülkelerinin ve Orta Asya Türk Cumhuriyetleri'nin bağımsızlıklarını kazanmasıyla birlikte Hazar bölgesinde yaşanan tıkanma yeniden belirginleşmeye başlamış, bir yandan da bölgede oluşan yeni siyasi düzen sayesinde bu tıkanmanın ortadan kaldırılması için müsait bir zemin ortaya çıkmıştır.

Bölgedeki tıkanmaya sebep olan ülkeler ise aradan geçen zamana rağmen değişmemiştir. 16. asırda olduğu gibi bugün de Hazar bölgesinde devam eden tıkanmanın nedeni Rusya ve İran'ın, Türkiye ile Orta Asya ülkeleri arasındaki ulaşım yaptığı müdahaleler ve çıkardıkları lojistik engeller aracılığıyla taraflar arasındaki ticareti engelleme, yavaşlatma amaçlı politikalarıdır.

Süveyş bölgesindeki tıkanma devam ederken, ilk tıkanmada ele alınan Hazar bölgesindeki tıkanmaya göre aradan geçen dört buçuk asırda bazı farklılıklar göstermiştir. Hazar'daki tıkanmadan farklı olarak Süveyş bölgesindeki tıkanmanın coğrafyası sabit kalmakla birlikte yapısında bazı değişimler görülmüştür. Tıkanmanın ortaya çıktığı 16. yüzyılda Süveyş bölgesi bir Osmanlı toprağıydı; bugün ise bu bölgede ve Orta Doğu'daki siyasi sınırlar çok değişmiş bölgede ona yakın yeni devlet ortaya çıkmıştır. Tıkanmanın odak noktası olan Süveyş ise önceden Osmanlı topraklarında yer alırken bugün Mısır'ın siyasi sınırları içerindedir. Zaten tıkanmanın yapısındaki değişim öncelikle siyasi sınırlardaki bu değişimle alakalıdır. Tıkanmanın yapısında ortaya çıkan değişimin en önemli nedeni ise aradan geçen zamanda Süveyş Kanalı'nın (1869) açılması olmuştur.

Aradan geçen zamanda sadece tıkanmanın sebebi değişmiştir; 16. yüzyılda temel sorun bir kanalın olmamasıydı, bugünkü sorun ise açılan kanalın geçilmesi için çok yüksek geçiş ücretleri ödenmek zorunda olunmasıdır. 16. asırda Süveyş'te bir kanal olmadığı için Kızıldeniz'e indirilemeyen Osmanlı donanmasının yerini bugün yüksek kanal geçiş ücretleri nedeniyle Kızıldeniz'e erişimde büyük zorluk yaşayan Türk gemileri almıştır. Yani tıkanma boyut değiştirerek hâlâ devam etmektedir.

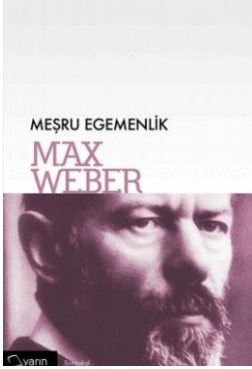
Osmanlı-Portekiz mücadelesinin yaşandığı ve okyanuslardaki tıkanmanın belirginleştiği 16. yüzyılın ardından geçen yaklaşık dört buçuk asırlık dönemde bazı değişimler görülmekle birlikte Akdeniz çanağı (denizi) olarak adlandırılan deniz yolundaki tıkanma hep devam etmiştir. Aradan geçen zamanda tıkanmanın yaşandığı coğrafi alan aynı kalmış, geçen asırlarda yalnızca tıkanmanın yapısında bazı değişimler olmuştur.

