Volume / Cilt: **12**
Issue / Sayı: **1**
April / Nisan **2025**

ISTANBUL GELISIM UNIVERSITY JOURNAL of SOCIAL SCIENCES

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

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

Publisher Contact / Yayıncı İletişim Bilgileri
Istanbul Gelisim University Press / İstanbul Gelişim Üniversitesi Yayınları
Sertifika No: / Certificate Number: 47416
Address / Adres: Cihangir Mah. Şehit Jandarma Komando Er Hakan Öner Sok. No: 1 34310 Avcılar / İstanbul / TÜRKİYE
Phone / Tel.: +90 212 4227000 **Ext. Dahili:**7280, 7379
Fax / Belgeç:+90 212 4227401
E-mail / E-posta: igusbd@gelisim.edu.tr
Ağ Sayfası / Web Site: www.dergipark.org.tr/en/pub/igusbd **Twitter (X):** @IGUSBD
©All rights reserved. / ©Her hakkı saklıdır.

Printing and Binding / Baskı ve Cilt
Servet İşler
Sertifika No: 40352
Phone / Tel.: +90 212 5939467
E-mail / E-posta: islercopy@hotmail.com

ISTANBUL GELISIM UNIVERSITY
JOURNAL of SOCIAL SCIENCES

Volume / Cilt: **12**
Issue / Sayı: **1**
April / Nisan **2025**

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

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

About

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.

The Istanbul Gelisim Unıversity Journal of Social Sciences is indexed in TÜBİTAK ULAKBIM TR Dizin, DOAJ (Directory of Open Access Journals), EBSCO Discovery Service, Proquest, DRJI (Directory of Research Journals Indexing), Index Copernicus, International Scientific Indexing, SOBİAD - Sosyal Bilimler Atıf Dizini, İdealonline, Academindex, Advanced Science Index, Open Academic Journals Index, OPEN AIRE and ULRICHSWEB Global Series Directory.

Owner: Prof. Dr. Bahri ŞAHİN on Behalf of Istanbul Gelisim University
Editor: Assoc. Prof. Dr. Serdar EGELİ

Please refer to the journal's webpage (www.dergipark.org.tr/en/pub/igusbd) for "Editorial Policy", "Instructions to Authors" and "Instructions to Reviewers".

Hakkımızda

İstanbul Gelişim Üniversitesi yayını 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.

İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi; TÜBİTAK ULAKBİM TR Dizin, DOAJ (Directory of Open Access Journals), EBSCO Discovery Service, Proquest, DRJI (Directory of Research Journals Indexing), Index Copernicus, International Scientific Indexing, SOBİAD - Sosyal Bilimler Atıf Dizini, İdealonline, Academindex, Advanced Science Index, Open Academic Journals Index, OPEN AIRE, ULRICHSWEB Global Series Directory tarafından indekslenmektedir.

Sahibi: İstanbul Gelişim Üniversitesi adına Prof. Dr. Bahri ŞAHİN
Editör: Doç. Dr. Serdar EGELİ

Yayın Politikası", 'Yazarlara Talimatlar' ve 'Hakemlere Talimatlar' için lütfen derginin web sayfasını (www.dergipark.org.tr/tr/pub/igusbd) ziyaret edin.

Volume / Cilt: **12**
Issue / Sayı: **1**
April / Nisan **2025**

ISTANBUL GELISIM UNIVERSITY JOURNAL of SOCIAL SCIENCES

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

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

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

Editorial Board / Yayın Kurulu

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. Turhan ADA
Doç. Dr. Serdar EGELİ

Editor / Editör

Doç. Dr. Serdar EGELİ

Assistant Editors / Editör Yardımcıları

Doç. Dr. Rab Nawaz LODHI
Doç. Dr. Onur ÖZDEMİR
Dr. Öğr. Üyesi Tuğçe GÜR TÜRKDOĞAN
Dr. Öğr. Üyesi Turgay KARALİNÇ
Dr. Öğr. Üyesi Fikriye Gözde MOCAN
Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Halil YAŞAR
Dr. Öğr. Üyesi Ahmed Esad YURTSEVER

Field Editors / Alan Editörleri

Dr. Öğr. Üyesi Ramazan AÇIKGÖZ (İktisadi ve İdari Bilimler)
Arş. Gör. Dr. Nuran AKDAĞ (İktisadi ve İdari Bilimler)
Dr. Öğr. Üyesi Murat BAŞAL (İktisadi ve İdari Bilimler)
Dr. Öğr. Üyesi Onur ÇELİK (İktisadi ve İdari Bilimler)
Dr. Öğr. Üyesi Gonca YILMAZ (İktisadi ve İdari Bilimler)
Dr. Öğr. Üyesi Funda ÖZBUCAK (İletişim ve Tasarım)
Prof. Dr. Hafiz T. A. KHAN (İstatistik / Statistics)
Dr. Öğr. Üyesi Gülşen FİLAZOĞLU ÇOKLUK (Psikoloji)
Arş. Gör. Bilge İPEK (Radyo, Televizyon ve Sinema)
Dr. Öğr. Üyesi Aslı KAYA (Sağlık Yönetimi)
Dr. Öğr. Üyesi Mouhamed Bachir DIOP (Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler)
Dr. Öğr. Üyesi Yonca Güneş YÜCEL ATALAY (Sosyoloji, Sosyal Hizmet)
Dr. Öğr. Üyesi Derya KAVGAOĞLU (Sosyal Hizmet)
Doç. Dr. Mustafa Can KOÇ (Spor Bilimleri)
Doç. Dr. Mustafa Murat KIZANLIKLI (Turizm, Gastronomi)
Dr. Öğr. Üyesi Ceyhun UÇUK (Turizm, Gastronomi)

ISTANBUL GELISIM UNIVERSITY
JOURNAL of SOCIAL SCIENCES

Volume / Cilt: 12
Issue / Sayı: 1
April / Nisan 2025

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

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

Language Editors / Dil Editörleri

Arş. Gör. Gökhan ÖZBİLGE (Türkçe)
Arş. Gör. Dilek KIZILIRMAK (Türkçe)
Öğr. Gör. Dr. Zahra TALEBI GHAHREMANLOUY OLYA (İngilizce)
Arş. Gör. Simay YILMAZ (İngilizce)
Dr. Öğr. Üyesi Diler Ezgi TARHAN (Almanca)
Dr. Öğr. Üyesi Mouhamed Bachir DIOP (Fransızca)
Dr. Öğr. Üyesi Sevda POLAT (Rusça)

Publication Board / Yazı İşleri Kurulu

Arş. Gör. Dr. Nuran AKDAĞ - Uzm. Ahmet Şenol ARMAĞAN – Arş. Gör. Niger HACI –
Arş. Gör. Cem KESKİN – Arş. Gör. Dilek KIZILIRMAK - Arş. Gör. Gökhan ÖZBİLGE
Arş. Gör. Ahmet Mecid VERGÜL – Küt. ve Dok. İşleri Memuru Şükran DÖNMEZ
Küt. ve Dok. İşleri Memuru Melike ŞAFAK

Advisory Board / Danışma Kurulu

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
Thomas BRYER - University of Central Florida / USA
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 ERDOGAN - Istanbul Medeniyet Uni. / TÜRKİYE
Neşe Hatice ERIM - Istanbul Medeniyet Uni. / TÜRKİYE
Fawaz GERGES - London School of Economics / UK
Sabahattin GULLULU - İstanbul Maltepe Uni. / TÜRKİYE
Syed HASANAT - Jilin University / CHINA
Esra HATİPOGLU - Nisantasi Uni. / TÜRKİYE
Ragıp Kutay KARACA - Istanbul Aydin 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 METIN - Trakya Uni. / TÜRKİYE

Volume / Cilt: **12**
Issue / Sayı: **1**
April / Nisan **2025**

ISTANBUL GELISIM UNIVERSITY JOURNAL of SOCIAL SCIENCES

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

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

Prof. Dr.
Robert C. MYRTLE - Uni. of Southern California-USA
Masanori NAITO - Doshisha Uni. / JAPAN
Fevzi Rıfat ORTAÇ - KTO Karatay Uni. / TÜRKİYE
Tlemcani Ben OUCEF - University of Algiers / ALGERIA
Yüksel OZTURK - Gazi Uni. / TÜRKİYE
Elbeyi PELIT - 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 UZUNOGLU - Trakya Uni. / TÜRKİYE
Hasan VERGIL - Istanbul Uni. / TÜRKİYE
Brantly WOMACK - Virginia Uni. / USA
Binnur YESILYAPRAK - Ankara Uni. / TÜRKİYE
Ahmet YILMAZ - Marmara Uni. / TÜRKİYE

Assoc. Prof. Dr./ Doç. Dr.
Mehmet ALTINOZ - Hacettepe Uni. / TÜRKİYE
Assoc. Mahabat BAIMYRZAEVA - Middlebury Inst. of Int. St. / USA
Prof. Dr. Kyu-Nahm JUN - Wayne State Uni. / USA

PhD / Dr.
Giovanni ERCOLANI - Muncia Uni. / SPAIN
Ash Narain ROY - Social Science Institute of New Delhi. / INDIA

ISTANBUL GELISIM UNIVERSITY
JOURNAL of SOCIAL SCIENCES

Volume / Cilt: **12**
Issue / Sayı: **1**
April / Nisan **2025**

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

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

Reviewers for This Issue / Bu Sayının Hakemleri

(Prof. Dr.)

Maria D. ALVAREZ – Boğaziçi Univ. / TR
İbrahim BALCIOĞLU – Istanbul Yeni Yüzyıl Univ. / TR
Süleyman BARUTÇU– Pamukkale Univ. / TR
Semra BİRGÜN – Doğuş Univ. / TR
Serdar BOZKURT – Yıldız Teknik Univ. / TR
Tarık ÇAKAR - Istanbul Gelişim Univ. / TR
Nurullah Emir EKİNCİ – Yalova Univ. / TR
M. Ebru ERDÖNMEZ DİNÇER – Istanbul Univ. / TR
Soner ESMER - Kocaeli Univ. / TR
Ruhet GENÇ - Türk-Alman Univ. / TR
Adalet HAZAR - Başkent Univ. / TR
Hafiz KHAN - University of West London / UK
Aslıhan NAKİBOĞLU – Niğde Ö. Halisdemir Univ. / TR
Erginbay UĞURLU – Istanbul Aydın Unv. / TR
İsmet Galip YOLCUOĞLU - Istanbul Gelişim Univ. / TR

(Assoc. Prof. Dr. / Doç. Dr.)

Deniz AKÇAY BALCI / Istanbul Gedik Univ. / TR
Canan ARSLAN – Doğuş Univ. / TR
Sarp BAĞCAN – Istanbul Gelişim Univ. / TR
Uğur BALOĞLU – Istanbul Gelişim Univ. / TR
Festus Victor BEKUN - Istanbul Gelişim Univ. / TR
Dursun BOZ – Mudanya Univ. / TR
Sinem CANKARDAS NALBANTCILAR - University of Central Lancashire / UK
Ali ÇELİK - Istanbul Gelişim Univ. / TR
Hakan ERYÜZLÜ - Iskenderun Teknik Univ. / TR
Ersin ESKİLER - Sakarya Uygulamalı Bilimler Univ. / TR
Şebnem GÜRSOY ULUSOY – Istanbul Gelişim Univ. / TR
Ergün KARA - Osmaniye Korkut Ata Univ. / TR
Aynur KARABACAK ÇELİK – Atatürk Univ. / TR
Aysel KAYAOĞLU – Anadolu Univ. / TR
Gökay KELDAL – Inönü Univ. / TR
Oğuzhan KILINÇEL – Istanbul Gelişim Univ. / TR
Şenay KILINÇEL - Sakarya Çocuk Psikiyatri Enstitüsü / TR
Sevinç KOÇAK – Istanbul Gelişim Univ. / TR
Adem LEVENT – Bursa Uludağ Univ. / TR
Onur OĞUZ – Batman Univ. / TR
Fahri ÖZSUNGUR – Mersin Univ. / TR
Ebru Gül YILMAZ – Istanbul Gelişim Univ. / TR
Tuncer YILMAZ – Kafkas Univ. / TR
Serap YÖRÜBULUT – Kırıkkale Univ. / TR

Volume / Cilt: **12**
Issue / Sayı: **1**
April / Nisan **2025**

ISTANBUL GELISIM UNIVERSITY JOURNAL of SOCIAL SCIENCES

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

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

Reviewers for This Issue / Bu Sayının Hakemleri

(Asst. Prof. Dr. / Dr. Öğr. Üyesi)
F. Sıla AYAN - Istanbul Gelişim Univ. / TR
Pelin AYKUT – Bağımsız Araştırmacı / TR
Murat BAŞAL - Istanbul Gelisim Univ. / TR
Olcay BESNİLİ MEMİŞ – Atatürk Univ. / TR
Zeynep Büşra COŞAR YILMAZ – Istanbul Univ. / TR
Viktoriia DEMYDOVA – Bağımsız Araştırmacı / TR
Volkan DEMİR - Istanbul Gelişim Univ. / TR
Ahmet DENİZ - Istanbul Gelişim Univ. / TR
Beyza Naz DENİZ - Istanbul Aydın Univ. / TR
Metin Enes DÖNMEZ - Istanbul Aydın Univ. / TR
Şeyma Esin ERBEN – Istanbul Gelişim Univ. / TR
Gülşen FİLAZOĞLU ÇOKLUK – Toros Univ. / TR
İpek GÜRKAN - Istanbul Gelişim Univ. / TR
Niyazi İPEK – Ardahan Univ. / TR
Ebru KARADOĞAN – Üsküdar Univ. / TR
Hatice KARAMAN – Yeditepe Univ. / TR
Leman KUZU – Istanbul Kültür Univ. / TR
Saltanat KYDYRALIEVA KAPLAN - Moscow Institute of Psychoanalysis / RU
Kadir MERSİN - Istanbul Gelişim Univ. / TR
Nurhan NAZ - Istanbul Gelişim Univ. / TR
Esra Hatice OĞUZ TAŞBAŞ - Istanbul 29 Mayıs Univ. / TR
Ebru OKUTAN AKALIN – Harran Univ. / TR
Nilgün ONNAR – Istanbul Arel Univ. / TR
Gözde ORHAN – Altınbaş Univ. / TR
Başak ÖZARSLAN DOĞAN - Istanbul Gelişim Univ. / TR
Talat SARIKAVAK – Atlas Univ. / TR
Asil ŞENGÜN – Istanbul Gelişim Univ. / TR
Hande TASA - Istanbul Aydın Univ. / TR
Bülent TANSEL - Istanbul Gelişim Univ. / TR
Tayfun TİMURAY - Istanbul Gelişim Univ. / TR
Murat TOPCU - Istanbul Gelişim Univ. / TR
Fatma TURAN – Üsküdar Univ. / TR
Gamze TURGAYLI ZENGİN – Kapadokya Univ. / TR
Özge TURHAN - Istanbul Gelişim Univ. / TR

ISTANBUL GELISIM UNIVERSITY
JOURNAL of SOCIAL SCIENCES

Volume / Cilt: **12**
Issue / Sayı: **1**
April / Nisan **2025**

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

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

Contents / İçindekiler

ORIGINAL RESEARCH ARTICLES / ARAŞTIRMA MAKALELERİ

1-18 Ferda ÜSTÜN, Şeyma ERSOLAK ONGAN
The Creative Class: Navigating the Dynamics of Organisational Silence, Social Undermining, and Intrinsic Motivation
Yaratıcı Sınıf: Örgütsel Sessizlik, Sosyal Baltalama ve İçsel Motivasyon Dinamiklerinde Yol Almak

19-38 Serbay ÖZTÜRK, Elif BAYKAL
Kamusal Alan (Meydan) Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli
Public Space (Square) Service Quality Measurement Model

39-63 İlkay SARAÇOĞLU, Kenan ÖZDEN, Selin CANCA, Elif ULUSOY
Improvement of Sales Processes with Lean Six Sigma Methodology in The Automotive Industry
Otomotiv Sektöründe Yalın Altı Sigma Metodolojisi ile Satış Süreçlerinin İyileştirilmesi

64-78 Çağatay MİRGEN, Ali BAYRAKDAROĞLU
Askeri Harcamaların Borsa Endeksleri Üzerine Etkisi: G8 Ülkeleri ve Türkiye Üzerine Bir Araştırma
The Effect of Military Expenditures on Stock Exchange Indices: A Research on G8 Countries and Turkey

79-97 Yılmaz Ulvi UZUN
Общее Социально-Экономическое Положение Афганистана в 1973-2011 гг. и После 2021 г.
The General Socio-Economic Situation of Afghanistan During 1973-2011 and After 2021
Afganistan'ın 1973-2011 ve 2021 Sonrası Genel Sosyo-Ekonomik Durumu

98-119 Gonca Reyhan Akkartal
Türkiye, Orta Doğu ve Kuzey Afrika (MENA) Ülkelerinin Lojistik Performans Endekslerinin Kümeleme Analizi Yöntemi ile İncelenmesine Yönelik Bir Çalışma
A Study to Examine the Logistics Performance Indices of Turkey, the Middle East and North Africa (MENA)Countries using the Cluster Analysis

120-132 Yavuz Ercan GÜL
Адаптация шкалы общей самоэффективности к условиям кыргызской культуры и исследование психометрических свойств
Adapting the General Self-Efficacy Scale to Kyrgyz Culture and Examining its Psychometric Properties
Genel Öz-Yeterlik Ölçeği'nin Kırgız Kültürüne Uyarlanması ve Psikometrik Özelliklerinin İncelenmesi

133-151 Burçin YERSEL ÖZKARAYANIK, Başak KALKAN, Arzu ÇELEN ÖZER, Aysel ULUKAN KORUL
I Click, But I Don't Listen: Suggestions About University Radio Broadcast Streaming Model For Generation Z Via Turf Analysis
Tıklıyorum Ama Dinlemiyorum: Turf Analizi Kullanarak Z Kuşağı İçin Üniversite Radyosu Yayın Akışı Model Önerisi

Volume / Cilt: **12**
Issue / Sayı: **1**
April / Nisan **2025**

ISTANBUL GELISIM UNIVERSITY JOURNAL of SOCIAL SCIENCES

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

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

152-169 Osman Kürşat ACAR, Merve ERTÜRK
Ücret Yönetiminde İş Değerlemenin Yeri: Isparta İl Merkezinde Bir Alışveriş Merkezi Uygulaması
The Place of Job Evaluation in Wage Management: A Shopping Mall Application in Isparta City Center

170-189 İlknur ZEYDAN
Zonguldak Merkez İlçedeki Satılık Konut Fiyatlarına Etki Eden Unsurların Çoklu Regresyon Modelleri ile İncelenmesi
Investigation of the Factors Affecting Housing Prices for Sale in Zonguldak Central County Using Multivariate Regression Models

190-202 Akın AKPUR,Burhanettin ZENGİN, Tuna ÇAKAR
Havayolu Reklamlarında İzleyicilerin Duygu Ölçümü: Microsoft Azure Face API ile Yüz Kodlama Uygulaması
Emotion Measurement of Viewers in Airline Advertisements: Facial Coding Application with Microsoft Azure Face API

203-214 Ezgi SAATÇİOĞLU
Marka İsmi Fonksiyonları Ekseninde Marka İsim Değişikliğinin Değerlendirilmesi: Sosyal Medya Yorumlarına Bir İçerik Analizi
Evaluating Brand Name Functions Through Brand Renaming: A Content Anaysis on Social Media Comments

215-229 Pınar UYGUN, Zekeriya KÖKREK
Dezavantajlı Gruplarla Çalışan Psikologların İkincil Travma ve Bilişsel Esneklik Düzeylerinin Sosyodemografik Değişkenler Açısından İncelenmesi
Examination of Secondary Trauma and Cognitive Flexibility Levels of Psychologists Working with Disadvantaged Groups in Terms of Sociodemographic Variables

230-244 Makbule KALI SOYER, Şerife ŞEKERCİ, Gamze TONĞUÇ
Küçük Travma Yaşantılarının Psikolojik Belirtileri Yordama Gücü
Predictive Power of Small Trauma Experiences on Psychological Symptoms

245-268 Barış GELAL, İzzet GÜMÜŞ
Sosyal Medya Pazarlamasının Tüketicilerde Marka Beğenirliği ve Satın Alma Kararlarına Etkileri
The Effects of Social Media Marketing on Brand Likeability and Purchase Decisions of Consumers

269-287 Dilan DURMAZ, Aygül KAKIRMAN MOROĞLU
Nesne İlişkileri ve Yetişkin Ayrılık Anksiyetesi Arasındaki İlişkide Duygu Düzenleme Güçlüğünün Aracılık Rolü
The Mediating Role of Emotion Regulation in the Relationship Between Object Relations and Adult Separation Anxiety

288-307 Aybike Tuba ÖZDEN
Halkla İlişkiler Algısının Affetme ve İntikam Davranışı Üzerindeki Etkisi
The Effect of Public Relations Perception on Forgiveness and Revenge Behavior

308-320 Muhammed Şükrü AYDIN
Çocuk ve Ergenlerin Siber Dedikoduya Verilen Tepkilere Yönelik Değerlendirmelerinin İncelenmesi
Examining Children's and Adolescents' Evaluations of Responses to Cyber Gossip

ISTANBUL GELISIM UNIVERSITY
JOURNAL of SOCIAL SCIENCES

Volume / Cilt: 12
Issue / Sayı: 1
April / Nisan 2025

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

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

321-340 Kübra GÖKLER
Sosyal Bilimlerde Gözetim Toplumu Alanyazını: 1984-2023 Yılları Arasında Yayımlanmış Makaleler Üzerine Bibliyometrik Bir Çözümleme
Surveillance Society Literature In Social Sciences: A Bibliometric Analysis On Articles Published Between 1984-2023

REVIEW ARTICLES / DERLEME MAKALELER

341-354 Tuğçe GÜR TÜRKDOĞAN
A Review on Dystopia and Critical Dystopia Examples in the Debates on Civil Liberties and the Future of Opposition
Sivil Özgürlükler ve Muhalefetin Geleceği Tartışmalarında Distopya ve Eleştirel Distopya Örnekleri Üzerine İnceleme

355-371 Meliha Sena YILDIRGAN, Şeyda KAYA, Ebru ARICI, Özgür KIZILDEMİR
Analysis of Articles Examining the Effects of Tourism on Regional Development with Bibliometric Analysis
Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkilerini İnceleyen Makalelerin Bibliyometrik Analiz İle İncelenmesi

372-386 Başak AKMEŞE, Raci TAŞCIOĞLU
İptal Kültürü Teorisi: İlgili Literatür Üzerine Teorik Bir İnceleme
Culture Theory of Cancellation: A Theoretical Review of Relevant Literature

387-401 Barış KILIÇ, Nisa YILDIZ, Lutfiye İPEK, Süheyla SÖNMEZ DEMİRCİ, Meliha GÜÇLÜ SAZ, Ahmet AYTEPE, Gülüşan ÖZGÜN BAŞIBÜYÜK
Gerontechnology: Technological Solutions for Sustainable Long-Term Care
Geronteknoloji: Sürdürülebilir Uzun Dönem Bakım için Teknolojik Çözümler

402-414 Merve ÖZ
Psikobiyotikler ve Ruhsal Hastalıklar: Bir Gözden Geçirme
Psychobiotics and Mental Illness: A Review

415-430 Elif AKYASAN, Gülşen FİLAZOĞLU ÇOKLUK
Adölesanlarda Sosyal Medya Kullanımının Anoreksiya Nervoza Görülme Sıklığına Etkisi
The Effect of Social Media Use on the Frequency of Anorexia Nervosa in Adolescents

BOOK REVIEW / KİTAP İNCELEMESİ

431-434 Keisuke WAKIZAKA, Hüseyin AYTUN
Kafkas Irkının Yükselişi Ve Düşüşü: Irksal Düşüncenin Siyasi Tarihi
The Rise and Fall of the Caucasian Race: A Political History of Racial Identity

435-438 Ceyhun UÇUK
Food: The History of Taste by Paul Freedman
Paul Freedman'ın "Yemek: Damak Tadının Tarihi" Kitabı

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);1-18
DOI: 10.17336/igusbd.1474694

ORIGINAL ARTICLE / ÖZGÜN ARAŞTIRMA

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

The Creative Class: Navigating the Dynamics of Organisational Silence, Social Undermining, and Intrinsic Motivation*

Yaratıcı Sınıf: Örgütsel Sessizlik, Sosyal Baltalama ve İçsel Motivasyon Dinamiklerinde Yol Almak

[1]Ferda ÜSTÜN
[2]Şeyma ERSOLAK ONGAN

*This article is derived from the master's thesis titled "The Mediating Role of Organisational Silence in the Relationship between Social Undermining and Employee Motivation," which was prepared by Şeyma Ersolak under the supervision of Assoc. Prof. Dr. Ferda Üstün. The thesis was approved in 2021 by Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences, Department of Business Administration, Division of Management and Organisation.