Mevcut durumda Türk kuru yük gemileri ve donanması dünyanın çoğu kısmına gidebilmektedir. Ancak dünya ticaretinin değer bazında büyük bir kısmının taşındığı ve çok daha büyük mali ve teknik kapasite ve planlama gerektiren konteyner taşımacılığında Türkiye, tıpkı 16. yüzyılda Osmanlıların Akdeniz çanağına sıkışıp kalması gibi Akdeniz çanağına sıkışıp kalmıştır. Hâlihazırda Türk konteyner taşımacılığı şirketleri genellikle Akdeniz çanağı içinde taşımacılık yapmaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak Akdeniz çanağının dışına ihraç edilen Türk ihraç ürünleri çok büyük oranda yabancı konteyner şirketleri tarafından taşınmaktadır. Türkiye dökme yük taşımacılığında konteyner taşımacılığına göre nispeten iyi durumdadır. Bu nedenle bugün deniz yolu taşımacılığında yaşanan Akdeniz Çanağına sıkışıp kalma, okyanuslara açılmama sorununun özellikle konteyner taşımacılığı alanında geçerli olduğu söylenebilir.

Sonuç olarak bu çalışma Osmanlı Devleti'nin en parlak döneminde ortaya çıkan ve "coğrafyanın kader oluşunun" doğal sonucu olarak Osmanlı toprakları üzerinde kurulan Türkiye Cumhuriyeti Dönemi'nde de varlığını sürdüren deniz ve kara tıkanma noktalarının kronikleşerek hâlâ devam ettiğini göstermiştir. Türkiye'nin orta ve uzun vadeli ihracat hedeflerine giden yolda üç büyük taş vardır. Türkiye'de ihracatla veya lojistikle ilgilenen herkes yoldaki bu taşlara defalarca çarpmış, bu taşlar nedeniyle bir yerini kırmış veya kanatmıştır. Türk ihracatı da yoldaki bu taşlar yüzünden bazen durmak, bazen de hızını yavaşlatmak zorunda kalmış, daha da kötüsü bir türlü kapasitesinin ve büyük hedeflerinin gerektirdiği gerçek hıza ulaşamamıştır. Türkiye'nin ihracat hedeflerine ulaşması için bir an önce bu taşların yoldan çekilmesi gerekmektedir. Şüphesiz ki dört buçuk asırlık tıkanmaların çözülmesi çok kolay olmayacaktır; ancak Türkiye doğru bir planlama ve yatırımla bu sorunları aşma gücüne her zaman sahiptir.

KİTAP İNCELEMESİ – 2

Hazırlayan: Fatih AM*



MEŞRU EGEMENLİK

Yazar: Max Weber,
Meşru Egemenlik,
Yarın Yayınları, çev. Latif Boyacı,
İstanbul, 2017, s. 143,
ISBN: 978-605-9931-03-8

MEŞRU EGEMENLİK

Öz

Yönetim bilimlerinde örgüt, güç ve otoritenin formülasyonu Weber'in teorize etmiş olduğu izlek üzerinde yer almaktadır. Egemenlik ve onun öncülü olan meşruiyetin ekonomik, toplumsal ya da bürokratik alanlarla birlikte ele alınıp işlem görmesi de yine Weber ile mümkün olmuştur. Weber'in egemenlik tipolojisinin altında analitik birikim, güç ve meşruiyet olguları yatmaktadır. Saf egemenlik ve daha karmaşık alt formasyonların gerçek hayattaki varlığı ise gönüllü rıza göstermeye bağlı ve örneklerle zenginleştirilmiş geniş bir düzlemde aktarılmaya çalışılmaktadır. İdealize edilmiş temel bürokratik formlar, örgütlenmenin başarılı olabilmesi için erişilmesi gereken hedeflerdir. Otoritenin ve idari kadroların tarihi varlığı bu hedeflere yaklaştıkça ideal tipoloji gerçekleşebilecektir.

Anahtar Kelimeler: Meşruiyet, otorite, tipoloji, güç, bürokrasi

LEGITIMACY of the MODERN STATE

Abstract

The formulation of organization, power and authority in management sciences takes place on the path that Weber theorized. With Weber, it was also possible that sovereignty and its predecessor, legitimacy, were handled and processed together with economic, social, or bureaucratic fields. Analytic accumulation, power and legitimacy are

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, İstanbul, Türkiye. E-posta: fatih@sib@hotmail.com
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-5815-5617>

the facts underlying Weber's typology of domination. The existence of pure domination and more complex sub-formations in real life is tried to be conveyed on a wide platform, which is dependent on voluntary consent and enriched with examples. Idealized basic bureaucratic forms are the goals that must be achieved in order for the organization to be successful. The ideal typology will be realized as the historical existence of the authority and administrative staff approaches these goals.