[1]Assoc. Prof. Dr. Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business Administration, Division of Management and Organisation, Nevşehir, Türkiye.
✉ ferdakervanci@gmail.com

[2]Expert, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences, Department of Business Administration, Nevşehir, Türkiye.
✉ seymaersolak@gmail.com

Geliş/Received: 30.04.2024
Kabul/Accepted: 02.12.2024

Abstract

Aim: This study investigates how intrinsic motivation among the creative class moderates the relationship between social undermining and organizational silence. Drawing on Conservation of Resources Theory and Social Exchange Theory, it explores the dynamics of these relationships and the factors that influence employee silence in the workplace. The goal is to understand how intrinsic motivation impacts how employees respond to social undermining and how this response affects organizational silence.

Method: This study focuses on identifying the conditions under which employees remain silent in the face of social undermining and the underlying dynamics that drive this behavior. By analyzing different levels of intrinsic motivation, the study provides insights into the complex interactions between managerial behavior and employee silence.

Results: The findings reveal that for employees with low intrinsic motivation, the relationship between managerial undermining and protective silence remains consistent. In contrast, for employees with high intrinsic motivation, defensive silence decreases as managerial undermining increases, while protective silence increases. These results suggest that employees with high intrinsic motivation are more likely to engage in protective silence as a response to social undermining, rather than defensive silence, which may indicate a higher sense of control or resilience in the workplace.

Conclusion: These results underscore the importance of intrinsic motivation in understanding how employees respond to social undermining and its implications for organizational silence. The

Ferda ÜSTÜN, Şeyma ERSOLAK ONGAN, "The Creative Class: Navigating the Dynamics of Organisational Silence, Social Undermining, and Intrinsic Motivationl", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 1-18.

study offers valuable insights for both researchers and practitioners, highlighting the need for more focused leadership and management strategies that account for the varying effects of motivation on employee behavior in the workplace.

Keywords

Social undermining, intrincsic motivation, organizational silence, conservation of resources theory, social exchange theory

Öz

Amaç: Bu çalışma, yaratıcı sınıf içindeki içsel motivasyonun, sosyal baltalama ile örgütsel sessizlik arasındaki ilişkiyi nasıl düzenlediğini incelemekte, Kaynakların Korunması Teorisi ve Sosyal Değişim Teorisi'ni kullanarak bu etkileşimin dinamiklerini keşfetmeyi amaçlamaktadır.

Yöntem: Çalışmada, çalışanların sessizliğini etkileyen çeşitli koşullar incelenmiş, bu sessizliğin arkasındaki nedenler ortaya konulmuştur. Ayrıca, içsel motivasyonun bu ilişkilerdeki düzenleyici rolü detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

Bulgular: Araştırma sonuçları, düşük içsel motivasyona sahip çalışanlar için yönetici baltalaması ile koruyucu sessizlik arasındaki ilişkinin tutarlı kaldığını göstermektedir. Bu durumda, çalışanlar, kendilerini savunmasız hissettiklerinde, sessizliğe daha fazla yönelmektedir. Ancak, yüksek içsel motivasyona sahip çalışanlar için farklı bir durum söz konusu olmaktadır. Bu çalışanlar, yönetici baltalaması arttıkça savunma amaçlı sessizliği terk etmekte, buna karşılık koruyucu sessizliğe daha fazla başvurmaktadırlar. Bu durum, içsel motivasyonun sosyal baltalamaya verilen tepkilerdeki kritik rolünü ortaya koymaktadır.

Sonuç: Çalışma, çalışanların sosyal baltalamaya karşı gösterdiği tepkilerin örgütsel sessizlik üzerindeki etkilerini anlamanın önemini vurgulamaktadır. Bu bulgular, örgütsel yönetim ve liderlik uygulamalarına yönelik değerli çıkarımlar sunarak, uygulayıcılara daha etkili yönetim stratejileri geliştirme fırsatı sunmaktadır. Ayrıca araştırmacılara sosyal baltalama ve içsel motivasyon arasındaki ilişkilere dair daha fazla araştırma yapmaları için yönlendirici bilgiler sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler

Sosyal baltalama, içsel motivasyon, örgütsel sessizlik, kaynakların korunması teorisi, sosyal değişim teorisi

Introduction

In today's dynamic economic landscape, countries striving for growth and adaptability prioritize Research and Development (R&D) operations and innovative endeavors. This strategic emphasis aids businesses in maintaining their competitive edge within global markets. Investments directed towards fostering growth at both national and regional levels often revolve around well-equipped R&D centers and Technoparks (Erbay & Arkan, 2019). Human capital emerges as a critical component in the development of these infrastructures, alongside financial resources and technological advancements. Coined by Florida (2002), the term "creative class" refers to individuals actively engaged in creative and innovative activities that contribute to revenue generation. It is widely acknowledged that organizations can effectively navigate changing environmental conditions and stay competitive only through the collective efforts of employees who possess the capacity to think critically, innovate, and deliver tangible outcomes. However, within the social structures of organizations, both desirable and undesirable behaviors can manifest. Social undermining, identified as a negative behavior within organizational contexts, is often influenced by individual personality traits (Sabeen & Arshad, 2019) and organizational culture. Examples of organizational undermining behaviors encompass alterations in the work environment, unfavorable working hours, and challenging conditions (Alparslan & Tunc, 2009; Freebairn et al., 2006).

Social undermining is a behavior aimed at impeding the development and maintenance of healthy interpersonal relationships, hindering success in work-related endeavors, and tarnishing one's reputation over time (Duffy, Ganster, & Pagon, 2002: 332). Vinokur and Van Ryn (1993) define it as involving direct expressions of anger, criticism, and hostility towards a specific individual, with the aim of thwarting their goals and hindering their personal growth (Vinokur, Price, & Caplan, 1996). This behavior often leads to negative emotional experiences for employees, including stress, anxiety, desensitization, and despair (Gant, Nagda, Brabson et al., 1993). Studies have consistently shown that exposure to undermining behavior increases employees' intentions to leave the organization and elevates their stress levels. Furthermore, research indicates that such behavior adversely affects employees' ability to achieve their goals and undermines their motivation, leading to decreased performance and self-efficacy. Over time, individuals who encounter negative emotions and experiences of undermining may witness a decline in their self-confidence and, consequently, their creative capacities (Cavus, Develi & Sarıoglu, 2015). Adverse interactions can result in confusion and a sense of threat, contributing to a significant rise in employees' stress levels and incurring costs for both individuals and organizations (Rook, 1992).

Social undermining, a concept with substantial ramifications for organisations, is typically attributed to employees, supervisors, and customers in the literature. Since the research group being studied does not have direct contact with clients, social undermining has been analysed in two aspects (Duffy et al., 2002). According to social learning theory, first-line managers and leaders are important in causing and spreading undermining behaviour in the organisation (Eiss & Whyland, 2018). Managers' undermining behaviour towards their subordinates can cause the subordinates to view these actions as legitimate (Mawritz, Mayer, Hoobler, Wayne & Marinova, 2012).

Subordinates often channel the undermining behaviours they experience towards colleagues they view as less powerful. The transfers and ripple effects described by Eissa et al. (2018) result in workplace disputes over time as individuals seek to reciprocate within the organisation, as noted by Andersson and Pearson (1999). The reciprocity norm, a concept in social exchange theory, refers to the inclination to respond to negative behaviour with negative behaviour in social interactions (Swift & Virick, 2013: 718). Social undermining is considered a detrimental interpersonal behaviour that creates bad social exchange connections in the workplace (Duffy et al., 2002).

Expanding on these theories, when a person shares their expertise and skills to help the organisation, they anticipate that it will boost their visibility and reputation in their professional circle and reinforce their relationships. Conversely, a decline in the willingness to communicate information often leads to a preference for silence (Constant, Kiasler, and Sproull, 1994: 406; Hall, 2001; Kankanhalli, Tan &Wei, 2005, p. 116). Another significant theory to consider is the 'conservation of resources theory.' This theory promotes the endeavour to obtain, enhance, and safeguard individual resources (Hobfoll, 2001; Hobfoll, 2002; Laguna & Razmus, 2018). Employees rely on their supervisors, colleagues, and other third parties to safeguard and improve their assets (Duffy, Scott, Shaw, Tepper & Aquino, 2012). This theory suggests that employees who feel intentionally and systematically undermined in order to weaken themselves are likely to distance themselves from organisational knowledge sharing over time, choosing to conserve their resources and remain silent (Pinder & Harlos, 2001: 334; Constant et al., 1994: 406; Hall, 2001, pp. 7-11; Kankanhalli et al., 2005, p. 116; Ozdil, 2017; Tepper, Simon & Park 2017; Fatima, Majeed & Jahanzeb, 2020; Ustun & Ersolak, 2020; Jung & Yoon, 2019; Gupta & Mishra, 2016).

This research aims to examine the complex relationships among social undermining, intrinsic motivation, and organisational silence using Conservation of Resources Theory and Social Exchange Theory, focusing on the creative class. While existing literature has explored the negative impacts of social undermining on employees, this study aims to contribute by examining the moderating role of intrinsic motivation in shaping the relationship between social undermining and various dimensions of organizational silence.

Specifically, our focus is on understanding the conditions under which employees, particularly those belonging to the creative class, may choose silence as a response to social undermining. By

integrating intrinsic motivation as a moderating factor, we aim to add a nuanced understanding to existing theories, illuminating the motivations and behaviors of employees in the face of undermining behaviors from supervisors and coworkers. This research not only aims to advance theoretical frameworks but also offers practical insights for both researchers and practitioners seeking to comprehend and address the complexities surrounding employee silence in the contemporary organizational context. While social exchange and conservation of resources theories have been extensively studied, they are not frequently applied to investigate the connection between social undermining and employee silence (Xu, Ayub &Iqbal, 2022; Fatima, Salah-Ud-Din, Khan et al., 2015; Pelit, Dincer &Kılıc, 2015).

The Theoretical Foundations and Hypotheses of The Research

The Relationships Between Social Undermining, Employee Silence, and Intrincsic Motivation

Various barriers within organizations, spanning managerial, organizational, and cultural dimensions, have been identified as impediments to creativity (Samen, 2008). In the pursuit of creativity within complex social systems, it is imperative for individuals to operate within a structure that provides a free and trusting environment (Keskin, 2005). The creative potential of employees is adversely affected when they perceive constraints within the organization, experience a fear of making mistakes, and anticipate criticism (Keskin, 2005; Sungur, 1997).

Research has identified abusive supervision (Malik, Shahzad, Razig, et al., 2019), bullying (Jiang, Gu &Tang, 2019), and social undermining (Eissa, Chgnchanachokchai, & Wyland, 2017) as variables that can diminish employees' creativity. Social undermining involves actions aimed at diminishing an employee's positive reputation, obstructing work progress, and impeding their ability to form positive relationships, thereby negatively impacting the creative class within the organization (Duffy et al., 2002).

Duffy et al. (2002) delineate three traits of social undermining: intent, erosion of talents, and a gradual detriment to interpersonal relationships and reputation. Exposure to undermining behavior can induce negative feelings, including tension, anxiety, desensitization, and despair (Gant et al., 1993). Employees subjected to such behavior also experience heightened psychological distress and emotional fatigue (Gant et al., 1993; Ulbegi, Iplik &Yalcın, 2019), leading to increased stress levels (Ulbegi, Iplik &Yalcın, 2019).

The stress resulting from exposure to socially damaging behavior inhibits employees from utilizing knowledge, concepts, and skills necessary for creativity over time (Černe, Nerstad, Dysvik & Skerlavaj, 2014). This stress-induced hindrance can lead to reduced knowledge sharing and creativity within organizations and employees (Tepper et al., 2017; Fatima at al., 2020; Ustun & Ersolak, 2020; Jung & Yoon, 2019; Constant et al., 1994; Hall, 2001; Kankanhalli et al., 2005; Khan, Malik &Shahzad, 2022; Eissa et al., 2017).

Employee silence, defined as the withholding of knowledge and ideas to improve work and organizational processes, has become a prevalent issue in contemporary workplaces (Bagheri, Zarei &Aeen, 2012). Despite having the potential to effect behavioral, cognitive, and emotional changes within the organization, employees choose silence, exhibiting three dimensions: acquiescent, defensive, and protective (Pinder & Harlos, 2001; Van Dyne, Ang & Botera, 2003). Acquiescent silent is an intentional sort of passive behaviour. Defensive silence occurs when employees choose not to share their opinions, knowledge, and thoughts due to fear of negative reactions and the need to protect themselves (Acaray & Sevik, 2016). Protective (prosocial) silence is when an individual refrains from expressing their opinions and thoughts about work in order to support the organization's aims or a specific group inside the organisation (Akan & Oran, 2017). Frequent exposure to negative workplace behaviors prompts employee silence (Ozdil, 2017), with some adopting a compliant attitude (Fatima at al., 2020; Gupta and Mishra, 2016), while others choose silence within the framework of social exchange and conservation of resources theories (Ustun & Ersolak, 2020; Jung & Yoon, 2019; Zahed, 2015).

In this context, the main hypotheses of the research are as follows:

H_{1a}: Social undermining (a) manager undermining, (b) coworker undermining positively and significantly effects acquiescent silence, which is the sub-dimension of employee silence.

H_{1b}: Social undermining (a) manager undermining, (b) coworker undermining significantly and positively effects defensive silence, which is.the the sub-dimension of employee silence.

H_{1c}: Social undermining (a) manager undermining, (b) coworker undermining significantly and positively effects protective silence, which is the sub-dimension of employee silence.

Motivation is the important key for reducing organisational silence and enhancing employees' readiness to contribute to the organisation. Motivation is the exertion of effort by an individual to pursue a particular goal, accompanied by the enthusiasm felt throughout the endeavour. Satisfaction in intrinsic motivation is derived from the job itself, as per the Self-Determination Theory (Gagne & Deci, 2005, p. 331). Individuals with strong intrinsic motivation engage in tasks willingly and without external incentives or prizes; they do so purely because they find the task inherently engaging and delightful (Ahmed & Bruinsma, 2006). People with intrinsic motivation are driven to work willingly, come up with innovative ideas, and take the lead in their responsibilities (Demir, 2011). Akgunduz (2013) found that intrinsic incentive tools positively influence employees' creativity ability. Research shows that intrinsic motivation is linked to organisational commitment and job satisfaction (Abdurrezzak & Ustuner, 2020; Agca & Ertan, 2008; Karatepe & Uludag, 2007). Saygili (2018) discovered that intrinsic motivation decreases the likelihood of blue-collar workers wanting to quit their employment. Dogan and Aslan (2018) discovered that intrinsic motivation played a mediating role in the relationship between psychological capital and job satisfaction.

An employee's belief that they are being undermined by superiors or coworkers might result in hesitancy to share thoughts, ideas, and feelings that could benefit the organisation. The strong intrinsic motivation of employees can be the initial focus of research to shift away from silence behaviour. The research aims to investigate if intrinsic motivation moderates the relationship between social undermining and organisational silence.

In line with all these explanations, the hypotheses to investigate the moderating effect of intrinsic motivation are as follows:

H_{2a}: Intrinsic motivation plays a moderating role between social undermining, both (a) supervisor undermining and (b) coworker undermining, and the acquiescent silence sub-dimension of employee silence.

H_{2b}: Intrinsic motivation plays a moderating role between social undermining, both (a) supervisor undermining and (b) coworker undermining, and the defensive silence sub-dimension of employee silence.

H_{2c}: Intrinsic motivation plays a moderating role between social undermining, both (a) supervisor undermining and (b) coworker undermining, and the protective silence sub-dimension of employee silence.

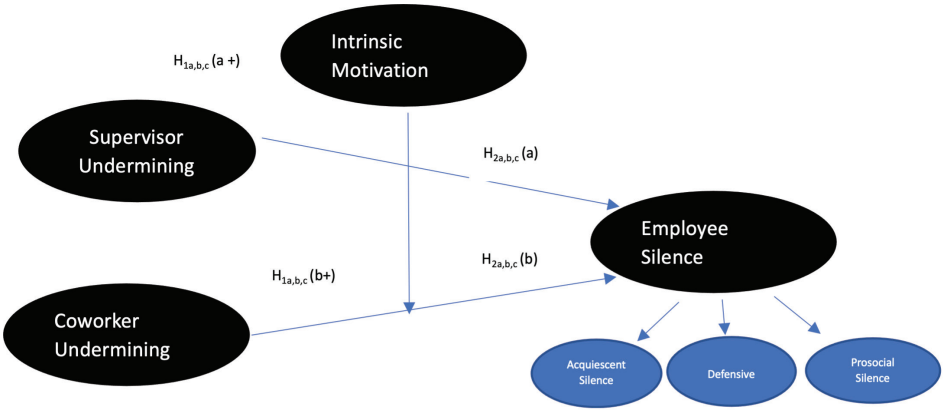


Figure 1: Research model

Method

Population and Sample

The research focuses on the creative professionals employed in Technoparks in Kayseri and Nevsehir. There are 1300 employees in 242 enterprises linked to Erciyes Technopark and 16 companies associated with Cappadocia Technopark in Kayseri. In adherence to the TOP (Transparency and Openness Promotion) guidelines, we emphasize the transparency and openness incorporated into the research methodology. The determination of the sample size, guided by Sekaran's (2003, p. 294) table, was explicitly stated, with the rationale behind selecting 297 participants detailed. Out of 325 distributed questionnaires, 302 were returned, and 297 were considered appropriate for the study, providing clarity on participant inclusion. In the surveys that were not evaluated, it was observed that all expressions were marked in the same way.

Before the main study, a pilot study involving 70 participants was conducted, aiming to assess the clarity of the questions in the survey instrument. Following the pilot study, one item on the social undermining scale was revised based on input from two experts. The final version of the measuring instrument was presented in a pilot study involving 25 employees. Questionnaires intended for data collection were issued to employees and retrieved the following day. In some workplaces, the surveys left to the authorized officers were received the next day. The research data collection began in June 2021 and lasted for approximately 6 months. In thıs study, we adhered to The Journal of Applied Psychology methodological checklist. The data are not available because they are proprietary. The research data was analyzed using SPSS 23 for statistical analysis and Structural Equation Modeling (SEM) to assess measurement tool validity. Hayes' process macro was employed to explore moderating relationships between variables. These methods facilitated a comprehensive understanding of the research framework and provided insights into the success of restaurant information systems.

Data Collection Tool

The social undermining scale developed by Duffy et al. in 2002 and translated into Turkish by Ulbegi et al. in 2014 was used to measure social undermining. The measure has 26 items categorised into two dimensions: manager undermining and coworker undermining, with each component consisting of 13 items. The Mottaz (1985) employee motivation scale, adapted into Turkish by Dundar, Ozutku, and Taspinar (2007) following the work of Brislin, MacNab, Worthley et al., (2005) and Mahaney and Lederer (2006), was used for measurement. This study only utilised the first dimension of the scale, which focuses on intrinsic motivation and consists of 9 items. The Van Dyne et al. (2003) scale for evaluating employee silent was used after being converted into Turkish by Taskıran (2011). The data collection tools, comprising the social undermining scale, employee motivation scale, and employee silence scale, were meticulously chosen based on their established reliability and validity. Each scale, presented as a 5-point Likert scale without any reverse-coded items, contributes to the clarity and straightforwardness of the research instruments.

The scale has three dimensions: acquiescent silent, defensive silence, and prosocial silence, with a total of 15 items. All scales utilised in the research are 5-point Likert scales without any items that are reverse-coded. Reliability coefficients for each scale were calculated, with α=0.88 for the undermining scale, α=0.82 for intrinsic motivation, and α=0.80 for organizational silence. These coefficients affirm the internal consistency of the scales, indicating their reliability in measuring the intended constructs.

The analysis of the participants' characteristics reveals that 57.6% are male, 73.7% are aged between 18-30, 78.8% are unmarried, and 59.9% have a bachelor's degree. Regarding the participants' experience durations, 45.5% have 1-5 years of experience, 25.3% have less than 1 year, 17.2% have 6-10 years, and 13.1% have 11 years and above.

The Validity of the Factor Structures of the Scales Used in the Research: First-Level Confirmatory Factor Analyses

Factor analyses were used to confirm the structures of the scales in the investigation. The variables were assessed for factor analysis suitability using the Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) and Bartlett's Sphericity test. Results showed KMO values of 0.874 for Undermining, 0.86 for Motivation, and 0.838 for Silence, with corresponding $\chi 2$ values and degrees of freedom, all with $p<0.0001$. The values suggest that the dataset is appropriate for factor analysis.

Two factors with eigenvalues greater than 1 were revealed in the AFA analysis of the Social Undermining Scale. The factor loadings for the two-factor structure range from .85 to .55 for employee undermining and from .74 to .57 for supervisor undermining. The two dimensions created account for a cumulative variation of 47.95%. A first-order confirmatory factor analysis was undertaken using the SEM framework to examine the link between the items of the Social Undermining Scale and its structural features. The goodness-of-fit indices verified the significance of the Social Undermining Scale with a chi-square value of 966.704, degrees of freedom of 294, and a p-value of 0.00. The χ^2/df value was determined to be 3.288, falling within the specified range (χ^2/df/5) as referenced by Byrne (2011) and Yaslıoglu (2017). The fit goodness indices were calculated as follows: CFI=0.91 (Comparative Fit Index), GFI=0.90 (Goodness of Fit Index), IFI=0.90 (Incremental Fit Index), NFI=0.90 (Normed Fit Index), and RMSEA=0.088 (Root Mean Square Error of Approximation). Based on these values, it is evident that the two-factor model is consistent. The scale's reliability coefficient was determined to be .86.

A single factor with an eigenvalue larger than 1 was detected in the AFA results for the Intrinsic Motivation Scale. The factor loadings of the scale vary from .73 to .56, collectively accounting for 39.66% of the variation. The fit indices supported the importance of the Intrinsic Motivation Scale with a chi-square value of 114.280, degrees of freedom of 25, and a p-value of 0.00. The fit goodness index values were calculated as follows: CFI=0.89, GFI=0.92, IFI=0.90, NFI=0.90, and RMSEA=0.09. Based on these data, it was concluded that the single-factor model is consistent. The scale's reliability coefficient was determined to be .84.

Three factors with eigenvalues greater than 1 were detected in the AFA results for the Organisational Silence Scale. One item was excluded from the analysis due to its distribution across two dimensions, prompting a repetition of the study. The factor loadings of the scale items for defensive silent in the first dimension ranged from .77 to .64, explaining 31.585% of the total variance. The factor loadings of items for the prosocial silence dimension varied from .86 to .68, accounting for 22.79% of the total variance. The factor loadings of items for acquiescent silent in the third dimension varied from .82 to .57, explaining 8.11% of the total variance. The chi-square value for the Organisational Silence Scale was χ^2 = 243.359 with 86 degrees of freedom, and the p-value was found to be significant at p = 0.00. The X^2/df ratio was 2.830, indicating acceptability. The fit indices are as follows: CFI = 0.93, GFI = 0.90, IFI = 0.93, NFI = 0.90, and RMSEA = 0.078. Based on these results, it was determined that the three-factor model is coherent. The reliability coefficients of the scale were .83 for defensive silence, .80 for acquiescent silence, and .85 for prosocial silence.

Table 1. Goodness of Fit Indices for the Structural Model

Scales	CMIN	DF	CMIN/DF	CFI	GFI	IFI	NFI	RMSEA	P
Social Undermining	966.704	294	3.288	0.91	0.90	0.90	0.90	0.088	0.00
Intrinsic Motivation	114.280	25	4.571	0.89	0.92	0.90	0.90	0.090	0.00
Organizational Silence	243.259	86	2.830	0.93	0.90	0.93	0.90	0.078	0.00

By providing this comprehensive overview, the research methodology aligns with the transparency and openness principles outlined in the TOP guidelines, ensuring that the study's design, participant selection, pilot study, and reliability and validity assessments are clearly communicated and accessible to the readership.

Findings

Correlation Analysis Results

Analysed were the means, standard deviations, and correlations of the research variables, with the findings displayed in Table 2.

Table 2. Correlation Matrix for the Concepts

	Mean	S.S.	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Intrinsic Motivation	4.14	.74	**1**							
2. Social Undermining	1.83	.83	-.289**	**1**						
3.Supervisor Undermining	1.68	.59	-,202	.702	1					
4. Coworker Undermining	1,75	.65	-.229	.753	.141**	1				
5. Employee Silence	2.35	.61	-.242**	.364**	.185**	.156**	1			
6. Acquiescent Silence	1.95	.76	-.120**	.211**	.105**	.139**	.409**	1		
7. Defensive Silence	1.83	.78	-.243**	.338**	.114**	.233**	.643**	.415**	1	
8. Prosocial Silence	4.04	1.00	-.029	.052	.082*	.057	.057	-.065*	.036	1

*The correlation is significant at the 0.05 level.
**The correlation is significant at the 0.01 level.

A negative and significant correlation was observed between intrinsic motivation and social undermining, supervisor undermining, coworker undermining, employee silence, acquiescent silence, and defensive silence. There is a weak and insignificant negative correlation with prosocial silence (r=-.029; p>0.01), the final sub-dimension of organisational silence. There are strong and meaningful connections between social undermining and organisational silence, as well as its components acquiescent silence and defensive silent. There is a weak positive correlation between supervisor undermining and employee silence, as well as organisational silence and its sub-dimensions acquiescent silence and defensive silence. A positive and significant relationship was discovered between coworker undermining, a sub-dimension of social undermining, and employee silence (r=.156; p<0.01), organisational silence, as well as its sub-dimensions, acquiescent silence (r=.139; p<0.01) and defensive silence (r=.233; p<0.05). However, positive but not significant relationships were observed between prosocial silence (r=.057; p>0.05).

The average number for social undermining within the creative class is 1.83, indicating a low level. The value of organisational silence is 2.35, which is close to the mean value of 2.5. The investigation shows that employees have a high level of intrinsic motivation, with an average score of 4.14 being the highest recorded. Acquiescent silence scored 1.95, defensive silence scored 1.83, and prosocial silence scored 4.04, indicating that prosocial silence is above average.

Findings Regarding Hypotheses

Hayes' (2013) moderation analysis was used to investigate the effect of intrinsic motivation in moderating the relationship between social undermining and organisational silence. The research model includes independent variables such as supervisor undermining and coworker undermining as sub-dimensions of social undermining, with intrinsic motivation acting as the moderating variable. The dependent variable comprises employee silence and its sub-dimensions: acquiescent, defensive, and prosocial silence. Table 3 displays the analysis results of how intrinsic motivation moderates the connection between supervisor and coworker undermining and acquiescent silent.

Table 3. Moderating Role of Internal Motivation in the Relationship between Supervisor and Coworker Undermining and Acquiescent Silence

	Model	β	S.H.	t	p	LLPCI	ULCI	Model Summary
AcS	SupU	.109	.098	1.107	.269	-.084	.302	R= .134; R^2=.018; F=1.494; p=.216
	IntMo	-.136	.085	-1.598	.111	-.304	.031	
	Interaction	.115	.123	.935	.350	-.127	.358	
AcS	CowU	.033	.085	.390	.696	-.202	.135	R= .150; R^2=.022; F=1.881; p=.133
	IntMo	-.204	.091	-2.235	.026	-384	-.024	
	Interaction	.140	.091	1.538	.125	-.039	.319	

AcS: Acquiescent Silence, IntMo: Internal Motivation, SupU: Supervisor Undermining, CowU: Cowerker Undermining

The interaction between intrinsic motivation and supervisor and coworker undermining on acquiescent silent was not statistically significant, as shown in Table 3. The impact of supervisor and colleague undermining on acquiescent silent is not statistically significant (F_SupU=1.494; F_CowU=1.881; p>0.05). Hypotheses H_{1a} and H_{2a}, which suggest that social undermining by supervisors and coworkers significantly influences employee silence, were not supported in the context of acquiescent silence. Additionally, the hypothesis that intrinsic motivation moderates the relationship between social undermining and employee silence was also not supported.

Table 4 displays the results of the investigation on how intrinsic motivation moderates the relationship between supervisor and cowerker undermining and defensive silence, a component of employee silence.

The analysis in Table 4 shows that intrinsic motivation moderates the relationship between supervisor undermining and defensive silence in a statistically significant way. In the model excluding the interaction term, the impact of supervisor undermining on defensive silence is positive and statistically significant, with a beta coefficient of 0.154, a t-value of 2.014, and a p-value less than 0.05. The inclusion of the interaction term (SupervisorUndermining*IntrinsicMotivation) decreased the impact of supervisor undermining on defensive silence from β=0.154 to β=0.129. The model summary (R^2=0.036; F=3.051; p=0.29) suggests that the model is statistically significant. The relationship between coworker undermining, a subcategory of social undermining, and protective silence is not statistically significant (t=0.077; p>0.05).

Table 4. Moderating Role of Intrinsic Motivation in the Relationship between Supervisor and Coworker Undermining and Defensive Silence

	Model	β	S.H.	t	p	LLPCI	ULCI	Model Summary
DefS	SupU	.154	.095	2.014	.037	-.033	-.342	R= .190; R^2=.036; F=3.051; p=.029
	IntMo	-.189	.082	-2.288	.023	-.353	-.026	
	Interaction	.129	.119	2.082	.030	-.306	-.365	
DefS	CowU	.006	.083	.077	.937	-.151	.171	R= .193; R^2=.037; F=3.141; p=.026
	IntMo	-.261	.088	-2.948	.003	-.436	-.086	
	Interaction	.158	.088	1.789	.074	-.016	.332	

DefS: Defensive Silence, IntMo: Internal Motivation, SupU: Supervisor Undermining, CowU: Cowerker Undermining

H_{1b} states that supervisor and coworker undermining have a good and significant impact on defensive silent in creative emplooyes. The assumptions regarding the moderating effect of intrinsic motivation on the link between supervisor undermining and protective silence in employees are

not validated. The analytical results on how intrinsic motivation moderates the connection between supervisor and coworker undermining and the sub-dimension of protective silence in employee behaviour are shown in Table 5.

Table 5. The moderating role of intrinsic motivation in the relationship between supervisor and coworker undermining and protective silence

	Model	β	S.H.	t	p	LLPCI	ULCI	Model Summary
ProS	SupU	-.172	,117	-2.465	.029	-.403	-.342	R= .216; R^2=.047; F=3.451; p=.022
	IntMo	,113	.101	-2.001	.034	-.307	-.026	
	Interaction	-.154	,107	-2.182	.024	-.484	-.096	
ProS	CalB	,097	,102	.950	.342	-.151	.171	R= .124; R^2=.015; F=1.278; p=.282
	IntMo	.174	,109	1.594	.112	-.436	-.086	
	Interaction	-.135	,108	-1.243	.215	-.349	.079	

ProS: Protective Silence, IntMo: Internal Motivation, SupU: Supervisor Undermining, CowU: Cowerker Undermining

The relationship between supervisor undermining and protective silence is influenced by intrinsic motivation, as seen in Table 5. In the model without the interaction term, supervisor undermining has a significant positive impact on protective silence (β=-0.172; t=-2.465; p<0.05). The addition of the interaction term (SupU*IntMot) decreases the impact of supervisor undermining on protective silence from β=-0.172 to β=0.154. The model summary (R2=0.047; F=3.451; p=0.022) suggests the model's significance. The relationship between coworker undermining, a sub-dimension of social undermining, and protective silence is not statistically significant (t=0.950; p>0.05). Hypothesis 1c, which suggests that social undermining from both supervisors and coworkers has a significant and positive impact on the sub-dimension of protective silence, is confirmed. Hypothesis 2c, which suggests that intrinsic motivation influences the relationship between social undermining (supervisor and coworker) and protective silence in employee silence, is supported for the supervisor undermining factor.

Figures 1 and 2 display the graphical representation of how intrinsic motivation moderates the relationship between supervisor undermining and defensive and protective silence at low and high levels of intrinsic motivation.

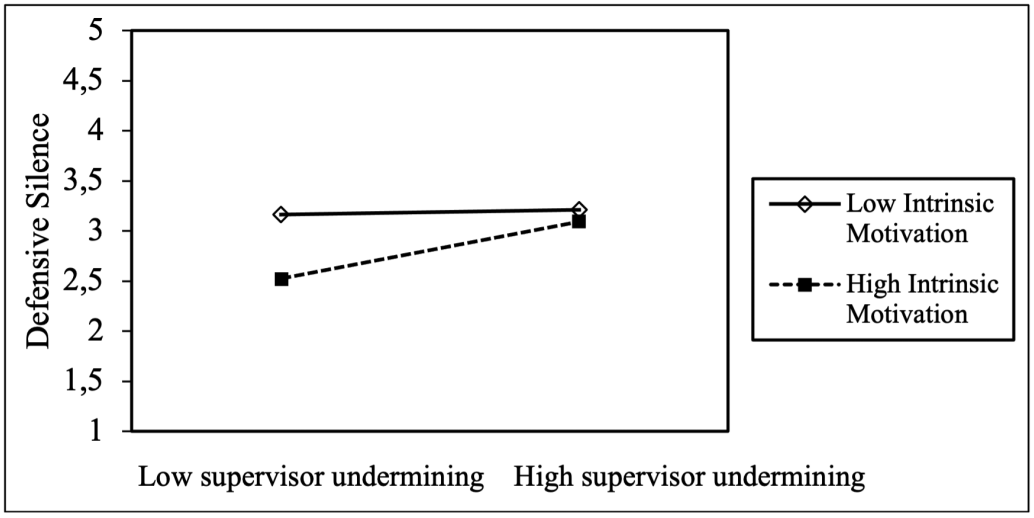


Figure 1. Graphical representation of the moderating effect of intrinsic motivation on the relationship between supervisor undermining and defensive silence.

Figure 1 illustrates the relationship between supervisor undermining and protective silence in the creative class based on their level of intrinsic motivation. The graph shows that for employees with low intrinsic motivation, the relationship between supervisor undermining and protective silence stays consistent. For highly intrinsically motivated employees, a rise in supervisor undermining leads to a decrease in defensive silent. The relationship between supervisor undermining and protective silence is influenced by intrinsic motivation.

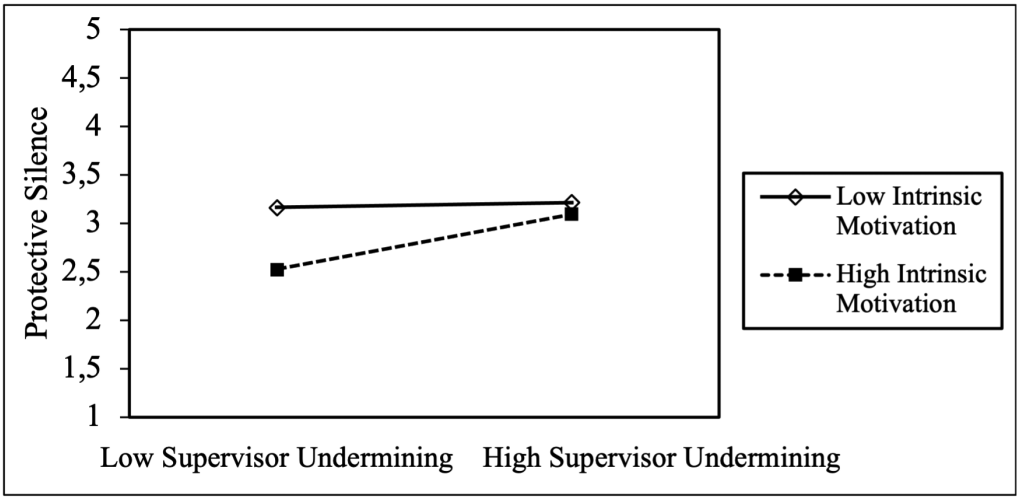


Figure 2. Graphic representation of the moderating effect of intrinsic motivation on the relationship between supervisor undermining and protective silence.

Figure 2 shows the relationship between supervisor undermining and protective silence among employees with low or high motivation. The graph shows that the relationship between supervisor undermining and protective silence stays consistent for employees with low motivation. For highly intrinsically motivated employees, a rise in supervisor undermining leads to a corresponding increase in protective silent. The relationship between supervisor undermining and protective silent is influenced by intrinsic motivation.

Result

Technoparks showcase exemplary university-industry collaboration and stand out due to their association with the creative class, comprised of innovative, diverse, and unique individuals. Exposure to social undermining behaviours, regardless of the source, is believed to discourage employees from sharing valuable information, thoughts, and feelings with the organisation. The study's premise is that the observed silent behaviour would be influenced by intrinsic motivation. This study aims to investigate how intrinsic motivation moderates the relationship between social undermining (supervisor and coworker undermining) and employee silence (acquiescent, defensive, and prosocial). The study's objective is elucidated by the model and hypotheses presented.

The research results show that when supervisors engage in undermining behaviour, employees are more likely to exhibit defensive silence and less likely to engage in protective silence, which involves behaviours targeted at safeguarding the organisation and its employees. The analytical findings suggest that supervisor-initiated undermining behaviour has no effect on acquiescent silence.

The results indicate around 15% of the rise in employees' defensive silence actions and 17% of the decline in protective silence actions can be linked to supervisor-induced undermining behaviour. No statistical interaction was found between coworker-initiated undermining behaviour and employee silent. Research in the field indicates that supervisor undermining behaviour leads to an increase in defensive silent. (Milliken, Morrison & Hewlin, 2003; Zahed, 2015; Ugur, 2017; Eissa et al., 2018; Jung & Yoon, 2019; Ustun & Ersolak, 2020). Eissa et al. (2018) and Eby (2024, p. 131) highlighted that disciplinary measures, lack of incentives and rewards, and biassed performance evaluations can cause

employees to engage in defensive silence. Employees engage in defensive silence as a protective measure, choosing not to express their emotions, thoughts, or facts out of concern for potential repercussions (Ustun and Ersolak, 2020). Individuals may refrain from expressing their thoughts and ideas to save their resources, based on the research findings of Xu, Ayub, and Iqbal (2022). Employees, over time, are inclined to react to criticism, humiliation, and obstructive behaviours they encounter, as per social exchange theory. Perceiving a superior displaying undermining behaviour as a representative of the organisation could lead employees to reveal sensitive information that requires organisational protection.

The research results show that social undermining influences the relationship between supervisor undermining (a type of social undermining) and employee silence, particularly in the defensive and protective silence aspects, by the moderating influence of intrinsic motivation. A 1-unit rise in supervisor undermining results in a 0.154-unit increase in defensive silence, as indicated by this study. When intrinsic motivation is added to the model, the influence of a 1-unit alteration in supervisor undermining diminishes to 0.129. This suggests that intrinsic motivation assists in reducing the impact of undermining behaviour on defensive silence. A 1-unit increase in supervisor undermining leads to a -0.172-unit decrease in protective silent. However, when intrinsic motivation is added to the model, the effect of a 1-unit change in supervisor undermining drops to -0.154. Intrinsic motivation reduces the influence of undermining behaviour on protective silence. The research indicates that boosting employees' intrinsic motivation can help reduce the impact of supervisor undermining.

This study proposes that intrinsic motivation moderates the relationship between social undermining and employee silence, based on the literature evaluation. The silent behavior adopted by employees to safeguard their resources as a result of undermining behavior from superiors and coworker might decrease if the individual has intrincsic motivation and finds their work important, enjoyable, and useful. Having employees with high intrinsic motivation is essential in this scenario. The study's design hypothesised that employees who experienced undermining behaviour from supervisors and coworker would be more likely to remain silent, and that high intrinsic motivation would reduce this inclination. The study also aimed to find out if the origin of undermining behaviour has an impact and which aspect of silence it influences. Exposure to supervisor undermining causes employees to engage in defensive silence to protect their resources, while decreasing protective silent, which entails withholding information that could benefit the organisation or its members. Supervisor undermining does not impact acquiescent silence, which is a form of silence resulting from employees' cooperation or acceptance of the current circumstances. Acquiescent silent is characterised by a passive demeanour, showing a lack of involvement in organisational growth and process enhancements, and an attitude of apathy (Van Dyne et al., 2003). The distinctive structure, objectives, and traits of personnel in technoparks may have influenced this outcome. Undermining behaviour from peers or colleagues does not affect employee silence.