Keywords: Legitimacy, authority, typology, power, bureaucracy

Weber, meşru egemenliğin kavramsal zeminini oluştururken sağlam bir alt yapı oluşturmayı gayret etmiştir. Egemenliği spesifik alandan başlayarak genelle (generic) doğru uzanan bir hat üzerinden tanımlamayı uygun görmüştür. Bu özelliği ile "güç" ve "etki" kavramlarını kullanırken formal biçimlerin meşru egemenliğin temelini oluşturmak adına önemli yapıtaşları olduğunu kitabın birçok noktasında yinelemektedir. Çünkü güç ve etki profesyonel ilişkiler dışında sıradan günlük işlemleriyle de toplumsal yapının içerisinde yer alan olgulardır. Egemenliğin Türkçede çağrıştırdığı ve kullanım yeri bakımından bağımsızlığa karşılık gelen anlamı Weber'in terminolojisinde "otorite" sözcüğüne daha yakın bir konumda aktarılmaktadır. Söz konusu otorite ise daha çok kişisel ya da kurumsal rızanın (boyun eğme) basitten karmaşığa doğru genişleyen nedenlerine bağlıdır. Bir başka ifadeyle otorite ya da egemenlik örtük ya da açık nedenlere bağlı bir boyun eğişin varlığında mümkündür. Otorite kavramının araç kutusunda her zaman rasyonel politika aygıtları olmaz. Kimi zaman küçük ekonomik hedefler olabiriken kimi zaman da gelenekler, duygusal ilişkiler ya da ilkel maddi çıkarları besleyen güdüler devreye girebilmektedir. Bu güdülerin özelliğine göre otoritenin türü adlandırılmaktadır. Geniş politika aygıtlarına sahip olan otorite ile yanı başında bulunan boyun eğen arasındaki ilişkinin sonucuna göre çok değişkenli durumlar ortaya çıkmaktadır. Meşruluk inancına bel bağlamış otorite için duygular ve idealler yeterli değildir. Durmaksızın hesaplamalar yapan otorite, maddi öncüllerin desteğini her zaman gerekli görmektedir. Öyleyse geriye kalan saf tecrübe, egemenliğin uzun ve akılcı birikimini ifade etmektedir.

Weber'in otorite tipolojisinde her tür sistem varlığını meşruluk üzerine kurmaktadır. Sistemin görevi meşruluk inancını yerleştirmek ve onu durmaksızın ilerletmektir. Ancak formülasyon aşamasında açıkça belirtilmemiş olsa da meşruluğun da farklı biçimleri mevcuttur. Zira her bir farklı meşruiyet; otorite biçimi, yönetici kadroların inşası ya da gönüllülüğün derecesine kadar birçok farklı değişkenin ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Kavramsal diziliş böyle olunca gerçek hayatta yani uygulama alanında daha radikal sonuçlarla karşılaşmak olasıdır. Tipoloji yaratmanın en geçerli yolunun güncel ve kolay anlaşılabilir örnekler aracılığıyla aktarılması Weber için kabul edilebilir bir tercihtir. Nitekim sınıflandırmaların özünde yasal statüler, haklar ve işveren-çalışan örnekleri vardır. Sözleşmelerle garanti altına alınmış otorite ilişkisi kavramı (*herrschaftsverhältnis*) örneğin işçi ile işveren arasındaki gönüllü rıza durumundan çok daha fazlasını ifade etmektedir. Ordu yapılanmasındaki zorunlu resmi itaat bir fabrikadaki gönüllülük kavramına yaklaşırken toprak sahibi ile tebaası arasındaki ilişki resmi itaatten uzaktır. Yalnızca köleler açısından otoriteye resmi itaat kesinlikle zorunludur. Bir köle için özgür irade ile istifa etmek söz konusu değildir.

Meşru egemenlik yani otorite Weberyan sınıflandırma içerisinde üç saf tipe ayrılmaktadır. Birincisi, diğerlerine göre üstün kabul edildiğini sonradan öğreneceğimiz akılcı temeller üzerinde yükselen Yasal Otoritedir (Yasal-Ussal). İkincisi, yerleşik ve çok eski toplumsal davranışların kutsal bağlamında meşrulaşan Geleneksel Otorite.