The main idea of the study is intrinsic motivation. Supervisors' undermining behaviour leads to less protective silence, which diminishes with high intrinsic motivation. The employee's inclination to safeguard the organisation, supervisors, and coworkers diminishes as a result of undermining behaviour, particularly when intrinsic motivation is high. Various factors such as engaging tasks, the significance of work to the employee, job engagement, accountability, variety, innovation, chances to utilise one's abilities, and positive performance evaluations are elements that boost intrinsic motivation (Mottaz, 1985; Dundar, Ozutku, & Taspinar, 2007). Organisations can enhance employees' intrinsic motivation by successfully utilising these techniques. Given the significance that technoparks attribute to creativity and success, it is essential to establish processes and human resource policies that reduce the impact of supervisor undermining, which can result in employee silent. All procedures, from recruiting highly intrinsically motivated people to effectively utilising instruments that enhance employees' intrinsic motivation, must be evaluated.

Organizational Implications

The findings of this study bear significant implications for organizations, particularly those within technoparks, where creativity and innovation are paramount. Recognizing the adverse impact of

supervisor undermining behavior on employee silence, specifically defensive and protective silence, is crucial for organizational leaders. Strategies aimed at curbing such behaviors are imperative for fostering a healthy and productive work environment.

In light of the study's emphasis on the moderating role of intrinsic motivation, organizations should prioritize initiatives to enhance this motivational factor among employees. Creating engaging tasks, emphasizing the significance of employees' work, promoting job engagement, and providing opportunities for skill utilization are essential components in bolstering intrinsic motivation.

To address the challenges posed by supervisor undermining, organizations are encouraged to establish transparent and equitable guidelines for performance evaluations. These guidelines should underscore fairness and impartiality, reducing the likelihood of undermining behaviors that contribute to defensive and protective silence.

Continuous monitoring of employee morale and well-being is recommended, with regular feedback sessions between supervisors and subordinates serving as a means to create an open communication channel. Such practices can help identify and mitigate potential issues related to undermining behavior, thus diminishing the occurrence of defensive and protective silence.

Given the specific characteristics of personnel within technoparks, organizations must evaluate their human resource policies and processes. Incorporating intrinsic motivation enhancement techniques, such as those emphasizing engaging tasks and positive performance evaluations, becomes paramount. Selective recruitment processes focusing on identifying individuals with high intrinsic motivation can contribute to creating a workforce less susceptible to the adverse effects of supervisor undermining.

In conclusion, the organizational implications suggest a holistic approach that combines efforts to curb supervisor undermining, enhance intrinsic motivation, and tailor human resource policies to the unique context of technoparks. By adopting these measures, organizations can strive to create an environment conducive to creativity, success, and reduced instances of employee silence stemming from undermining behaviors.

Managerial Implications

The managerial implications derived from the study provide insightful recommendations for leaders and managers within technoparks. A foundational consideration involves cultivating an awareness among managerial staff regarding the potential adverse consequences of supervisor undermining behavior on employee silence, particularly manifested in defensive and protective silence. Proactive recognition and effective addressing of such behaviors are identified as crucial components for fostering a healthy and productive work environment. Emphasizing the role of intrinsic motivation, the study underscores the importance for managers to prioritize strategies that enhance this intrinsic drive among employees. This entails providing engaging tasks, acknowledging the significance of their work, promoting job engagement, and creating opportunities for skill utilization. Moreover, the study advocates for the cultivation of a positive work culture within organizations, characterized by an environment that nurtures creativity, innovation, and positive performance evaluations. Such a culture contributes significantly to elevating employees' intrinsic motivation, subsequently reducing the propensity for defensive and protective silence in response to undermining behaviors. Acknowledging the implications for recruitment and training, organizations are encouraged to incorporate assessments of intrinsic motivation in their recruitment processes and design training programs aimed at enhancing intrinsic motivation and equipping employees with effective coping mechanisms for addressing undermining behaviors. Finally, the study underscores the necessity for leaders to actively address and discourage undermining behaviors, particularly those emanating from supervisors. This involves the implementation of disciplinary measures, the provision of incentives and rewards, and the establishment of unbiased performance evaluation mechanisms to foster a work environment that discourages such detrimental behaviors.

Limitations of the research

This study, like every research, has specific limitations. Choosing the survey method as the data collection tool is one of these restrictions. Research data collection during the epidemic has been limited to technopark staff in certain cities. This study is a cross-sectional study. While this research

successfully demonstrated correlations between variables based on created assumptions, a future research recommendation includes doing a longitudinal investigation. Conducting this study again with varied variables across multiple sectors and time frames could help confirm the findings.

REFERENCES

ABDURREZZAK, S., & USTUNER, M. (2020). Algılanan müdür yönetim tarzı ve icsel motivasyonun ögretmenlerin örgütsel baglılıgına etkisi, *Trakya Egitim Dergisi*, *10* (1), 151-168. https://doi.org/10.24315/tred.604753

ACARAY, A. ve SEVIK, N. (2016). Kültürel boyutların örgütsel sessizliğe etkisi üzerine bir araştırma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* 34(4): 1-18.

AGCA, V., & ERTAN, H. (2008). Duygusal baglılık icsel motivasyon ilişkisi: Antalya'da beş yıldızlı otellerde bir inceleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *10*(2), 135-156.

AHMED, W., & BRUINSMA, M. (2006). A structural model of self-concept, autonomous motivation and academic performance in cross-cultural perspective. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, *4*(10), 551-576.

AKAN, B. B., & ORAN, F. Ç. (2017). Akademisyenlerin örgütsel sessizlik algilari: Konuya ilişkin bir uygulama. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* 6(5), 72-90.

AKGUNDUZ, Y. (2013). Calışanların yaratıcılıgına motivasyon araclarının etkisi: Kuşadası'ndaki beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, *9*(20), 131-148. https://doi.org/10.11122/ijmeb.2013.9.20.334

ALPARSLAN, A. M. & TUNC, H. (2009). Mobbing olgusu ve mobbing davranışında duygusal zekâ etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 1*(1), 146-159.

ANDERSSON, L. M. & PEARSON, C. M. (1999). Tit for tat? The spiraling effect of incivility in the workplace. *Academy of Management Review, 24*(3), 452-471. https://doi.org/10.5465/amr.1999.2202131

BAGHERI, G., ZAREI, R. & AEEN M. N. (2012). Organizational silence Basic concepts and its development factors. *Ideal Type of Management, 1*(1), 47-58.

BYRNE, B. M. (2011). *Structural equation modeling with AMOS Basic concepts, applications, and programming,* Multivariate Applications Series (Routledge, New York).

BRISLIN, R. W., MACNAB, B., WORTHLEY, R., KABIGTING, Jr. F. & ZUKIS, B. (2005). Evolving perceptions of Japanese workplace motivation: An employee-manager comparison. *International Journal of Cross Cultural Management, 5(*1), 87-104. https://doi.org/10.1177/1470595805050

CAVUS, M.F., DEVELI, A. & SARIOGLU, G. S. (2015). Mobbing ve örgütsel sessizlik: Enerji sektörü calışanları üzerine bir araştırma. *İşletme ve İktisat Calışmaları Dergisi, 3*(1), 10-20.

ČERNE, M., NERSTAD, C. G. L.; DYSVIK, A. & ŠKERLAVAJ, M. (2014). What goes around comes around: Knowledge hiding, perceived motivational climate, and creativity. *Acad. Manag, 57*, 172–192. https://doi.org/10.5465/amj.2012.0122

CONSTANT, D., KIESLER, S., & SPROULL, L. (1994). What's mine is ours, or is it? A study of attitudes about information sharing. *Information systems research*, *5*(4), 400-421. https://doi.org/10.1287/isre.5.4.400

DEMIR, M. (2011). İş yaşamında ayrımcılık: Turizm sektörü örnegi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, *8(*1), 760-784.

DOGAN, S. & ASLAN, M. (2018). Psikolojik sermaye, icsel motivasyon ve iş tatmini ilişkisi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *11*(3), 112-125.

DUFFY, M. K., GANSTER, D. C. & PAGON, M. (2002). Social undermining in the workplace. *Academy of Management Journal, 45*, 331-351.

DUFFY, M. K., SCOTT, K. L., SHAW, J. D., TEPPER, B. J. & AQUINO, K. (2012). A social context model of envy and social underminig. *Academy of Management Journal 55*(3), 643-666. https://doi.org/10.5465/amj.2009.0804

DUNDAR, S., OZUTKU, H. & TASPINAR, F. (2007). İcsel ve dışsal motivasyon araclarının iş görenlerin motivasyonu üzerindeki etkisi: Ampirik bir inceleme. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Egitim Fakültesi Dergisi, 2*, 105-119.

EBY, M. (2024). The Power of Silence: Anxiety and Autonomy in TA Labor. Work and Occupations, 51(1), 114-134. https://doi.org/10.1177/07308884231178052

EISSA, G., & WYLAND, R. (2018). Work-family conflict and hindrance stress as antecedents of social undermining: Does ethical leadership matter?. *Applied Psychology*, *67*(4), 645-654. https://doi.org/10.1111/apps.12149

EISSA, G., CHINCHANACHOKCHAI, S. & WYLAND, R. (2017). The influence of supervisor undermining on self-esteem, creativity, and overall job performance: A multiple mediation model. *Organ. Manag. J, 14*, 185–197. https://doi.org/10.1080/15416518.2017.1382321

ERBAY, E. R., & ARKAN, D. (2019, March). Teknoparkların mevcut durumu. In *Prooceedings of XI. International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series* (pp. 703-705).

FATIMA, A., SALAH-UD-DIN, S., KHAN, S., HASSAN, M., & HOTI, H. A. K. (2015). Impact of organizational silence on organizational citizenship behavior: Moderating role of procedural justice. *Journal of Economics, Business and Management*, *3*(9), 846-850.

FATİİMA, T. & MAJEED MAND JAHANZEB, S. (2020). Supervisor undermining and submissive behavior: Shame resilience theory perspective. *European Management Journal 38*(1), 191- 203. https://doi.org/10.1016/j.emj.2019.07.003

FLORIDA, R. (2002). *The rise of the creative class.* Basic Books.

FREEBAIRN, D. M., CORNISH, P. S., ANDERSON, W. K., WALKER, S. R., BRETT ROBINSON, J. & BESWICK, A. R. (2006). Management systems in climate regions of the world Australia. *Dryland Agriculture, 23*, 837- 878. https://doi.org/10.2134/agronmonogr23.2ed.c20

GAGNÉ, M., & DECI, E. L. (2005). Self-determination theory and work motivation. *Journal of Organizational behavior*, *26*(4), 331-362. https://doi.org/10.1002/job.322

GANT, L. M., NAGDA, B.A., BRABSON, H.V., JAYARATNE, S., CHESS, W. A. & SINGH, A. (1993). Effects of social support and undermining on African American workers' perceptions of coworker and supervisor relationships and psychological well-being. *Social Work, 38*(2), 158-164. https://doi.org/10.1093/sw/38.2.158

GUPTA, S. & MISHRA. J, (2016). Mindlessness, submissive behavior and thought suppression: A perceptual buffering of self-compassion to psychological vulnerabilities among Indians. *Journal of Depression and Anxiety, 5*(4), 1-6. https://doi.org/10.4172/2167-1044.1000246

HALL, H. (2001). Input-friendliness: motivating knowledge sharing across intranets. *Journal of information science*, *27*(3), 139-146. https://doi.org/10.1177/016555150102700

HAYES, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approac*h. New York, NY: The Guilford Press. 20.10.2023

HOBFOLL, S. E. (2001). The influence of culture, community, and the nested-self in the stress process: Advancing conservation of resources theory. *Applied Psychology*, *50*(3), 337-421. https://doi.org/10.1111/1464-0597.00062

HOBFOLL, S. E. (2002). Social and psychological resources and adaptation. *Review of General Psychology*, 6(4), 307–324. https://doi.org/10.1037/1089-2680.6.4.307

JIANG, W., GU, Q., & TANG, T. L. P. (2019). Do victims of supervisor bullying suffer from poor creativity? Social cognitive and social comparison perspectives. *Journal of Business Ethics*, *157*, 865-884.

JUNG, H. S. & YOON, H. H., (2019). The effects of social undermining on employee voice and silence and on organizational deviant behaviors in the hotel industry. *Journal of Service Theory and Practice*, *29*(2), 213-231. https://doi.org/10.1108/JSTP-06-2018-0131

KANKANHALLI, A., TAN, B. C., & WEI, K. K. (2005). Contributing knowledge to electronic knowledge repositories: An empirical investigation. *MIS quarterly*, 113-143. https://doi.org/10.2307/25148670

KARATEPE, O. M., & ULUDAG, O. (2007). Conflict, exhaustion, and motivation: A study of frontline employees in Northern Cyprus hotels. *Hospitality Management, 26*, 645-665. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2006.05.006

KESKIN, H. (2005). Organizasyonel Yaratıcılıgın Teşvik Edilmesi. GYTE Bülten. Accessed 02.01.2024

KHAN, M. A., MALIK, O. F., & SHAHZAD, A. (2022). Social undermining and employee creativity: The mediating role of interpersonal distrust and knowledge hiding. *Behavioral Sciences*, *12*(2), 25. https://doi.org/10.3390/bs12020025

LAGUNA, M., & RAZMUS, W. (2018). Dimensions of entrepreneurial success: A multilevel study on stakeholders of micro-enterprises. *Frontiers in psychology*, *9*, 791. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00791

MAHANEY, R. C. & LEDERER, A. L. (2006). The effect of intrinsic and extrinsic rewards for developers on information systems project success. *Project Management Journal, 37*(4), 42-54. https://doi.org/10.1177/875697280603700405

MALIK, O. F., SHAHZAD, A., RAZIQ, M. M., KHAN, M. M., YUSAF, S., & KHAN, A. (2019). Perceptions of organizational politics, knowledge hiding, and employee creativity: The moderating role of professional commitment. *Personality and Individual Differences*, *142*, 232-237. https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.05.005

MAWRITZ, M. B., MAYER, D. M., HOOBLER, J. M., WAYNE, S. J., & MARINOVA, S. V. (2012). A trickle-down model of abusive supervision. *Personnel psychology*, *65*(2), 325-357. https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2012.01246.x

MILLIKEN, F. J., MORRISON, E. W., & HEWLIN, P. F. (2003). An exploratory study of employee silence: Issues that employees don't communicate upward and why. *Journal of management studies*, *40*(6), 1453-1476. https://doi.org/10.1111/1467-6486.00387

MOTTAZ, C. J. (1985). The relative importance of intrinsic and extrinsic rewards as determinants of work satisfaction. *The Sociological Quarterly, 26*(3), 365–385. https://doi.org/10.1111/j.1533-8525.1985.tb00233.x

OZDIL, M. M. (2017). Liderlik tarzlarının örgütsel sessizligin nedenleri üzerindeki etkisi ve bir uygulama. Master's thesis. İstanbul Ticaret University, İstanbul.

PELIT, E., DINCER, F. I., & KILIC, I. (2015). The effect of nepotism on organizational silence, alienation and commitment: A study on hotel employees in Turkey. *Journal of Management Research*, *7*(4), 82-110.

PINDER, C. C. & HARLOS, K. P. (2001). Employee Silence: Quiescence and acquiescence as responses to perceived injustice. *Personnel and Human Resources Management,* 20, 331-369. https://doi.org/10.1016/S0742-7301(01)20007-3

ROOK, K. G. (1992). Detrimental aspects of social relationships: Taking stock of an emerging literature. In H. Veil & U. Baumann (Eds.), The meaning and measurement of social support: 157-169. New York: Hemisphere. Accessed 14.07.2023

SAMEN, S. (2008). İşletmelerde yaratıcılıgın önemi. *Cukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *17*(2), 363-378.

SAYGILI, A. (2018). *Örgütlerde uygulanan motivasyon araclarının işten ayrılma niyetine etkisi* (Master's thesis), Uludag University.

SEKARAN, U. (2003). Research methods for business, A skill building approach. Scientific Research Publishing, New York. Accessed 12.01.2024

SUNGUR, N. (1997) "Yaratıcı Düşünce"Evrim Yayınevi, İstanbul.

SWIFT, M. L., & VIRICK, M. (2013). Perceived support, knowledge tacitness, and provider knowledge sharing. *Group & Organization Management*, *38*(6), 717-742. https://doi.org/10.1177/1059601113507597

TASKIRAN, E. (2011). Liderlik ve örgütsel sessizlik arasındaki etkileşim-örgütsel adaletin rolü. İstanbul: Beta Yayınevi.

TEPPER, B. J., SIMON, L., & PARK, H. M. (2017). Abusive supervision. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, *4*, 123-152. https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-041015-062539

ULBEGI, D. I., IPLIK, E. & YALCIN, A. (2019). Sosyal baltalama ve calışan performansı ilişkisinde iş stresi ve duygusal tükenmişligin rolü. *Selcuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi*, 41, 1- 15.

ULBEGI, I. D., OZGEN, H. M., & OZGEN, H. (2014). Türkiye'de istismarcı yönetim ölceginin uyarlaması: Güvenirlik ve gecerlik analizi. *Cukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *23*(1), 1-12.

USTUN, F. & ERSOLAK, S. (2020). Supervisor undermining as the antecedent of employee silence. Current Approaches in Social, Human And Administrative Sciences. ed. Ayşegül Güngör. 249- 277. Iksad Publications, Turkey.

VAN DYNE, L., ANG, S. & BOTERO, I. C. (2003). Conceptualizing employee silence and employee voice as multidimensional constructs. *Journal of Management Studies, 40*, 1359-1392. https://doi.org/10.1111/1467-6486.00384

VINOKUR, A. D., PRICE, R. H., & CAPLAN, R. D. (1996). Hard times and hurtful partners: how financial strain affects depression and relationship satisfaction of unemployed persons and their spouses. *Journal of personality and social psychology*, *71*(1), 166. https://doi.org/10.1037/0022-3514.71.1.166

VINOKUR, A.D. &VAN RYN, M. (1993). Social support and undermining in close relationships: Their independent effects on the mental health of unemployed persons. *Journal of Personality and Social Psychology, 65*(2), 350-359. https://doi.org/10.1037/0022-3514.65.2.350

YASLIOGLU, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi 46*: 74-85.

XU, A., AYUB, A., & IQBAL, S. (2022). "When" and "why" employees resort to remain silent at work? A moderated mediation model of social undermining. *Journal of Organizational Change Management*, *35*(3), 580-602.

ZAHED, R. K. (2015). The mediating effect of social undermining on the relationship between organizational justice and organizational silence (The case study: tax organization of fars province). *European Online Journal of Natural and Social Sciences, 4*, 752-760.

Özet

Çalışan sessizliği, iş yerinde çalışanların görüşlerini, endişelerini veya düşüncelerini dile getirmekten kaçınmalarıdır. Bu durum, bireysel ve örgütsel performansı olumsuz etkileyebilir. Özellikle yaratıcı sınıf olarak tanımlanan ve yenilikçi çözümler üreten çalışanlar için sessizlik, daha büyük sorunlara yol açabilir. Bu nedenle çalışmada, yaratıcı sınıftan teknopark çalışanlarının içsel motivasyonu vurgulanmaktadır. İçsel motivasyon, bireyin içinden gelen iş yapma isteği olarak tanımlanır. Yüksek içsel motivasyona sahip çalışanlar, işlerine daha bağlı, daha üretken ve yaratıcı olabilir. Aynı zamanda olumsuz durumlarla başa çıkmada daha dirençlidirler.

Örgütlerde istendik davranışların yanı sıra, çalışanları olumsuz etkileyen sosyal baltalama gibi olumsuz tutumlar da görülmektedir. Sosyal baltalama, bir çalışanın diğerine kasıtlı zarar vermesidir ve ciddi bireysel ve örgütsel sonuçlara yol açabilir. Bu çalışmada, yaratıcı sınıfın içsel motivasyonunun, sosyal baltalama ve örgütsel sessizlik arasındaki düzenleyici rolü incelenmiştir.

Veriler, Kayseri ve Nevşehir'deki teknopark çalışanlarından toplanmış ve Hayes (2013) Proses makrosu ile analiz edilmiştir. Sonuçlar, çalışan baltalaması ile sessizlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığını göstermektedir. Ancak yönetici baltalaması, savunmacı ve korumacı sessizlikle anlamlı

ilişkilidir. İçsel motivasyon, yönetici baltalaması ile sessizlik arasındaki ilişkiyi düzenlemektedir. Yüksek içsel motivasyona sahip çalışanlarda yönetici baltalaması artsa bile savunmacı sessizlik azalmakta, korumacı sessizlik artmaktadır.

Bu çalışma, iş yerinde sessizliği etkileyen dinamikleri anlamada önemli katkı sunmaktadır. Çalışanların içsel motivasyonunu artırmak, sosyal baltalamanın olumsuz etkilerini azaltmak için stratejik adımlar atılmasını önermektedir.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);19-38
DOI: 10.17336/igusbd.1359539

ORIGINAL ARTICLE / ÖZGÜN ARAŞTIRMA

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Kamusal Alan (Meydan) Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli*

Public Space (Square) Service Quality Measurement Model

[1]Serbay ÖZTÜRK
[2]Elif BAYKAL

Öz

Amaç: Bu çalışma, kamusal alanlar ve özellikle meydanların hizmet kalitesini ölçmeye yönelik sistematik bir model geliştirmeyi amaçlamaktadır. Meydanlar, sosyal etkileşimleri destekleyen ve kültürel mirasın korunmasına katkıda bulunan önemli kamusal alanlardır. Etkin bir yönetim için hizmet kalitesinin sistematik olarak ölçülmesi ve değerlendirilmesi gerekmektedir.

Yöntem: Çalışmada, karma yöntem araştırması kullanılarak nitel ve nicel veri toplama teknikleri uygulanmıştır. Yönetici mülakatları, odak grup görüşmeleri ve vatandaş memnuniyeti anketleri ile meydan yönetimine ilişkin veriler elde edilmiştir. Ayrıca açık ve gizli denetimler gerçekleştirilerek meydan hizmet kalitesinin sistematik bir çerçevede ölçülmesi sağlanmıştır.