Üçüncüsü, diğerlerine göre bireysel yönüyle öne çıkan, tekil kişinin örnek ve ulvi görünen karakterine dayanan Karizmatik Otoritedir. Yasal-ussal otorite daha ziyade kişiler üstü kurumsal bir düzene yöneliktir. Kişilerle olan çakışma noktası ancak söz konusu düzeni makamsal olarak temsil eden kişi ya da kişilerce sınırlıdır. Geleneksel otoritede yine geçmişten gelen sosyal değer kalıplarının sınırladığı kişilere itaatten söz edilmektedir. Geleneksel otoriteye karşı duyulan rıza biçimi çoğunlukla kişisel sadakat kavramıyla açıklanabilmektedir. Karizmatik otorite ilham verici, kahramanca bir karaktere karşı duyulan güven ve buna bağlı gönüllü boyun eğmeyi tanımlamaktadır. Üç otorite tipinin saf halde ve bir "ideal" formda aktarıldığı kavramsal planda özellikler belirtilmektedir. Zira tarihi plana dönüldüğünde her üç otorite tipinin alt formasyonlarla değişikliğe uğradığı doğal bir sonuç olarak ifade edilmektedir. Saf modellemenin rutin bakış açısı Weberyana varsayımların pratikte çatışma yaşamasına yol açmaktadır. Ancak bir bilim olarak sosyolojinin öngördüğü izlek üzerinde ampirik tarihi araştırmalarda alt formasyonlarla bile olsa göreceli kesin kavramlarla ilerlemeye çalışılmalıdır. Her şeye rağmen Weber otoriteyle ilgili olayları açıklarken durumların "açık bir kitap" gibi olmadığını kabul etmektedir.

Yönetim biliminde modern yönetim tipini teorize ederken saf yasal otoritenin birinci ayağında bürokratik idari kadroya sahip yasal otorite konumlandırılmaktadır. Buna göre örgüt yapısı içerisinde var olan yasal formun çıkar ya da ussal amaçlara dayanması önemli değildir. Saf yasal otorite tipolojisinde değerler (values) dikkate alınmaz. İtaat edilen otorite kişiler üstü bir kimlikle tipik bir amir ya da devletin başkanı olabilir. İtaat eden ise örgütlenmenin hukuku uyarınca bir birliğin üyesi, sosyal çevrenin bireyi ya da devletin vatandaşıdır. İtaat edilen kişi ya da kişiler değil rasyonel olarak biçimlendirilmiş düzenin kendisidir. Sonuçta yasal-ussal otoritenin temel kategorilerini belirleyen yazılı kurallar silsilesi ortaya çıkmıştır. İlk sırada resmi işlerin bir kurala bağlı olarak yürütülmesi belirlenmiştir. Her memura işlerini yürütebileceği yetki alanları verilmiştir. Bu memurlar açıkça tanımlanan güç ve yetkilerle donatılmışlardır. Memurlar işgal ettikleri makamlarda örgütlenmenin hiyerarşik yapısına uygun olarak konumlandırılırlar. Bu yönüyle dikey hiyerarşik bir yapı söz konusudur. Yönetim araçlarının elinde bulunduran memur teknik kurallar ve normlar bakımından eğitilmelidir. Örgüt hangi çevrede olursa olsun idari kadronun üyesi olabilmek için belirli niteliklere sahip olmalıdır. Weber örgütsel çevreye politik, hiyerokratik (bürokratik hiyerarşi), ekonomik gibi örnekler vermektedir. İdari kadronun mensupları başka üst sistemlerde olduğu gibi üretim ya da yönetim araçlarının sahipleri olamazlar. Örgütün sahip olduğu mülkiyetle memurun mülkiyeti birbirinden ayrıdır. Alınan kararlar ve uygulamalar ve her türlü eylem yazıyla ifade edilmeli ve kaydedilmelidir. Büronun (bureau) modern örgütlenme içinde en değerli işlevi budur. Weberyana bürokratik yasal idari kadrolaşma tüm modern yönetim biçimleri içindeki otoritelere uygun bir şablondur. Parlamenter, yoğun bürokratik ya da birleşik formlardaki tüm makamlara uygulanabilir. Öte yandan geleneksel otorite biçimlerine uygunluk kitapta belirtilmemiştir.