Bulgular: Araştırma bulguları, meydan yönetiminde bütünleşik bir stratejinin eksik olduğunu ve kurumlar arası koordinasyon yetersizliğinin meydanların hizmet kalitesini olumsuz etkilediğini göstermektedir. Kullanıcı memnuniyeti analizleri, meydanların erişilebilirlik, güvenlik ve işlevsellik açısından iyileştirilmesi gerektiğini ortaya koymuştur.

Sonuç: Önerilen hizmet kalitesi ölçüm modeli, yerel yönetimlerin ve kamu kurumlarının meydanları etkin bir şekilde yönetmelerine katkı sağlamayı hedeflemektedir. Model; açık ve gizli denetimler, vatandaş geri bildirimleri ve meydan gözlemcilerinin değerlendirmeleri ile sürekli iyileştirme mekanizmaları içermektedir. Bu sayede kamusal alanlar, toplumun beklentilerine daha uygun hale getirilerek sürdürülebilir bir hizmet sunumu sağlanabilecektir.

Anahtar Kelimeler

Kamusal Alan, Meydan, Hizmet Kalitesi, Meydan Yönetimi, Meydan Yönetim Modeli

*Bu çalışmada, İstanbul Medipol Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Doç. Dr. Elif BAYKAL'ın danışmanlığında Serbay ÖZTÜRK tarafından hazırlanmakta olan "Kamusal Alanların Hizmet Kalitesinin Artırılmasına Yönelik Bir Model Önerisi: Meydan Yönetim Sistemi" başlıklı doktora tezinin verilerinden yararlanılmıştır.

[1]İstanbul Medipol Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Strateji Doktora Programı, İstanbul, Türkiye.
✉ serbay@gmail.com

[2]Doç. Dr., İstanbul Medipol Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, İşletme (İngilizce) Bölümü, İstanbul, Türkiye
✉ elif.baykal@medipol.edu.tr

Geliş/Received: 13.09.2023
Kabul/Accepted: 12.08.2024

Serbay Öztürk, Elif Baykal, "Public Space (Square) Service Quality Measurement Model", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 19-38.

Abstract

Aim: This study aims to develop a systematic model for measuring and evaluating the service quality of public squares. As vital public spaces, squares promote social interaction and contribute to cultural heritage preservation. Effective management requires a structured approach to assessing and enhancing service quality.

Method: A mixed-methods research design was employed, integrating qualitative and quantitative data collection techniques. Data were gathered through managerial interviews, focus group discussions, and citizen satisfaction surveys. Additionally, open and covert audits were conducted to systematically evaluate the service quality of squares.

Results: Findings indicate a lack of an integrated strategy in square management and insufficient institutional coordination, negatively impacting service quality. User satisfaction analysis highlights the need for improvements in accessibility, security, and functionality of public squares.

Conclusion: The proposed service quality measurement model aims to assist local governments and public institutions in effectively managing squares. By incorporating open and covert audits, citizen feedback, and plaza observers' evaluations, the model provides continuous improvement mechanisms. This approach enhances the quality and sustainability of public spaces, aligning them with community expectations.

Keywords

Public Space, Square, Service Quality, Square Management, Square Management Model

1. Giriş

Kentlerin oluşumundan bu yana toplumsal hayatın bir gereği olarak bireyler ve kurumlar birbirleriyle etkileşime geçmekte, etkileşimin olduğu özel ve kamusal alanlar toplumsal yaşamın sürmesinde önemli etkilere sahip olmakta ve kentler, sürekli değişen açık bir sistem olarak düşünülürse; bu sistem içerisinde kamusal alanın önemli bir unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Kamusal alanlar, şehir yaşamının temel yapı taşlarıdır ve toplumun sosyal etkileşimlerine, kültürel mirasın korunmasına ve şehrin kimliğinin oluşmasına önemli katkılarda bulunurlar. Bu kamusal alanların en önemli ve öne çıkan örneklerinden biri de meydanlardır. Meydanlar, şehirlerin kalbinde yer alır ve toplumun bir araya geldiği, etkileşimlerin gerçekleştiği ve sosyal hayatın canlandığı merkezlerdir. Bu nedenle, meydanların etkin bir şekilde işlev görebilmesi ve toplumun ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için hizmet kalitesinin sürekli olarak değerlendirilmesi ve iyileştirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Mekansal bir yapının oluşturulması kadar bu mekansal yapının sürdürülebilirliği, geliştirilmesi ve bu mekansal yapı üzerinden bireylere/topluma sunulacak ürün ve hizmetlerin kalitesinin artırılması son derece önemlidir. Bu çalışma, meydanlara yönelik hizmet kalitesi ölçüm modeli yaklaşımını sunmayı amaçlamaktadır. Çalışmanın amacı, yerel yönetimlerin ve kamu kurumlarının, meydanların etkin kullanımını ve toplumun ihtiyaçlarını karşılayacak düzenlemeleri yapabilmeleri için objektif ve kapsamlı bir değerlendirme aracı sunmaktır. Çalışmada önerilen ölçüm modeli, meydanların fiziksel altyapısından çevre düzenlemelerine, çevresel sürdürülebilirlikten yeşil alanlarına kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Aynı zamanda, meydanların kullanıcıları olan halkın görüşlerini de dikkate alarak, anket ve geri bildirim mekanizmaları ile kullanıcıların beklenti ve taleplerini ölçmeyi hedeflemektedir.

Bu araştırma, veri odaklı bir yaklaşımla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada literatür taraması gerçekleştirilmiş, farklı coğrafi bölgelerdeki meydanlar karşılaştırılmış ve genel eğilimleri analiz etmek için saha araştırmaları yürütülmüştür. Araştırma süreci, meydanların çeşitli yönlerini kapsayan yarı yapılandırılmış mülakatlar, odak grup görüşmesi ve anket çalışmalarını içermektedir. Toplanan veriler, istatistiksel analizlerle değerlendirilmiş ve sonuçlar çıkarılmıştır. Bu çalışmanın sonuçları, meydanların etkili ve verimli bir şekilde yönetilmesinden sorumlu yerel yönetimlere ve kamu kurumlarına meydanların hizmet kalitesini artırabilmeleri ve bunu sürdürülebilir kılabilmeleriyle beraber bilinçli

kararlar alabilmeleri ve meydanların toplumun ihtiyaçlarına daha iyi uyum sağlamayabilmesi için önemli veriler ve perspektifler sunacaktır.

2. Kamusal Alan ve Meydanlar

Kamusal alanlar, sosyal uyumu ve etkileşimi teşvik etmeye uygun bir zemin; ekonomik rekabet ve yatırım kararlarının belirlenmesi ile ekonomik değişime yönelik bir mekân; çevre yönetimi açısından bir kaynak; kentsel alanların yaşanabilirliğine ve şehir halkının sağlık ile refahına katkı sunma noktasında çeşitli faydalar sağlama potansiyeli bulunan alanlardır (Carmona, Magalhães ve Hammond, 2008:7). Jacobs (1961), Alexander (1977), Madanipour (1999) ve Gehl (2022) gibi yazarlar tarafından kamusal alanlar şehir yaşamının temel yapı taşları olarak kabul edilirken, farklı disiplinlerden akademisyenler tarafından çeşitli açılardan da incelenmiştir. Caddeler, sokaklar ve parklar gibi alanların yanı sıra; parklar, çocuk oyun alanları, kütüphaneler, pazarlar ve meydanlar da kamusal alan tanımlamasına dahil edilmektedir. Sosyal ilişkilerin kurulması, buluşma, dinlenme, vakit geçirme ve alışveriş yapma gibi amaçlar kent meydanlarını en sık kullanılan kamusal alanlar haline getirmektedir.

Meydan kelimesi Türkçeye Arapçadan geçmiştir. Türk Dil Kurumu (2023) Güncel Sözlüğünde: alan; yarışma, eğlence veya karşılama yeri; bulunulan yer ve çevresi olarak tanımlanmaktadır. Arapça kökenli bir kelime olan meydan kısaca "yaşam alanları içerisinde yer alan, açık, geniş, düz yer" anlamına gelmektedir. Çeşitli biçimlerde ve fonksiyon içerikleriyle meydanlar farklı amaçlara hizmet etmektedir. Tarih boyunca insanlar tarafından kullanılan ilk kamusal mekan olarak meydanlar farklı işlevler ile kent yaşamının önemli bir parçası olmuştur. Birer odak noktası olarak meydanlar en basitinden faydalanıcıları için toplanma işlevini içerir. Bu işlevi ile meydanlar hem kentte yaşayanlar için hem de geçici de olsa ziyaret edenler için kent ile ilişki kurmayı sağlayan kamusal alanlardır. Tüm kent halkına eşit kullanım olanağı sunan bu alanlar, çeşitli etkinlikler için ortak bir platform oluşturur (Semerci, 2008:30). Kent halkının eşitçe kullanabileceği mekânları oluşturan meydanlar; temel işlevlerinin yanında ayrıca çeşitli etkinlikler için ortak bir platform olma özelliği taşıyan önemli merkezlerdir. (Özdemir ve Tezer, 2013:4).

2.1. Meydanların Tarihsel Gelişimi

İnsan topluluklarının değişik coğrafyalarda yaşamlarını sürdürmek ve etkileşim içinde olmak amacıyla bir araya geldikleri kentlerin ilk örneklerine M.Ö. 3200 yıllarında rastlanılmaktadır. Şehirlerde yaşayan bu insan toplulukları sosyalleşme amacıyla meydan veya başka kelimelerle ifade edilen geniş alanlarda bir araya gelmekteydiler (Naiboğlu, 2019:213). Antik Yunan döneminde "agora" ve Eski Roma döneminde "forum" olarak adlandırılan meydanlar sosyal yaşantının geçtiği mekanlar olmuştur. Ortaçağ Avrupa şehirlerinde daha çok pazaryeri, şenlik ve tören alanı olarak kullanılan meydanlar, kilise, katedral gibi dinî yapıların etrafında oluşmuştur. Ancak Türk şehirlerinde, Avrupa şehirlerinden farklı olarak, büyük anıtsal yapıların çevresinde oluşmamıştır. Anıtsal yapıların başında gelen cami ile medrese, han, hamam gibi diğer yapılar bir meydan unsuru düşünülerek plânlanmamıştır (Özalp, 2008:23). Bununla birlikte mescit ile çeşme etrafında ve pazar yerlerinde beliren, meydan kadar büyük olmayan açıklıklar da mevcuttur. Daha ziyade bir pazar yeri, "pazar meydanı" tabiriyle ifade edilmiştir. Örnek olarak, at ticaretinin yapıldığı alan, zamanla "at pazarı" adıyla birlikte "at meydanı" olarak da isimlendirilmiştir (Metin, 2013:211).

İlk İslam kentlerinde önce dini kuruluşların inşa edilmesi akabinde kentlerin dini kuruluşlar etrafında oluşması ilkesi yüzyıllar boyunca sürdürülmüş olup; cami bütün müştemilatı ile bir ticaret merkezi çevresinde biçimlendirilmiştir. Osmanlı İmparatorluğu döneminde, büyük camilerin çevrelerindeki çeşitli müştemilatı ile birlikte avlularının meydan işlevini gördüğü düşünülmekle birlikte bir mahallenin oluşumunu sağladığı ileri sürülmektedir. Camiyi çevreleyen avlunun halkın toplanma yeri olarak önemli bir fonksiyonu vardır. Aynı zamanda camiyi çevreleyen çeşitli tesislerin eğitim, buluşma, sağlık ve dini vecibeleri yerine getirme gibi farklı fonksiyonları da üstlendikleri görülmektedir. (Cerasi, 2001:197; Önder ve Çelik, 2002:97).

Kentlere yüklenen fonksiyonların 20. yüzyıl içinde değişmesi, meydanların da değişen fonksiyonlara cevap verebilecek şekilde farklı şekillerde düzenlenmesine neden olmuştur. Böylece meydanlar; alış-veriş, oyun, toplantı, trafik, dini, ticaret vb. fonksiyonların gerçekleştirildiği açık ortak kullanım mekânları olarak tasarlanmıştır (Önder ve Çelik, 2002:98).

Günümüzde şehirlerde yaşayan nüfusun hızla artmasının getirdiği kentleşme dinamikleri ve kentsel yaşam pratikleri meydanların nitelik ve nicelik olarak olumsuz etkilenmesine ve meydanlara yüklenen fonksiyonların karmaşıklaşmasına neden olmaktadır. (Çay ve Aşılıoğlu, 2023:323).

2.2. Meydan Fonksiyonları

Meydanların tasarımsal şekillenmesinde ve düzenlenmesinde meydanlarda gerçekleştirilen faaliyetler etkili olmaktadır. Günümüzde kentlerde yaşayanlar için buluşma yerleri, toplanma mekânları, tiyatro ve sinema gibi kültürel etkinliklerin gerçekleştirileceği mekanlar, restoran ve kafe gibi sosyalleşme mekanları, alış-veriş yapılan mekanlar, ofis gruplarının yer aldığı iş çevreleri, konut alanları, trafik düzenlemelerini sağlayan bileşenler ve daha pek çok dış mekanlara gereksinim vardır. Meydanlar ise kentte birçok fonksiyonu gerçekleştirirler ve yapılan araştırmalara göre günümüz meydanlarında kullanımların %90'ını oturma, bekleme, gezinme, yeme-içme, okuma, izleme, dinlenme gibi aktiviteler oluşturmaktadır (Erdönmez ve Çelik, 2016:149). Bu fonksiyonlar mekanın yapısına göre şekillenirken ayrıca birden fazla fonksiyon bir arada sürekli olabilmektedir (Yıldız, 2011:5). Kamusal alanların fonksiyonları üzerinde durulan çalışmalarda şehir olgusu içinde bu alanların hangi konumda olduğu konusunda bazı sonuçlar ortaya atılmıştır. Örneğin; Avrupa'da kamusal alanların oluşturulması, kullanımı ve yönetimine ilişkin olarak tespit edilen dört temel işlev bulunmaktadır. Bunlar; ticareti kolaylaştırmak, gücü, kutsal değerleri veya siyaseti yansıtmak, yönetici sınıfın statüsünü ve zenginliğini göstermek, medeniyeti ve halkı teşvik etmektir (Carmona, Magalhães ve Hammond, 2008:41).

Meydanlar, sadece üzerinden geçip gidilen yerler olarak değil, kentsel kimlik üzerinde önemli etkileri olan, kentlilerin özel günlerde kültürel, politik, ticari faaliyetler için birlikte olabilecekleri, kentsel odak noktaları ve sembolik öğeler olarak tanımlanmaktadır. Meydanlar, fiziksel özellikleri ile kentlilerin bir araya geldikleri, birbirlerini tanıdıkları ve etkileşimde bulundukları ve kentte bir arada yaşadıkları mekânlar ve aynı zamanda kent kimliği ideallerinin tartışıldığı noktalardır. Gelişmiş ülkelerde ön plana çıkmış ve tanınabilirlikleri yüksek olan kentler, meydanları ile tanınmakta ve meydanları ile sembolize edilebilmektedir. Bu bağlamda meydanların kentsel kimlik üzerinde önemli etkileri olan itibar mekanları olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır (Çınar, 2005:86; Özalp, 2008:23).

2.3. Meydan Tipleri

Meydan biçimleri üzerine farklı görüşler ve çeşitli sınıflandırmalar ortaya konmuştur. Bazı meydanlar kendiliğinden oluşurken, bazı meydanlar ise şehirle birlikte planlanmaktadır. Kendiliğinde oluşan meydanların zaman içinde formu değişirken, şehir ile birlikte planlanan meydanlar biçimini sürekli koruyarak varlığını sürdürmektedir.

Krier (1979), kentsel mekânın sınıflandırmasını tarif ederken, meydanları geometrik zemin karakterlerine göre üç ana gruba ayırmıştır. Ona göre meydanlar, temel olarak kare, daire, üçgen formu ve bunların türevlerinden oluşmuştur. Temel formlar, açısal değişim, bölünme, eklenme, birleşme, çakışma ve deformasyon gibi değişim faktörleri ile şekillenmiştir (Papadakis ve Watson, 1990:42).

Camillo Sitte (1983) ise meydan sınıflandırmasında üç prensibi belirtmektedir;

- Meydanın ölçüleri aynı zamanda mekânın baskın binasının önemine ve özelliklerine bağlıdır. Geniş ve derin olmak üzere iki tip meydan vardır. Meydanların geniş ya da derin olmasını meydanın karakterini oluşturan yapılar belirler. Kilise yapısı ile belirlenen meydanlar, kilisenin dar ve yüksek olmasından dolayı derin, belediye binalarının bulunduğu meydanlarsa, belediye binalarının enlerinin yüksekliklerine göre daha büyük olması nedeniyle geniştir.
- Her kentte birincil meydanlar büyük ölçülere sahiptir. Diğer meydanlar için bu ölçüler sınırdır.
- Büyük kentlerin ana meydanı kendinden küçük kentlerin meydanlarından daha büyüktür.

Paul Zucker'a göre meydanlara yüklenen işlev meydan biçimini etkilememektedir. Bu doğrultuda meydanları beş tipte inceler (Zucker, 1959:61).

- Kapalı meydan: Mimari öğelerle çevrili açık alanlardır. (Örneğin, Voges Meydanı – Paris)
- Domine edilmiş meydan: Bir yapının ya da alanın odak noktasını oluşturan meydanlardır. (Örneğin, San Marco Meydanı – Venedik)

- Nükleik meydan: Bir merkez etrafından oluşmuş meydanlardır. (Örneğin, Charles de Gaulle Meydanı – Paris)
- Gruplandırılmış meydan: Farklı işlevlere sahip meydanların bir araya getirilmesi ve koordineli bir şekilde tasarlandığı meydanlardır. (Örneğin; Piazza Maggiore Meydanı – İtalya)
- Amorf meydan: Belirgin bir mekansal yapısı olmayan, özgün bir karakteri olmayan ancak önceki dört tiple aralarında benzerlik kurulabilecek özgün sınırları olmayan meydanlardır. (Örneğin, Times Meydanı – New York)

3. Meydan Hizmet Kriterleri

Meydanlar, tarih boyunca şehir sakinlerinin veya ziyaretçilerin buluştuğu, şehrin karmaşasından uzaklaştığı, rahatladığı ve dinlendiği, insanların birbirini gözlemlediği ve şehirde olan bitenleri paylaştığı, yani çok yönlü olarak kullanılan alanlar olmuştur (İnceoğlu ve Aytuğ, 2009:59). Bu bağlamda meydanlara yönelik geliştirilebilecek hizmet kalitesi ölçütleri, meydanların kullanım amaçlarına ve özelliklerine göre değişebilir. Ancak genel olarak aşağıdaki ölçütler meydanlara yönelik hizmet kalitesinin ölçülmesinde kullanılabilir:

- Çevre düzenlemesi: Meydanın çevresinin düzenli ve estetik olması, yeşil alanlarının düzenli olarak bakımının yapılması, bitki ve ağaçların bakımı, çöp konteynerlerinin yeterli olması gibi faktörler çevre düzenlemesi ölçütleri olarak kabul edilebilir.
- Temizlik: Meydanın temiz tutulması, çöplerin zamanında toplanması, lavaboların temizliği, çevre kirliliği gibi faktörler temizlik ölçütleri olarak kabul edilebilir.
- Güvenlik: Meydanın güvenliği, polis veya özel güvenlik görevlileri tarafından sağlanır. Meydanın güvenliği ölçütleri arasında, ışıklandırma, güvenlik kameraları, acil durum ekipmanlarının varlığı gibi faktörler yer alabilir.
- Erişilebilirlik: Meydana ulaşımın kolay ve erişilebilir olması, yaya ve araç trafiğinin düzenlenmesi, park yerlerinin yeterli olması, engelli bireylerin meydana kolay ulaşımı gibi faktörler erişilebilirlik ölçütleri olarak kabul edilebilir.
- Konfor: Meydanda oturma alanlarının yeterli olması, dinlenme alanlarının bulunması, havalandırmanın sağlanması, sıcaklık ve nem kontrolünün yapılması gibi faktörler konfor ölçütleri olarak kabul edilebilir.
- Müşteri memnuniyeti: Meydan kullanıcılarının memnuniyeti, anketler ve geri bildirimler yoluyla ölçülebilir. Kullanıcıların meydandan memnuniyetini etkileyen faktörler arasında, yukarıda bahsedilen ölçütlerin yanı sıra, meydandaki etkinliklerin kalitesi, meydandaki işletmelerin kalitesi ve hizmetleri gibi faktörler de yer alabilir (Project for Public Spaces, 2006).

Yukarıda bahsedilen ölçütler meydanlara yönelik hizmet kalitesini ölçmek için kullanılabilir. Ancak her meydanın kendine özgü özellikleri ve ihtiyaçları olduğundan, bu ölçütlerin uygulanmasında bir esneklik gereklidir.

Mekansal alanlara yönelik literatürde oluşturulmuş parametreler bulunmaktadır. Bunlardan biri de H. Altınçekiç, B. Ergin ve M. Tanfer çalışmasında yer verdikleri “mekansal kalite parametreleri”dir. Tablo 1’de gösterilen bu çalışmaya göre 5 ana başlık altında 17 parametre ile mekansal alanların kalitesi ölçülebilmektedir.

Tablo 1. Mekânsal Kalite Parametreleri

İşlevsel Kalite	Estetik	Yapım Kalitesi	Bakım Hizmet Kalitesi	Ekonomik Kalite
Ulaşılabilirlik	Düzen	Detaylandırma	Bakım-Onarım	Zamanla Sağlanan Gelir
Erişebilirlik				
Çeşitlilik	Kimlik	Malzeme		
Esneklik				
Güvenlik			Kamu ve Özel Hizmetler	
Mekansal Bütünlük	Çekim	Dayanıklılık		
Konfor				
Sürdürülebilirlik				

Kaynak: Altınçekiç, Ergin ve Tanfer, 2014.

4. Meydan Yönetim Modelleri

Kamusal alan yönetimi, kullanıcılar için kabul edilebilir bir şekilde çeşitli işlevler arasındaki etkileşimleri ve bunların etkilerini yönetirken, kamusal alanın geçerli tüm rollerini yerine getireceğini sağlama almaya çalışan bir takım işlem ve uygulamalardır (Carmona, 2008:66).

Meydan yönetimi için örnek teşkil edecek kamusal alan yönetim modelini Carmona (2008) Tablo 2'de gösterildiği üzere üç grup ve dört fonksiyon altında incelemiştir;

- **Devlet merkezli model yapısı:** Düzenleyici, koruyucu ve fon sağlayıcı rolleri üstlenmiş kamu organlar ile birlikte kamusal alan hizmetlerinin kamu tedariğinin güncel sisteminin değiştirilmiş şeklini temsil eder.
- **Piyasa merkezli model yapısı:** Düzenleyici, koruyucu ve fon sağlayıcı rollerinin özel sektör kuruluşlarına, sözleşmese düzenlemeler ve karşılıklı anlaşmalar yoluyla, kısmi ya da tamamen aktarılmasını içerir.
- **Toplum merkezli model yapısı:** Piyasa merkezli model yapısına benzerdir ancak kullanıcı ve temin edici arasındaki mesafeyi azaltmak adına bu roller gönüllü kuruluşlarına devredilir.

Tablo 2. Model Yapıları

	Devlet Merkezli	Piyasa Merkezli	Toplum Merkezli
	Kamu Hizmeti Anlayışı Hesap Verilebilirlik Kamu-Özel Ayrımı	Yetkilendirme Sözleşme ilişkisi Müteahhit-Müşteri Ayrımı	Ortak Üretim Hizmetleri Örtüşen Toplum Müteahhit ve Müşteri Örtüşmesi
Koordinasyon	Hiyerarşik kurumsal yapılanma Kullanıcı geri bildirimleri Danışma	Anlaşma özellikleri Ortaklık tasarımı	Menfaat sahibi taahhüdü
Düzenleme	Yasama ve uygulama Performans yönetimi	Sözleşme yürürlüğü Ortaklık performansı yönetimi	Sözleşme yürürlüğü Kurumsal destek Kapasite geliştirme
Bakım	Dağıtım Teknik uzmanlık Kullanıcı geri bildirimleri Danışma	Örtüşmeli dağıtım Sözleşme yükümlülüğü Sonuç odaklı	Sözleşme yükümlülüğü Kurumsal destek Yerel ve genel standartlara uyum
Yatırım	Bütçe ayırma	Alternatif kaynaklar Kazanılan haklar	Alternatif kaynaklar Taahhüt Yerel bilgi Kapasite geliştirme

Kaynak: Carmona, 2008.

Özetle; devlet merkezli modelde dikey sorumluluk çizgileri ve hiyerarşik yapılar ile hizmet ve hizmetin kullanımı arasında belirgin bir ayrım bulunmakta, kamusal hizmet görüşünün baskın olduğu ve kamu menfaatine bağlılığın önemli olduğu bir yapı karşımıza çıkmaktadır. Piyasa merkezli modelde kamu hizmetlerine ayrılan bütçenin arttırıldığı, kamu sektörü kurumlarında mevcut olmayan temel yeteneklerin ve uzmanlıkların sağlandığı, asgari düzeyde kamu sektörü tarafından sunulan hizmet seviyesinin korunduğu, kullanıcı deneyimini önceliklendiren bir yönetim stratejisinin benimsendiği bir yapı karşımıza çıkmaktadır. Toplum merkezli modelde ise, meydan yönetimi kapsamında sunulan/sunulacak kamusal hizmetlerine yönelik kamu sektörünün yetenek ve yetkinliğinin arttırıldığı, etkili-uyumlu-uygun maliyetli yolların arandığı çabaları içeren, kamusal alanlarda özellikle sorunlara ve toplumdaki belirli grupların dışlanmasına dair çıkarımlara yönelik tespitlerini önceleyen bir yapı karşımıza çıkmaktadır.

Meydan yönetimine ilişkin belirlenen farklı modellerin diğer modellere karşı herhangi bir ahlaki veya uygulanabilir üstünlüğü yoktur. Bu modeller, hem teorik hem de pratik yaklaşımlarda, devlet faaliyetlerinin merkezinde, özel sektör girişimlerinde veya doğrudan toplum katılımında, belirli kamu zorluklarına özgü bağlamlarda kullanılabilirler. Bu modeller, açık hesap verebilirlikten devlet odaklı modelin kamusal çıkar düşüncesine, piyasa odaklı modele taleplerin değişmesine karşı daha hassas tepki verme yeteneğine kadar farklı avantajlara sahiptirler. Aynı zamanda topluluk merkezli yaklaşımda, kullanıcı ihtiyaçlarına ve bağlılığına duyarlılık gösterme yeteneği de önemlidir (Carmona, 2008:80).

Meydan kavramı ve meydan yönetimine ilişkin geliştirilen bir diğer model yaklaşımı da; konut, istihdam, belediye hizmetleri, park, sağlık merkezi, restoran, vb. aktivitelerin sağlanacağı ve seyahat ihtiyacını azaltan çoklu amaçlarla kullanılabilen "Aktivite Merkezleri" olarak ifade edilen yaklaşımdır. Avustralya'nın Viktoria eyaletinin başkenti olan Melbourne şehrinde, 2030 yılında nüfusun bir milyon ve hane halkının 650.000 artışı öngörülmektedir. Melbourne Belediyesi büyüme oranlarını göz önünde bulundurarak şehirde yaşanabilirliği korumak adına Melbourne 2030 planı oluşturmuştur. Plan kapsamında Aktivite Merkezlerinin tasarımı ve geliştirilmesi hususunda dokuz prensip bulunmaktadır. Bunlar; kamusal alan, kent simgesi ve bakış açısı, yaya alanları, kent mirası, boş mekânların konsolidasyonu, aydınlatma, enerji ve kaynak verimliliği, mimari kalite, peyzaj mimarlığıdır (The State of Victoria Department of Sustainability and Environment, Melbourne 2030).

Meydan yönetimine ilişkin bir diğer model yaklaşımı da meydanlarda veya meydanlara çıkabilecek yol ve caddelerde uygulanabilecek yayanın (dezavantajlı gruplar da dahil) kentsel mekandaki hareketliliğini sağlamak üzere var olan bir veya birden fazla yolu içeren bir meydan alanının belli zamanlarda motorlu taşıt trafiğinden arındırılıp yaya kullanımını hakim kılan bir alana dönüştürülmesini sağlayan "Yayalaştırma Modeli"dir. Yayalaştırma projeleri ile çevresel iyileştirmelerin yanı sıra uzun vadede yaşam kalitesini yükselterek insanların daha stressiz ve mutlu yaşamalarına olanak tanımak mümkündür. Tüm bunların yanında yayalaştırma uygulaması ile ticaret, kültür ve turizm gibi bir çok sektörü destekleyici bir strateji hayata geçirilebilmektedir (EMBARQ, 2014).

Kamusal alan yönetiminin en büyük sıkıntılarından biri kamusal alan ve bu alanları kullananların düzenlenmesidir. Bu sıkıntılara sıklıkla kullanılan alanlara ilişkin anti-sosyal davranış problemleri ve genel bakım problemleri de dâhildir. Carmona, "Kamusal Alan Yönetimi" adlı kitabında yer verdiği 20 yerel idare arasında yapılan mülakatlarda konu ile ilgi bazı durumlar belirtilmiştir. İdarelerin çoğu sokak sanatçılığı /çalgıcılığı, kaykay ve alkol tüketimi gibi aktiviteleri yasa ile kontrol almaya ihtiyaç duyduklarını belirtse de bu yasaları uygulamak için yeterince zaman ve kaynak bulamadıklarını da kabul etmişlerdir. Bazı yerel idareler sorunu idare edebildiklerini düşünseler de broşürler, el ilanları ve yasa dışı ticaret gibi daha ticari diğer kamusal alan etkinliklerinin düzenlenmesinin nispeten daha zor olduğu kanıtlanmıştır (Carmona, 2008:110).

Bu noktada söz konusu çalışmada karşımıza "Sokak Gözlemcileri" olarak adlandırılan bir model çıkmaktadır. Waltham Forest'deki Sokak Gözlemcileri girişimi kendi yakın çevrelerini etkileyen problemleri rapor edebilecek yerel gönüllülerden oluşur ancak başarısının ardında hizmet takip mekanizmasının gelişmiş koordinasyonu yatmaktadır. Bu girişim genel yönetimle bütünleşiktir ancak konsey uygulamalarının da çok yakınında bulunur; iletişime geçilen tek kişi Sokak Gözlemcileri ile rutin programlar aracılığıyla hizmet sunumu arasındaki ara yüzden sorumlu olan Sokak Gözlemcileri

koordinatörüdür. Girişim, hizmet sunan çalışanlar üzerinde baskı kurmaya devam ederek gelişmiş hizmet sunumuna olanak tanır. Çoğu yürütme gücü aynı genel müdürlük içinde olduğundan özel mülk ve bölgelere ilişkin (örneğin fazla sarkan bitkiler, çöp birikintisi, terk edilmiş araçlar gibi) Sokak Gözlemcileri tarafından rapor edilen konular kolaylıkla çözülebilir.

5. Hizmet Kalitesi ve Ölçümü

Kalite; topluma, kültüre, müşteri beklentilerine/ ihtiyaçlarına vb. durumlara göre farklılık gösteren bir kavramdır. Müşteriyi odak noktasına koyan kalite, latince "nasıl oluştuğu" anlamına gelen "qualis" kelimesinden türeyerek "qualitas" olarak ifade edilmiş olup; bir malın veya hizmetin müşterilerin isteklerini, beklentilerini, ihtiyaçlarını eksiksiz ve hatasız şekilde karşılayabilme durumudur. Müşteri beklentilerini karşılamak veya aşmak, kuruluşlardaki kalite odaklı çerçevenin temelini oluşturmaktadır (Zehir ve Narcıkara, 2016:427).

Kalite konusunda çalışmalar yapan Deming, Crosby, Juran, Feigenbaum ve İshikawa gibi uzmanlar, kendi perspektiflerinden hareketle kaliteyi tanımlamışlardır. Bu tanımlamalar şu şekildedir: Deming'e göre kalite, "Düşük maliyetle, pazarın ihtiyaçlarına uygun, güvenilir ve tahmin edilebilir sonuçların elde edilmesi" anlamına gelir. Crosby ise kaliteyi "Tüm gereksinimleri karşılayan bir kavram" olarak tanımlar. Juran, kaliteyi "Kullanım için uygunluk" olarak ifade eder. Feigenbaum, kaliteyi "Bir ürünün veya hizmetin tasarım veya özelliklere uygunluk derecesi" olarak tanımlar. Hoshin'e göre kalite, "Hataları düzeltmek ve önlemek, hatalarla yaşamak değil" anlamına gelir. İshikawa ise kaliteyi dar ve geniş anlamda iki şekilde ele alır. "Dar anlamda kalite, bir ürünün kalitesi olarak kabul edilirken, geniş anlamda kalite, iş, hizmet, süreç, sistem kalitesi, hedef kalitesi ve işletme kalitesi gibi, işletmedeki üst yöneticilerden alt kademedeki işçilere kadar uzanan insanların kalitesini kapsar." (Adıgüzel, 2020:132).

Hizmetler, somut ürünlerden farklı olarak müşteri ve hizmet üreticisinin huzurunda aynı anda üretilir ve tüketilir. Hizmet sunumu sürecinde insan unsurunun varlığı, çalışanlar ve müşteriler tarafında hata olasılığını büyük ölçüde artırmaktadır. Bu hata, kolayca izlenemeyen veya kontrol edilemeyen soyut davranışsal süreçlerden kaynaklanmaktadır (Munhurrun ve Bhiwajee, 2010:38). Dolayısıyla hizmet sektöründe insan gücünden daha fazla faydalanıldığı için hizmet kalitesini standart hale getirebilmek oldukça güçtür.

Hizmet kalitesi kavramını tanımlamak kolay olmasa da pazarlama teorisyenleri genellikle kavramın kişisel ve öznel olduğunu ve tüketici algılarını kavramsallaştırmanın temel bir unsuru oluşturduğunu kabul etmektedir (González, Comesaña ve Brea, 2007:153). Buna karşın hizmet kalitesi kavramı ile müşterinin beklentisi ve memnuniyeti arasındaki ilişki açık değildir. Literatürde hizmet kalitesi genellikle memnuniyete eşlik etmektedir. Hizmet kalitesinin müşteri tarafından algılanışı sadece tüketim safhasında değil; üretim, dağıtım ve satış sonrası servis gibi değer zincirinin diğer safhalarında da değerlendirilmektedir (Edvarsson, Gustafsson ve Roos, 2005:107).

Hizmetin tanımında olduğu gibi kalitesinin ölçülmesinde de bir çok yöntem (benchmarking, toplam kalite endeksi, servqual, servperf, vb.) literatürde yer almaktadır. Bu yöntemlerin bazıları yaygın uygulama alanı bulurken, bazıları da sadece sektörel uygulamalar ile kısıtlı kalmaktadır. Örneğin; Avrupa'da toplu taşıma şirketlerinde hizmet kalitesi tespiti için EN 13816:2002 standartları kullanılmaktadır. EN 13816:2002 kalite derecesi olarak müşteri memnuniyetini esas alır (https://ec.europa.eu/eip/ageing/standards/city/transportation/en-138162002_en).

Yukarıda belirtilen ölçüm yöntemleri arasında en fazla kullanılan yöntem Service Quality Management (Servqual) yöntemi olup; A. Parasuraman, V.A. Zeithaml ve L.L. Berry tarafından geliştirilmiştir. Kullanılan yöntem ya da model ne olursa olsun, kuruluşların performanslarını değerlendirmek ve iyileştirme alanlarını belirlemek için hizmet kalitesini düzenli olarak ölçmeleri önemlidir. Bu, kuruluşların müşteri sadakati oluşturmak ve rekabet avantajını sürdürmek için kritik olan yüksek düzeyde hizmet kalitesini korumasına yardımcı olabilmektedir.

5.1. Service Quality Management (SERVQUAL)

Parasuraman, Zeithaml ve Berry (PZB), hizmet kalitesi kavramına daha geniş bir bakış açısı getirerek SERVQUAL adını verdikleri ayrıntılı bir ölçüm yöntemi geliştirmişlerdir. PZB, öncelikle hizmet kalitesini tanımlamış ve bu kaliteyi etkileyen faktörleri belirlemiştir. Ardından, her hizmet türüne uygulanabilen

genel bir model oluşturarak hizmet kalitesini ölçülebilir hale getirmeye çalışmışlardır. Bu araştırmalar sonucunda, müşteri perspektifinden hizmet kalitesi tanımı, hizmet beklentilerini etkileyen faktörler ve hizmet kalitesinin boyutları konusunda önemli bilgiler elde edilmiştir. Bu bilgilere göre katılımcıların kaliteli bir hizmet sunmak için müşteri beklentilerinin karşılanması veya hatta aşılması gerekliliği konusunda ortak bir görüş birliği olduğu sonucuna varılmıştır (Bulgan ve Gürdal, 2005:245).

SERVQUAL ölçeği hizmet sektörünün çok değişik alanlarında bir ölçüm aracı olarak kullanılmaktadır. Yaygın kullanım alanı bulan Servqual ölçüm modeline göre hizmet kalitesi; müşterilerin, işletmelerin ne sunmaları gerektiği ile ilgili inançları ve beklentileri ile işletme performanslarını nasıl algıladıkları arasındaki karşılaştırma sonucunda belirlenir. Algılanan hizmet kalitesi, tüketicilerin algıları ile beklentileri arasındaki farkın büyüklüğü ve yönü olarak tanımlanır (Parasuraman vd., 1988:15). Müşterilerin bekledikleri hizmet (BH), algıladıkları hizmetten (AH) yüksekse (BH>AH), algılanan hizmet kalitesi tatmin edici bulunmaz. Beklenen hizmet, algılanan hizmet ile aynı seviyede ise (BH=AH), algılanan kalite tatmin edici kabul edilir. Algılanan hizmet, beklenenden düşükse (AH<BH), algılanan kalite ideal seviyededir (Parasuraman vd., 1985:44). Hizmet kalitesi arttıkça, müşterilerin hizmetleri tekrar kullanma eğilimi de artar (Asubonteng vd., 1996).

Genel olarak bakıldığında hizmet kalitesinin ölçümü için;

Algılanan Hizmet Kalitesi (Q) = Algılanan Hizmet (P) – Beklenen Hizmet (E)

$$Q = P - E$$

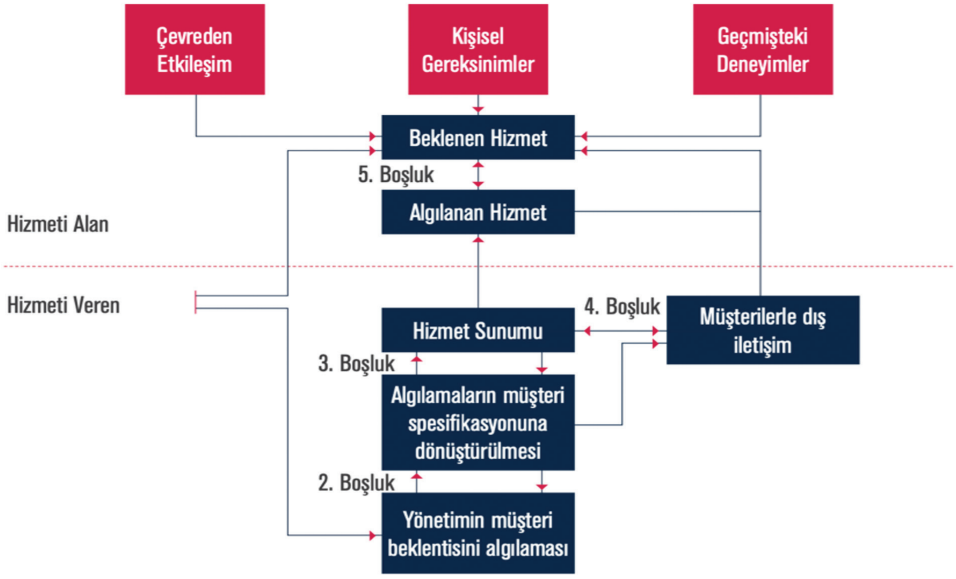
şeklinde formüle edilebilmektedir. Yani hizmet kalitesi, beklenen hizmet düzeyi ile alınan düzeydeki müşteri algıları arasındaki farktır. Bu formülde pozitif puan ile hizmet kalitesi miktarı arasında doğrusal bir ilişki sözkonusudur. PZB, hizmet kalitesi yapısını belirleyen ve etkileyen 5 boşluk tanımlayarak hizmet kalitesi kavramının anlaşılmasını sağlamışlardır.

- **Boşluk 1**: Tüketicilerin hizmetten beklentileri ile yönetimin bu beklentilere ilişkin algıları arasındaki fark, yani tüketicilerin hizmetten ne beklediğini bilmemek,
- **Boşluk 2**: Yönetimin tüketici beklentilerine ilişkin algıları ile hizmet kalitesi spesifikasyonları, yani uygun olmayan hizmet kalite standartları arasındaki fark,
- **Boşluk 3**: Hizmet kalitesi spesifikasyonları ile fiilen sunulan hizmet arasındaki fark, yani hizmet performans boşluğu,
- **Boşluk 4**: Hizmet sunumu ile hizmet sunumu hakkında tüketicilere yapılan iletişim arasındaki fark, yani vaatlerin teslimat ile eşleşip eşleşmediğidir (Seth, Deskmukh ve Vrat, 2005:916).

İlk 4 boşluk PZB tarafından tarafından oluşturulan modelin temelini oluşturan 5. boşluğu meydana getirdiği ve 5. boşluğun müşterinin hizmet beklentisiyle algılaması arasındaki fark olduğu belirtilmektedir. Yani 5 numaralı boşluk, müşterinin beklediği hizmet ile algıladığı hizmet düzeyi arasındaki farkı ifade eder. Bu fark hizmet kalitesi olarak tanımlanmıştır (Carman, 1990:44).

- **Boşluk 5:** Tüketici beklentileri ile algılanan hizmet arasındaki fark. Bu boşluk, pazarlamacı tarafında hizmet kalitesi sunumuyla ilgili dört boşluğun boyutuna ve yönüne bağlıdır.

PZB, hizmet kalitesinin ölçümü araştırmacılara yardımcı olacak "boşluklar modeli"ni geliştirmiştir. Bu model Şekil 1'de şematize edilmektedir.



Şekil 1: Boşluk Modeli
Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

5.2. Service Performance Management (SERVPERF)

Servqual modelinin birçok sektör için iyi bir ölçüm modeli olmasına rağmen, araştırmacılar bu modelin örneğin perakende mağaza ortamı gibi bazı alanlar için uygun olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Aynı şekilde Servqual modeli üzerinde yıllarca süren çalışmalar ve yürütülen tartışmalar, bu modelin farklı uygulamalarda kapsamlı olamadığı sonucunu belirtmektedir (Dabholkar ve diğerleri, 1996:8 , Brady ve Cronin, 2001:248, Shahin ve Samea, 2010:4). Cronin ve Taylor (1992) hizmet kalitesinin ölçümü için tek faktörün performans olduğu ve kavramsallaştırma için Servqual'e dayalı Servperf modelini geliştirmiştir (Cronin ve Taylor, 1992:61).

Servperf modeli, yalnızca performans ölçümleri veya tüketicilerin hizmet kalitesi beklentileri ile performans algıları arasındaki farka odaklanmak yerine, tüketiciler tarafından algılandığı şekliyle yalnızca kurumsal performansa odaklanan hizmet kalitesi ölçümlerini temsil etmektedir (Akdere, Top ve Tekingündüz, 2018:3). Bu yeni modelde, Cronin ve Taylor hizmet kalitesi ölçümü için "algı" (P) ve "beklenti" (E) farkı yerine güvenilirlik, yanıt verebilirlik, güvence, somutluk ve empati ile aynı boyutlarla performansı (algılanan hizmet) ölçmeye geçmiştir (Cronin ve Taylor, 1994:128).