Weber'in sınıflandırmalarında nasıl ki saf meşru egemenlik ulaşılmaması gereken bir ideal olarak belirtilmişse patrimonyal devlet de hiçbir zaman tam olarak var olmamıştır. Geleneksel otorite tipi çoğunlukla patrimonyal düzlem üzerinden aktarılmaya çalışılmaktadır. Ancak imtiyazlı statülerin yeryüzünde en etkili olduğu dönemlerde bile politik örgütlenmeler çoğunlukla feodal karakterli kalmıştır. Derebeyleri, krallar güçlerini kiliseyle ya da soylularla paylaşmak durumunda kalmışlardır. Böyle zamanlarda patrimonyal egemenlik kabul edilebilir bir uzlaşmayla zümre tipi patrimonyalist bir yapıya dönüşmüştür. İster zümre tipi isterse belirgin bir efendinin güç alanında olsun geleneksel egemenliğin ekonomik dizilimi benzer özellikler göstermektedir. Serbest piyasanın gelişimi engellenir. Dolayındaki paranın kullanımı temel tüketime yöneliktir. Bu koşullar altında kapitalizmin beslenmesi zaten mümkün değildir. Kar getiren

girişimler yöneticinin ya da zümrenin elindedir. Ekonomik etkinlikler rasyonellikten uzaktır.

Meşru egemenliğin Weberyana sınıflandırma içerisinde bir diğer saf tipi Karizmatik otoritedir. Karizmatik otoritenin "lider" kişisi istisnai güç ve niteliklerle donanmış karakterlerdir. Sıradan insanların ulaşabileceği kimseler olmayan lider, toplumsal algılayışa bağlı olarak ilahi kökenlere hatta sihirli güçlere bile sahip olabilir. Weberyana teori için daha önce ifade edildiği üzere aslında liderin bir peygamber, bir kral ya da savaş kahramanı olması önemli değildir. Önemli olan karizmatik otoriteye boyun eğenlerin (takipçiler, müritler vs) onu nasıl gördüğüdür. Karizmanın geçer akçe olmasının temel şartı otoriteye tabi olanlar tarafından kabulüdür. Bu kabul, tabi olanlarca özgür iradeyle verilir. Başlangıçta liderden bir ilham, bir mucize ya da kahramanlık beklenir. Sonrasında özgür irade liderine karşı mutlak bir güven ve bağlılık göstermektedir. Bu bir başlangıçtır. Karizmatik otoritenin meşruluğunun dayanağı bu değildir. Onun meşruluğu kendisine inananların bağlılıklarını birer görev saymasıyla ilişkilidir. Karizmatik lider uzun süre başarı ve ilhamdan uzak kalamaz. Tanrısal gücünü, büyüsunü ya da kahramanlığını zaman zaman ispat etmek zorundadır. Lider, takipçilerine arada sırada fayda sağlamazsa karizmatik otoritesi tehlikeye girecektir.

Doğu ve Batı arasında sosyolojik karşılaştırmalar yaptığını bildiğimiz Weber feodalizmin tanımında da benzer bir ayrıma gitmektedir. Batı feodalizminin patrimonyalizm ile olan çatışmasını bu başlık altında ele almaktadır. Feodal yönetim biçiminin temel zemini toprak ve ona bağlı örgütlenmelerdir. Toprağın kullanımı her üç otorite tipolojisinde Weber'in üzerinde durduğu konuların başında gelmektedir. 1990'lerin başında yoğun endüstriyel aktivitenin varlığından kısmen söz edilebilir. Dolayısıyla bu özel dikkatin sebebini anlamak zor değildir. Tımara ya da arpalığa dayalı toprak kullanımı 20. yüzyılın başında devletlerin ve imparatorlukların patrimonyal karakterli yönetim biçimi içerisinde yaygın olarak görülmektedir. Otoriteyi uygulama biçimlerinden anlaşıldığı kadarıyla toprak kullanımı karşılığında askerlik hizmeti sunmak başlıca yaklaşımdır. Statü onuru bahsedilmiş toprak sahibi lord, batı tipi feodalizmin başat karakteridir. Karizmatik dinamik cemaat içinde kıdemli bir idari kadro unsuru olarak kabul edilebilir. Öte yandan Weberyana sınıflandırma feodalizmin her çeşidini batılı anlamda tımar olarak kabul etmemektedir. Mali temelli müslüman yakın doğu ve Moğol etkisi altındaki Hindistan'a özgü biçimine "prebendal feodalizm" adı verilmektedir. Prebendal feodalizm Asya devletlerinde farklı biçimlerde uygulanmaktadır.