Cronin ve Taylor, performansa dayalı ölçüm yaklaşımı olan Servperf modelinin mevcut tutum ve müşteri memnuniyeti literatürü ile daha uyumlu olduğunu ve algı ile beklenti farkı yaklaşımı olan Servqual yaklaşımından daha üstün olduğunu önermektedirler (Cronin ve Taylor, 1992:65).

6. Meydanlara Yönelik Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli

6.1. Metodoloji

Kavramsal modelin oluşturulabilmesi amacıyla karma yöntem araştırması tercih edilmiştir. Karma yöntem araştırması, ilk olarak nicel ve daha sonra nitel araştırmaların gelişimlerini takiben "üçüncü yöntembilimsel hareket" (Tashakkori ve Teddlie, 2003:5), "üçüncü araştırma paradigması" (Johnson ve Onwuegbuzie, 2004:15) ve "sosyal bilim semasında yeni bir yıldız" (Marying, 2007:1) olarak adlandırılmaktadır. Karma yöntem araştırması, araştırmacının veri topladığı ve analiz ettiği, bulguları dahil ettiği ve tek bir çalışmada veya araştırma programında nitel ve nicel yaklaşım ve yöntemleri kullanarak çıkarımlarda bulunduğu bir araştırmadır (Tashakkori ve Creswell, 2007:4). Çalışmada karma yöntem tercih edilerek yerel yönetim yöneticileri mülakatları akabinde odak grup görüşmeleri gerçekleştirilmiştir. Ayrıca meydan paydaşları olarak vatandaş, esnaf ve kamu kuruluşlarına yönelik anket çalışması yapılmıştır.

Yapılan görüşmeler ve saha araştırmalarından elde edilen veriler Maxqda yazılımı ile analiz edilmiş ve bulgular oluşturulmuştur. Elde edilen bulgulardan yola çıkılarak kavramsal bir yönetim sistemi tasarımı sağlanmıştır. Nitel araştırmalar geçerlik ve güvenililirlikleri nedeniyle kimi zaman eleştirilmektedir. Araştırmanın geçerlik ve güvenirliğini sağlamak için aşağıdaki çalışmalar yapılmıştır;

- Araştırma öncesi detaylı literatür taraması gerçekleştirilmiştir.
- Görüşmeler veri kaybını önlemek amacıyla katılımcıların onayı alınarak kayıt altına alınmıştır.
- Görüşme soruları için bir kaç farklı ölçek incelenmiş, sektörde deneyimli bir yöneticiye ve teorisyene gösterilerek değerlendirmeleri doğrultusunda gerekli düzetlemeler yapılmıştır.
- Görüşme sorularının anlaşılırlığını test etmek amacıyla bir yerel yönetim yöneticisi ve uzmanı ile pilot görüşme sağlanmıştır.
- Görüşme dokümanı üzerinde tek kodlayıcı (araştırmacı) tarafından kodlama gerçekleştirilmiştir.

6.1.1 Yönetici mülakatları

Yöneticiler, bir organizasyonun stratejik kararlarını veren ve günlük işleyişini yöneten kişilerdir. Bu nedenle, yöneticilerin düşünceleri, davranışları ve kararları, organizasyonun genel başarısını etkilemektedir. Yönetici mülakatları, yöneticilerin deneyimlerini, liderlik tarzlarını, organizasyonel hedeflerini, stratejilerini ve zorluklarını anlamaya yardımcı olmaktadır. Yöneticiler, organizasyonun iç işleyişini ve iş kültürünü en iyi bilen kişiler olduğundan; araştırmacılar, yöneticilerin görüşlerine dayanarak, organizasyonel problemleri anlamaya ve çözmeye çalışmaktadır. Yöneticilerin deneyimleri ve görüşleri, bir organizasyonun genel performansı ve stratejileri hakkında doğru bir perspektif sunabilir. Bu da araştırmacıların tezlerinde sunacakları verilerin daha güçlü ve inandırıcı olmasına yardımcı olabilir.

Kamusal alan olarak meydanlar çok sayıda paydaşın etkilediği ve etkilendiği sosyal ortamlar olduklarından meydanların kullanımına yönelik hizmet kalitesinin ölçümüne ilişkin kurum içi ve kurum dışı paydaşların katılımı ile ön görüşmeler icra edilerek modelin amaç ve kapsamının katılımcı yöntemler ile belirlenmesi modelin işletimi ve yönetimi anlamında fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda İstanbul ili içindeki meydanlardan örneklem seçilerek bu meydanların işletimi ve yönetiminden sorumlu kurum ve kuruluşların yönetici ve uzmanları ile görüşülmüştür. Araştırmanın yapılacağı kurum belirlenirken meydan yönetimi konusunda söz sahibi olması, hizmet deneyimi bulunması ve uygulamaları ile diğer yerel yönetimlere rol model olabilecek yerel yönetimlerde çalışanlar seçilerek yarı yapılandırılmış mülakat görüşmeleri gerçekleştirilmiştir. Görüşme gerçekleştirilen yetkililere ilişkin detaylar Tablo 3'de belirtilmektedir;

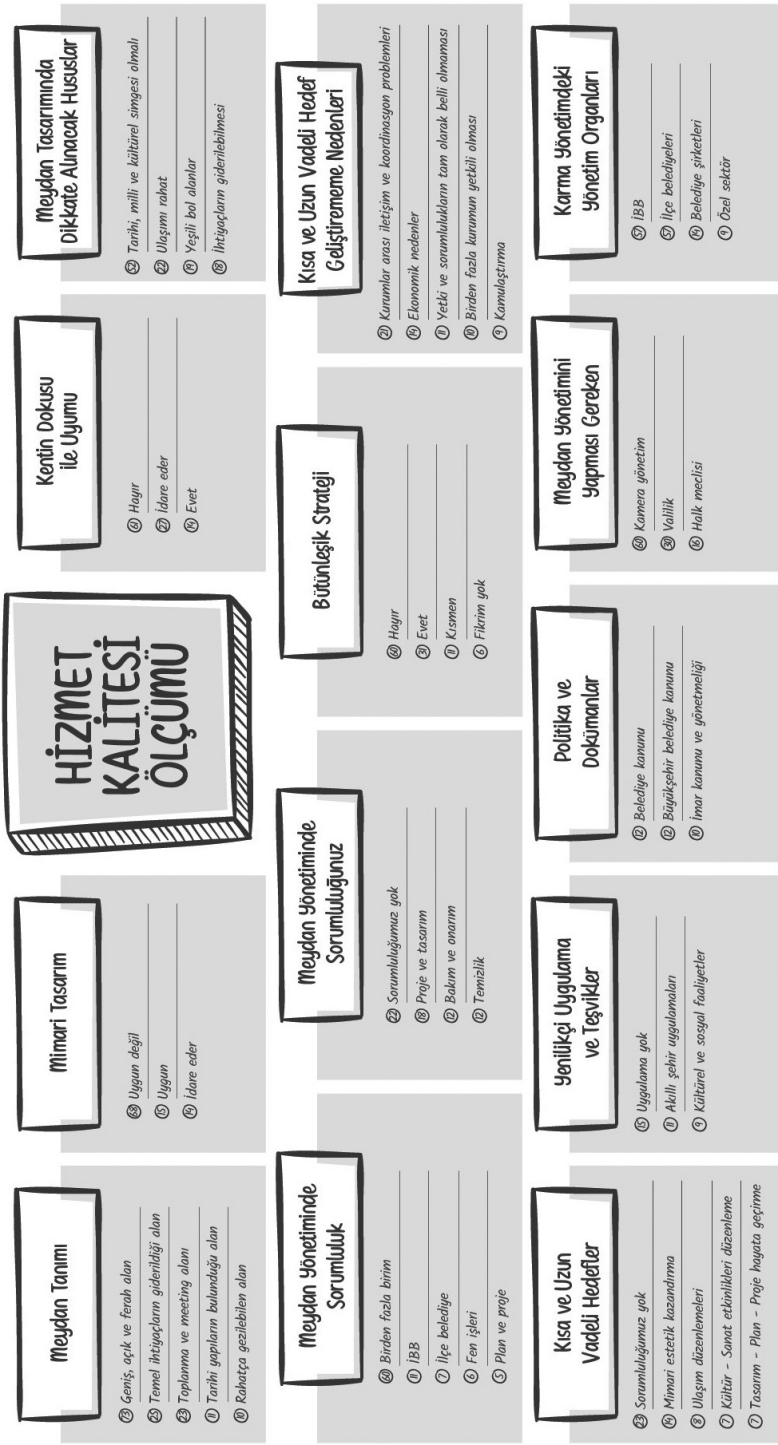
Tablo 3. Kadro Bazlı Dağılım

Görev	**Sayı**
Birim, Şube Müdürü	30
Müdür Yardımcısı	25
Uzman, Mühendis, Mimar	20
Amir, Şef	26
Memur, Temsilci, Sorumlu	8
Bilgilerini Vermek İstemeyen	5
Toplam	114

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Günümüz yerel yönetimlerinde hizmetten yararlanan vatandaşlara etkili ve verimli bir şekilde en iyi hizmeti sunacak strateji ve yöntemlerin geliştirilmesi temel amaç olarak öngörülmektedir. Etkili ve verimli bir hizmet sunumu için yerel yönetimlerin günümüzün hızlı değişen gelişmelerine uyumlanması da bir zorunluluktur (Güldüler, 2022:1133). Yerel Yönetim çalışanlarının eleştiri ve önerilerinin alınması ile gerçekleştirilen bu araştırmada, meydan yönetiminin daha kaliteli bir şekilde gerçekleşmesini sağlayacak unsurların tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla İstanbul'da faaliyet gösteren toplamda 9 İlçe Belediyesi ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nden yetkililere

ulaşılmış, 13 yapılandırılmış ve 1 açık uçlu olmak üzere 14 sorunun yöneltildiği 114 adet görüşme gerçekleştirilebilmiştir. Yapılan görüşmelerde katılımcılara sorular yöneltilmiş ve sorulara verilen cevaplardan elde edilen veriler genel bir anlayış oluşturmak için başından sonuna kadar okunmuş, bir veri tabanı oluşturulmuş ve veri tabanı nitel analizi gerçekleştirilerek Şekil 2'de belirtilen ayrıntılı kod haritası belirlenmiştir



Şekil 2: Yönetici Görüşmeleri Nitel Veri Analizi
Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yönetici görüşmelerinin ana teması hizmet kalitesinin kamusal alanlarda ölçülebirliliğidir. Katılımcılara yöneltilen 13 soru kapsamında oluşturulan kodlar ve kodların tekrarlanma sıklıkları Şekil 2'de sunulmaktadır. Ayrıntılı kod haritasında en yüksek frekans değerlerine ulaşan maksimum beş alt koda yer verilmiştir ve her bir kodun yanındaki sayılar, katılımcılar tarafından bir alt kodun kaç kez kullanıldığını göstermektedir.

Katılımcılar tarafından yapılan meydan tanımlamasında genişlik açıklık ve ferahlık gibi fiziki özellikleri içeren bir tanımlamaya gidildiği görülmektedir. Araştırmanın literatür tarama kısmında da karşımıza çıkan meydanın kamusal olma ve geniş alan özelliği ile yönetici görüşmelerinden elde edilen araştırma sorusuna ilişkin bulgu örtüşmektedir. K5 ve K66'dan alıntılar; "*Geniş alana sahip yaya ve araçların bulunduğu ve belli bir sistem dahilinde kullanılan alan* (5, Konum 2)" , "*Kamu yararına, kamuya açık alan* (66, Konum 2)" olarak örnek verilebilir.

Meydanların tasarımı ve kentin dokusu ile uyumu hususunda katılımcılar arasında "uygun olmama" noktasında bir fikir birliği görülmektedir. Mimari tasarımı uygun bulmayanlar aynı zamanda kentin dokusu ile de uygun olmadığını dile getirmektedir. K104 ve K107'den alıntılar; *"Türkiye'deki meydan kavramına uyan bir tasarım henüz yok. Bizdekiler açık alan ve kimliksiz boşluklar (104, Konum 4)" , İstanbulda'ki meydanların durumu içler acısı, meydan dokusu bozulmuş kimliksiz tasarımlar söz konusu (107, Konum 4)"* örnek olarak verilebilir.

Meydan yönetiminde sorumluk, meydanların çok paydaşlı yapılar olmasından dolayı birden çok birimin yetki alanında görülmektedir. Buna karşın görüşme gerçekleştirilen bazı katılımcılar meydan yönetimine aktif olarak katılmadığını ve sorumluluk farkındalığına sahip olmadığını belirtmektedir. Benzer şekilde meydanların etkin yönetimine ilişkin bütünleşik bir stratejinin geliştirilemediğine dair fikir birliği olduğu görülmektedir. Bütünleşik strateji geliştirilememesi ile paralel bir biçimde kısa ve uzun vadeli hedeflerin belirlenememesine ilişkin en önemli nedenin kurumlar arası iletişim ve koordinasyon eksikliği olduğu konusunda fikir birliği bulunmaktadır. K10, K21, K28, K35, K44, K64, K71, K95 ve K105'den alıntılar; *"Kurumlar arası iletişim bozukluğu (10, Konum 18), İletişimsizlik (71, Konum 18), Koordinasyon eksikliği (95, Konum 18)"* olarak örnek verilebilir.

Meydan yönetimini hangi kurum ya da kurumların gerçekleştirmesine yönelik beklentinin karma yönetim modelinden yana olduğu görülmektedir. Karma bir yönetim modeli (büyükşehir belediyesi, ilçe belediyesi, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör temsilcileri) içerisinde de büyükşehir belediyesi ve ilçe belediyelerinin etkin çalışması gerektiği sonucu ortaya çıkmıştır.

6.1.2. Odak grup görüşme.

Fonksiyon çeşitliliğinin ve paydaşların bu denli fazla, yönetimin çok başlı olduğu bir yapıda ihtiyaçlara cevap verebilecek düzenlemelere gidilmesi amacıyla farklı disiplinlerde uzmanların görüş ve önerilerinden oluşabilecek bir ortak akla ihtiyaç duyulmaktadır. Bu kapsamda araştırmacı tarafından oluşturulan ve belirli konu ya da konular hakkında grup tartışması şeklinde yönetilen küçük çaplı birey grupları biçiminde tasarlanan odak grup görüşmesi gerçekleştirilmektedir (Berg ve Lune, 2019:173). Araştırma yöntemi kapsamında yerel yönetimlerde görevli 24 çalışanın katıldığı ve yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak planlama-tasarım-yapım-bakım ve onarım-işletim-yönetişim süreç adınları özelinde odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların gizliliğini korumak amacıyla K1-K24 olarak numaralandırılmıştır.

Yapılan odak grup görüşmesinin ilk oturumu meydan yönetiminde sorun analizi olarak belirlenmiş ve meydanlara yönelik temel sorunlar ele alınmış, beyin fırtınası tekniği ile aşağıda belirtilen üç temel sorun üzerinde görüş birliği sağlanmıştır;

- Süreçlerde eksiklikler olması: mimari tasarımlara yöne verilememesi, bakım-onarım-temizlik fonksiyonlarının yetersizliği, meydanlardaki kontrolsüz araç giriş ve çıkışları ile parklanmalar, güvenlik ve denetim eksiliği, meydan yönetimini sağlayacak organizasyonel yapı eksikliği,
- Standartların uygulanamaması: farklı tiplerde yapı malzemelerinin kullanılması, kullanım amacına uygun olmayan bileşenler, bileşenler arası uyumsuzluklar, atıl ve ulaşılamaz alanların mevcudiyeti, reklam-ilan-afiş-görsel-broşür kirliliği, araç ve yaya trafiğini etkileyen yapısal hatalar,

- Sürdürülebilirliğin sağlanamaması: projelerin uygulamaya alınamaması, uygulama sonrasında altyapı çalışmalarının devam etmesi, esnaf ve seyyar satıcı alan işgalleri, proje çalışmalarının tarihi dokuya zarar vermesi, şehir silüetinin korunamaması.
- İkinci oturumda çözüm önerileri ele alınmış ve aşağıda belirtilen çözüm önerileri ve alt maddeleri şeklinde özetlenmiştir;

Meydanların sınıflandırılması: sınıf tanımlamalarının yapılması, bu sınıflandırmaya göre bileşen ve diğer değişikliklerin planlanması,

- Meydan bileşenlerinin belirlenmesi: meydanın yapısal bileşenlerin meydan fonksiyonları açısından ele alınması ve ürünlerin belirlenmesi,
- Bileşenlere göre teknik standartların oluşturulması: bileşnlerin teknik ve tasarım standartlarının oluşturulması, yapım ve uygulama standarlatının belirginleştirilmesi, bakım-onarım standartlarının tanımlanması, bakım ve onarıma yönelik envanter ve stok bilgisinin belirginleştirilmesi, vatandaş hizmetlerine yönelik bileşen standartlarının tanımlanması,
- Standartlar için süreçlerin tanımlanması: planlama sürecinden yönetişim sürecine kadar birbirini etkileyen ve birdirinden etkilene süreçlerde hangi ürün için hangi paydaşın ne seviyede görev alacağının belirlenmesi.

Yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular ışığında meydan yönetiminin sürekliliğinin sağlanmasında standartlar noktasında eksiklikler olduğu anlaşılmış ve oluşturulacak standartların sade ve anlaşılır olması gerektiği konusunda fikir birliği bulunduğu tespit edilmiş, ürünlerin sahipliliğinin ortaya konulması ve sorumlu birimlerin belirlenmesi gerektiği görülmüştür. Mevcut durumda planlama, tasarım, yapım, bakım onarım, işletme, yönetişim aşamalarında standart uygulamaların olmaması, rol ve sorumlulukların tam anlamıyla belli olmaması, meydanı oluşturan bileşenler bazında farklılıkların ortaya çıkmasına ve bu nedenle etkin bir meydan yönetiminin gerçekleştirilememesine sebep olmaktadır.

6.1.3. Vatandaş memnuniyeti araştırması

Saha araştırması, meydan paydaşlarının (vatandaş, esnaf, kamu kurumu, özel sektör kuruluşları ve sivil toplum kuruluşları) meydanlardaki hizmet algısının ve beklentilerinin saptanmasını ve iyileştirilmesi gereken yönlerin tespit edilmesini sağlamak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Anketlerin girişinin tamamlanmasıyla raporlama safhasına geçilmiştir. Raporlamada frekans analizleri ve korelasyon tekniklerinden yararlanılmış; pasta ve çeşitli histogramlar kullanılmıştır. İstanbul ili sınırları içerisindeki 12 meydanda (Bağcılar, Beşiktaş, Beyazıt, Eminönü, Esenyurt, Eyüpsultan, Kadıköy, Küçükayasofya, Sultanahmet, Sultanbeyli, Taksim ve Üsküdar) yüzyüze anket yöntemi ile 3.454 anket yapılarak araştırma tamamlanmıştır.

Demografik veriler analiz edildiğinde meydan kullanımında erkek yoğun (her 10 denekten 7 si erkek) bir örneklem elde edilmiştir. Meydanları ziyaret eden kişilerin ikamet durumları incelendiğinde İstanbul'daki tüm ilçelerden meydanları ziyaret söz konusu iken hem şehir dışı hem de yurt dışı ziyaretleri söz konusu olmaktadır. Ayrıca araştırmaya katılan her 10 kişiden 6'sı meydanın bulunduğu ilçede ikamet etmektedir ki bu bulgu; ilçede ikamet eden insanlar için meydanın önemli bir uğrak yeri olduğunu ve bir geçiş ya da aktarma güzergahı olarak da önemli bir fonksiyonu üstlendiğini göstermektedir.

Vatandaşlara yönelik gerçekleştirilen saha araştırması sonucunda elde edilen diğer bulgular;

- Meydanlar, ulaşımın entegre olduğu önemli kamusal alanlardır ve tüm toplu ulaşım modlarının yanı sıra bireysel ulaşım araçları ile de ulaşım sağlanabilmektedir. Toplu ulaşım modları içerisinde %27 düzeyinde otobüs tercihi söz konusudur ve hemen hemen her meydanda en yüksek kullanım frekansına sahip iken, %20.8 düzeyinde de yaya ulaşımı yoluyla meydan ulaşımı tercih edilmektedir.
- Vatandaşlar tarafından meydanın kullanım amacında dinlenmek ve keyifli vakit geçirmek %33.9 düzeyinde en yüksek frekansı elde etmiştir. Bu sonuç, meydanların insanlar için sosyal bir mekan ve rahatlama alanı olarak değerlendirildiğini göstermektedir.
- Meydanlar, insanlar arasında yaygın olarak kullanılan bir sosyal mekandır ve haftalık rutinlerinin bir parçası haline geldiğini göstermektedir; örneğin %32.2 düzeyinde katılımcı meydanları haftada en az bir kez kullandığını ifade etmektedir.