Weber'e göre karizmatik otorite demokratik yönde dönüşüme uygun bir tipolojidir. Basit tanımlar onu meşruiyet zemininde anti otoriter olarak gösterse de karizmatik örgüt sürekli rasyonelleşmeye uğradığında demokratik meşruiyete dönüşmesi daha kolaydır. Karizmatik lider bu durumda idari kadrolarca seçilmektedir. Karizmatik lider kendisini takip edenlerin onurlandırmasıyla demokratik meşru lidere dönüşmüştür. Seçim ilkesi, örgütlü yapılarda bir kez oluştuğunda artık karizmatik liderin başlıca tamamlayıcı niteliği rasyonellik olacaktır. Tıpkı diğer üst tipolojiler ile alt formlardaki öznal değişimler gibi coğrafi farklılıklara bağlı değişik demokratik karizmatik otorite örneklerini sıralamak mümkündür. Birleşik Devletlerde bürokratik olmayan liderlik ya da Dalai Lama ve idari kadrosu arasındaki ilişki örnek olarak gösterilebilir. Plesibiter demokrasinin en uygun şablonu *-führer demokrati-* dir. Buna göre yasal çerçevede yurttaşların özgür iradesinden kaynaklanan meşruluğun arkasına saklanan karizmatik otoritenin apayrı bir biçimidir. Plesibiter demokraside lider aynı zamanda güçlü bir "demagog"tur. Yeni Dünyanın tüm diktatörleri benzer nitelikler göstermektedirler. Devlet yönetiminde dağıtılan makamlar, takipçilere tanınan geniş ayrıcalıklar demagogun meşru gücünün kaynağıdır. Ancak plesibiter otorite ile devrimci diktatörlüğü birbirine karıştırmamak gerekir.

Sonuç olarak geleneksel, rasyonel ya da karizmatik temele dayalı otoriteler kendi işleyiş normlarına uygun olarak devlet içerisinde yetki paylaşımı ve güçler ayrımı dengesini kontrol altında tutmaktadırlar. Patrimonyal ve feodal rejimler açısından otoritenin gücünün önünde en büyük engel yine otorite tarafından imtiyaz verilen gruplardır. Öte yandan bürokratik hiyerarşiye göre örgütlenmiş rasyonel otorite açısından en güçlü sınırlandırma yine kendi iç kurallar sistemidir. Bu sınırlandırma öz itibarıyla yasal temellere dayanmaktadır. Rasyonel biçimde belirli işlevlere sahip yasal kurallar yetki paylaşımında ve güçler ayrılığında kişisel etkiyi yok saymaktadır. Bürokratik rasyonellikten uzak yönetimlerin monokrasiye dönüşümü bu şekilde açıklanabilmektedir. Çünkü monokratik lider kişisel etkiye açıktır. İdari kadrolar tarafından kolaylıkla etki altına alınabilmektedir. Belki de salt bu sebepten Birleşik Devletlerdeki lobi grupları çoğunlukla demokratik eşit sorumluluk sahibi parti organlarından ziyade monokratik liderleri tercih etmektedirler. Etkin siyasi partilerde devlet erkinin dağılımı parti üyeleriyle lider arasında gidip gelen bir yapıya sahiptir. Politik girişim belli koşullarda parti üyelerinin kontrolü altında gerçekleşmektedir. Bu durum denetim gücünü elinde bulunduran yakın çevre idari kadronun lideri ayakta alkışlamasına engel değildir.