- Meydanlarda bulunma zamanları ve mevsimsel tercihler incelendiğinde; katılımcılar, meydanlarda hafta sonları (%51), zaman dilimi olarak öğleden sonraları (%34.9) ve mevsimsel olarak her mevsimde (%25) zaman geçirilebileceğini ifade etmektedirler.
- Meydanlarda geçirilen süreler incelendiğinde; 1 ila 3 saat arasında zaman geçiren (%50.3) insanlar bulunmaktadır. Bu bulgudan hareketle meydanların insanların günlük rutinlerinde ve sosyalleşme etkinlitlikleri içerisinde önemli bir rol oynadığını ve bu süre zarfı içerisinde meydan kullanımının yoğunlaştığı sonucuna varılabilir.
- Meydanlara yüklenen anlam daha çok geniş, düz ve açık alan olarak ifade edilirken, aynı zamanda toplumsal etkileşim, sosyalleşme ve çeşitli etkinliklere olanak sağlayan bir mekan olarak ifade edilmektedir. Meydana yüklenen bu anlamlar ile paralel olarak meydanlarda en çok keyif alınan durumlar da buluşma ve sosyalleşme deneyimi (%14.9) olarak görülmektedir.
- Meydanlara yüklenen fonksiyonlar bağlamında meydanların kullanım amacının buluşma ve sosyalleşme (%45.1) olarak ifade edildiği görülmektedir. Bunun yanı sıra turistik amaçla da ziyaret edilen (%30.8) meydanların bulunduğu da ifade edilmektedir.
- Meydanları kullanan katılımcılar meydanlarda aradıkları durumların bulunma olasılığına inandıklarını (%85) ifade etmektedir. Güvenlik önlemleri, sosyal donatı alanları, altyapı ve üstyapı yatırımları noktasında halen iyileştirilmeye açık alanlar olduğuna ilişkin algı da ayrıca gözlemlenmiştir.
- Genel olarak meydanlara yönelik duyulan memnuniyet durumu %76.9 olarak ölçülmüştür. Ayrıca araştırmaya dahil edilen Sultanahmet Meydanı %89.1 ile en yüksek memnuniyet oranına sahipken, Esenyurt Meydanı %56.4 ile en düşük memnuniyet oranına sahip olmuştur.
- Memnuniyet düzeyini belirleyen başlıca kriterler; ulaşılabilirlik, güvenlik, işlevsellik ve kullanıma uygunluk olarak belirlenmiştir.
- Meydanlarda rahatsızlık duyulan konular; araçlar ve trafik, gürültü kirliliği, çevre kirliliği, seyyar satıcıların varlığı, yetersiz aydınaltma, bilgilendirme eksikliği, kullanışlı olmayan kent mobilyaları ve sahipsiz sokak hayvanlarının varlığı olarak sıralanabilmektedir.
- Meydanların mevcut yönetiminden duyulan memnuniyet ise ayrıca ölçülmüş ve %73 düzeyinde memnuniyet duyulurken %27 düzeyinde memnuniyetsizlik olduğu gözlenmiştir. Meydan yönetiminin eksiklikleri, kullanıcıların beklentilerini karşılamada yetersiz kalabilmekte ve memnuniyetsizlik hissi yaratabilmektedir. Bu durumda, ilgili meydanın yönetimi ve işletimi gözden geçirilmeli, eksiklikler giderilmeli ve kullanıcı memnuniyetini artırmaya yönelik önlemler alınması gerektiği öngörülmektedir.

7. Kavramsal Model Önerisi

Hizmet kalitesinin sürekli iyileştirilmesi ve sürdürülebilir kılınması kurum ve kuruluşlar için büyük önem taşımaktadır. Müşterinin hem beklenti ve algılarının karşılanması hem de kendilerine beklentilerinin de üstünde hizmet sunulabilmesi amacıyla kavramsal hizmet kalitesi ölçüm modeli geliştirilmeye çalışılmıştır. Bu bölümde, kamusal alan olarak meydanlara yönelik kavramsal bir hizmet kalitesi ölçüm modeline esas teşkil edecek bir yaklaşım önerisi sunulmaktadır.

Meydan genelinde sunulan hizmetlerin standartlarının belirlenmesi ve bu standartların sahada karşılanma düzeylerinin tespit edilerek hizmet performansının ölçümünü sağlayacak kriterler geliştirilmesi, soyut olarak addedilen hizmet kalitesinin ölçümünü somuta indirgeyecek bir ölçek geliştirilmesini mümkün kılacaktır. Söz konusu kriter ve standartlar literatür araştırması yapılmasının yanı sıra nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı katılımcı yöntemler ile (odak grup görüşme, derinlemesine mülakat, çalıştaylar, anketler, saha etütleri, vb.) oluşturulmalıdır. Meydanlara yönelik hizmet kalitesinin artırılması amacıyla bir model önerisi geliştirebilmek için literatür taramasının ardından makalenin daha önceki bölümlerinde detaylarına yer verilen anket bazlı saha araştırmaları gerçekleştirilmiş ve aşağıda detayları verildiği üzere yorumlanmıştır.

Ölçüm modeli, vatandaşın beklentilerinin ve algılarının tutarlı, ölçülebilir ve yönetilebilir kalite parametrelerine çevrilmesini amaçlamaktadır. Araştırmamızın vatandaşa yönelik saha araştırmaları çıkarımlarında da görüleceği üzere meydanlardan faydalanan vatandaşlar meydanlara ve meydanlarda almış oldukları hizmetlere bir değer atfetmektedir. Hizmetin sunumu öncesi bu değere ilişkin bir vatandaş beklentisi bulunurken, hizmet sunumu sonrası vatandaşın atfettiği değere ilişkin bir algısı oluşmaktadır. Bu doğrultuda ölçüm modeli; hizmet standartlarını, hizmet kriterlerini, kriterlerin hedeflerini ve metotları tanımlamalı ve hizmet kalitesinin gelişimini ve sürdürülebilirliğini amaçlamalıdır.

Meydanlardan faydalanan vatandaşların ihtiyaçları ve beklentileri doğrultusunda hizmet standartları geliştirilmeli, hizmet standartlarının sürdürülebilir kılınması amacıyla düzenli denetlenmesi gerekmektedir. Araştırma kapsamında elde edilen bulgular ışığında meydanlarda hizmet standartlarının denetlenmesi amacıyla bir hizmet kalitesi ölçüm modeli de geliştirilmiştir. Modelin temelinde hizmet standartlarının oluşturulması ve hizmet kalitesinin ölçülmesi yatmaktadır. Meydan yönetim faaliyetlerinin hizmet kalitesini ölçmek, izlemek ve performans takibini yapmak, sonuçları meydan yönetiminden sorumlu kurum ya da kurumlara sunarak iyileştirme çalışmalarını tetiklemek ve takip etmek, vatandaşların hizmetten beklentileri ile hizmete yönelik algılarının karşılaştırılması esasına dayanmaktadır. Sunulan hizmetin kalitesini artırabilmek için öncelikle mevcut durumun analiz edilmesi yani hizmet kalite düzeyinin ölçülmesi ve ortaya konması ise bir zorunluluktur.

Meydanlara yönelik hizmet kalitesi ölçüm modeli; işletme ve vatandaş gözünden meydanlardaki hizmet temas noktalarının belirlenmesi ve ilgili hizmet temas noktlarında belirlenmiş hizmet kriterlerine göre ölçüm yapmayı tanımlamaktadır. Modelin işletimi ve yönetimi aşağıdaki şekilde şematize edilebilir;



Şekil 3: Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli
Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

7.1. Açık Denetim

Açık denetim süreci, meydan içerisinde vatandaşa hizmet sunulan noktalarda standartlara uygun bir şekilde denetimin planlanması, yürütülmesi ve sonuçlandırılmasını ifade eder. Açık denetim sürecinde en önemli konu denetimin hangi periyotlarda gerçekleştirileceğidir. Açık denetimde temel amaç tüm denetim noktalarının denetlenmesidir. Diğer memnuniyet araştırmalarında ya da gizli denetim sürecinde olduğu gibi örnekleme yöntemi, örneklem boyutu düşük olan denetim noktaları için doğru sonuçlar vermeyebilir. Çünkü denetime konu olan tüm noktalar birer hizmet noktası olarak düşünülüp tek başına performansı ölçülmelidir. Örneklem boyutu fazla olan noktalarda ise örnekleme yöntemi ile çalışılabilir.

7.2. Gizli Denetim

Gizli denetim, yapılan araştırmalar çerçevesinde belirlenmiş olan standartlara uygun olarak meydanların denetlenmesini ifade etmektedir. Gizli denetimde en önemli nokta denetimin belirli kriterler ve hizmet referansı doğrultusunda yapılmasıdır. Ayrıca denetimin meydan kullanıcısı gözüyle yapılması ve gizli bir şekilde uygulanması da başka kritik bir önem taşımaktadır. Gizli denetimin temelinde meydan içerisindeki çeşitli faaliyet ve hizmetlerden faydalanılması, onların kullanılması hususlarının gözlemi yer almaktadır. Gizli denetim çalışmaları vatandaşa sunulan hizmet kalitesinin arttırılmasında çok önemli bir araç haline gelmiş, kurumlar/kuruluşlar tarafından ciddi ve sistematik bir biçimde ele alınmaya başlanmıştır.

7.3. Meydan Gözlemcileri

Açık ve gizli denetçilerin yanı sıra meydanların hizmet kalitesinin yükseltilmesi amacıyla meydan kullanıcılarının da denetim sistemine dahil edilmeleri meydan unsurlarının denetlenmesinde farklı bir bakış açısıyla bakılabilmesine de olanak sağlamaktadır. Literatür araştırmaları ile de tespit edilen sokak gözlemcileri gelişmiş ülkelerin metropollerinde denetim sürecine katkı sağlamaktadır. Meydan gözlemcilerinin, meydanı çok sık kullanan ve genelde meydanda uzun zamanlar geçiren vatandaşlardan seçilmesi denetimlerin gerçekleştirilmesi açısından avantaj sağlamaktadır. Hizmet kalitesinin farklı bir ölçüm ve anında müdahale aracı olarak kullanılacak olan meydan gözlemcileri, modelin anlık olarak işler kılınmasına yardımcı olmaktadır.

7.4. Vatandaş Memnuniyet Araştırması

Meydanlarda uygulanacak hizmet kalitesi ölçüm modelinin bir diğer ayağı da vatandaş memnuniyet ölçümü araştırmalarıdır. Kalite kriterleri doğrultusunda meydanlar hakkında, vatandaşların algısı, beklentisi ve memnuniyeti ölçülmektedir. Araştırma çalışmasında geliştirilen üst kriterler, üst başlık olarak vatandaş memnuniyet araştırmalarında yer almalıdır. Araştırma sonucunda elde edilecek üst kriter puanları, açık uçlu sorulara verilen yanıtlar ile birlikte bir bütün olarak değerlendirilerek genel vatandaş meydan algısı tespit edilmelidir.

8. Sonuç ve Öneriler

Ürün ve hizmetlerden faydalanıcılar sadece sunulan ürün ve hizmetlerin alıcısı olmaktan çok, artık kendilerine sunulan deneyime önem vermekte; dolayısıyla ürün ve hizmetten faydalananların algı ve beklentilerini karşılamak hatta aşmak amacıyla gerek özel sektörün gerekse kamu sektörünün iş yapış biçimlerini sürekli güncellemeleri gerekmektedir. Yaşayan birer organizma olarak kurum ve kuruluşların sürüdürlebilir bir başarıyı sağlayabilmeleri için sundukları ürün ve hizmetlerden faydalananların iç dünyasını ve taleplerini doğru analiz etmeleri ve hizmet üzerinden sunulacak deneyimleri bu doğrultuda geliştirebilmeleri önem arz etmektedir. Müşteri ya da paydaşların talep, ihtiyaç ve beklentilerinin çok hızlı bir şekilde değiştiği, öngörülemezlik, bilinemezlik ve muğlaklığın daha yoğun olduğu günümüzde, kullanıcıların deneyimini önceliklendirmelerinin ve sunulan ürün/hizmetlerin sürdürülebilir kılınmasının yolu; hizmet kalitesinin periyodik olarak ölçülmesi ve sürekli iyileştirme anlayışı ile standartlarının devamlı olarak arttırılmasında yatmaktadır. "Ölçemediğinizi yönetemezsiniz" (P.Drucker) anlayışından hareketle özellikle soyut bir niteliği olan hizmetlerin objektif ve normatif biçimde ölçülebilmesi ancak söz konusu hizmetlere ait beklenti ve algıları somuta indirgeyerek ölçebilecek bir hizmet kalitesi ölçüm metodolojisi ile mümkün olabilmektedir.

Bir kamusal alan olarak meydanlarda sunulan kamusal hizmetlerin daha etkin, etkili ve kaliteli sunulması konusunda da yeni değişim ve dönüşümler yaşanmakta, gelişen yeni kamu yönetimi anlayışı ile birlikte paydaşların artan taleplerinin yönetilmesinde kısıtlı kaynakların en akılcı ve verimli biçimde kullanılması gerekmektedir. Çalışmada bunu sağlayacak kavramsal bir yönetim sistemi modellemesi yapılmıştır. Model, kamusal alanın hizmet kalitesinin sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla kurum gözünden hedef ve performans gerçekleşmesi ile faydalanıcı gözünden algı ve beklentiyi ölçebilecek denetim ve ölçüm araçlarını içermektedir. Meydanlara yönelik hizmet kalitesi yaklaşımının geliştirilmesinin çok paydaşlı bir yapı olarak meydanlara ilişkin yerel yönetimlerin sınır, sorumluluk, süreç ve standartlarının belirlenmesi ve sürekli iyileştirme mantığı ile meydanları sistematik bir biçimde yöneterek sürdürülebilirliği ve hatta değişen kullanıcı ihtiyaçlarına göre uyumlanmayı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bundan sonraki çalışmalarda söz konusu süreçlerin ve standartların belirlenmesinde multidisipliner yaklaşımlar geliştirilmesi son derece önemlidir çünkü bir kamusal alan olarak meydanlar birbirinden çok farklı sosyal kimliklere ve farklı fiziksel standartları bulunan komponentlere sahiptir. Bu noktada bilim insanları ile yönetişimsel faaliyetler sağlanarak standardizasyona gidilmesinin zorunlu olduğu düşünülmektedir. Ancak buradaki standartlaştırma tek tipleştirme olarak düşünülmemelidir.

Son olarak, meydanlardan faydalanan vatandaşların karar alma süreçlerine etkin katılımını sağlayacak bir yönetişim yapısının kurulması ve meydanların tasarımında vatandaş deneyiminden azami ölçüde faydalanılması vatandaş nezdinde tatmin duygusunun arttırılmasının yanı sıra kısıtlı olan kamu kaynaklarının kullanımında etkinlik ve verimliliği sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

ADIGÜZEL, S. (2020). Uluslararası Ticaret Şirketlerinin Kalite Geliştirme Çalışmaları. Yönetim ve Organizasyon Araştırmaları, 131-149.

ALTINÇEKİÇ, H.S., ERGİN, B. ve TANFER, M. (2015). Tarihsel Süreç İçinde Kent Kimliğinin Mekânsal Kalite Değerlendirmesi Üzerine Bir Araştırma (Taksim Meydanı). Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, Vol.15 (2), 132-148.

ASUBONTENG, P., MCCLEARY, K. J., ve SWAN, J. E. (1996). SERVQUAL Revisited: A Critical Review of Service Quality. The Journal of Services Marketing, 10 (6).

BRADY, M. K., ve CRONIN, J. J. (2001b). Customer Orientation: Effects on Customer Service Perceptions and Outcome Behaviors. Journal of Service Research, 3(3), 241-251.

BULGAN, U. ve GÜRDAL, G. (2005). Hizmet Kalitesi Ölçülebilir mi?. ÜNAK'05 Bilgi Hizmetlerinin Organizasyonu ve Pazarlanması Kongresi, Kadir Has Üniversitesi, İstanbul.

CARMAN, J. M. (1990). Consumer Perceptions of Service Quality: An assessment of the SERVQUAL dimensions. Journal of Retailing, 66 (1).

CARMONA, M., MAGALHÃES, C. ve HAMMOND L. (2008). Public Space: The Management Dimension. New York: Routledge.

CERASI, M. M. (2001). Osmanlı Kenti (Çev. Aslı Ataöv). Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

CRONIN, J. ve TAYLOR S. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. J. Marketing, 56(3), 55–68.

CRONIN, J. ve TAYLOR S. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality. Journal of Marketing, 58(2), 125–131.

ÇAY, D. R. ve AŞILIOĞLU, F. (2023). Sınır Kentlerdeki Meydanlarda Kamusal Mekân Kalitesi. Sınır Kentler ve Sınırsız Olasılıklar. Trakya Üniversitesi, 320-335.

ÇINAR, H., ERGİN, B. ve TANFER, M. (2015). Tarihsel Süreç İçinde Kent Kimliğinin Mekânsal Kalite Değerlendirmesi Üzerine Bir Araştırma (Taksim Meydanı). Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 15 (2).

ÇINAR, S. (2005). İstanbul Metropolü'nde Meydanların Rekreasyonel İşlev Yönünden Önemi Üzerine Araştırmalar. İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 55 (1).

DABHOLKAR, P. A., THORP, D. I., ve RENTZ, J. O. (1996). A Measure of Service Quality for Retail Stores: Scale Development and Validation. Journal of the Academy of Marketing Science, 24(1), 3-16.

EDVARSSON, B., GUSTAFSSON, A. ve ROOS, I. (2005). Service Portraits in Service Research: A Critical Review, International Journal of Service Industry Management, Vol. 16 No. 1, pp. 107-121.

EMBARQ TÜRKİYE (2014). İstanbul Tarihi Yarımada Yayalaştırma Projesi. https://wrisehirler.org/sites/default/files/TarihiYarimadaYayalaştırmaProjesiMEvcutDurumAnalizi_2014_TR_FINAL4_WEB%20%281%29.pdf (Erişim Tarihi:17.04.2020).

EN13816:2002.Taşımacılık-Lojistik-Toplu Taşıma Hizmet Kalitesi Tanımları, Hedefleri ve Ölçümleri. https://ec.europa.eu/eip/ageing/standards/city/transportation/en-138162002_en (Erişim Tarihi: 17.04.2020).

ERDÖNMEZ, E. ve ÇELİK, F. (2016). Kentsel Mekanda Kamusal Alan İlişkileri. Türkiye Bilimler Akademisi Kültür Envanteri (TÜBA-KED) Dergisi, (14), 145-163.

GONZÁLEZ, M.E.A., COMESAÑA, L.R., ve BREA, J.A.F. (2007). Assessing Tourist Behavioral Intentions through Perceived Service Quality and Customer Satisfaction. Journal of Business Research, 60(2), 153-160.

GÜLDÜLER, E. S. (2022). Yerel Yönetimlerde Stratejik Yönetim Değişimi: Stratejik Planlar Kapsamında Bir Puanlama Modeli. Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13(26), 1129-1153.

İNCEOĞLU, M. ve AYTUĞ, A. (2009). Kentsel Mekânda Kalite Kavramı. Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Megaron Dergisi, 4 (3).

JOHNSON, R. B., ONWUEGBUZIE, A. J. ve TURNER, L. (2007). Toward a Definition of Mixed Methods Research. Journal of Mixed Methods Research, 1(2), 112-133.

Melbourne 2030: Planning for Sustainable Growth. https://www.planning.vic.gov.au/__data/assets/pdf_file/0022/107419/Melbourne-2030-Full-Report.pdf (Erişim Tarihi: 17.04.2020).

METİN, T. (2013). Türkiye Selçuklu Şehirlerinde "Meydan" Kültürü. Tarih İncelemeleri Dergisi, XXVIII/1.

MUNHURRUN, P. R. ve BHİWAJEE, S. D. L. (2010). Service Quality in The Public Service. International Journal of Management and Marketing Research, 3 (1), 37-50.

NAİBOĞLU, N. (2019). Kentleşmenin Kökeni Mezopotamya'da İlk Kentler. MSGSÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 3(20), 211-224.

ÖNDER, S. ve ÇELİK, F. (2002). Kentsel Açık Mekan Olarak Meydanların İrdelenmesi, Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 16 (29).

ÖZALP, D. (2008). Tarihî Kent İmajının Korunmasında Kentsel Tasarım – Antakya Örneği . (Yayımlanmış Uzmanlık Tezi). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara.

ÖZDEMİR, Z. ve TEZER T. (2014). Bir Metropoliten Buluşma Alanı Olarak Eminönü Meydanı'nın Değerlendirilmesi. 26. Yapı-Yaşam Kongresi, Bursa.

PAPADAKIS, A. ve WATSON, H. (1990). New Classicism: Omnibus Edition. Academy Editions: London.

PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V.A. ve BERRY, L.L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. Journal of Marketing, 49.

PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V.A., ve BERRY, L.L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing, 64.

PROJECT for PUBLIC SPACES (2006). https://www.pps.org/article/squaresprinciples (Erişim Tarihi: 15.03.2022).

SEMERCİ, F. (2008). Kentsel Tasarım Gereklilikleri Açısından Beyazıt Meydanı Örneği. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.

SHAHIN, A. ve SAMEA, M., (2010). Developing the Models of Service Quality Gaps: A Critical Discussion. Business Management and Strategy, 1(1), 1.

SETH, N., DESKMUKH, S. G. ve VRAT, P. (2005). Service Quality Models: A Review. International Journal of Quality & Reliability Management, 913-949.

TASHAKKORI, A. ve CRESWELL, J. W. (2007). The New Era of Mixed Methods, Jourbal of Mixed Methods Research. 1(3), 207-211.

TASHAKKORI, A. ve TEDDLIE, C. (2003). The Past and The Future of Mixed Methods Research: From Data Triangulation to Mixed Model Designs. Thousand Oaks. CA: Sage, 671-701.

YILDIZ, A. (2007). Tarihsel Birikime Sahip Kentsel Açık Alanların Dinamizmi - İstanbul Kent Örneği; Beyazıt, Sultanahmet ve Taksim Meydanı. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.

ZEHİR, C. ve NARCIKARA, E. (2016). E-service Quality and E-recovery Service Quality: Effects on Value Perceptions and Loyalty Intentions. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 229, 427-443.

ZEITHAML, V., PARASURAMAN, A. ve BERRY L. (1990). Delivering Service Quality: Balancing Customer Perceptions and Expectations. New York: The Free Pres.

ZUCKER, P. (1959). Town and Square: From The Agora to The Village Green. New York: Columbia University Press.

Summary

The primary aim of this article is to develop a systematic model for measuring and enhancing service quality in public squares. This model draws inspiration from the SERVQUAL (Service Quality Management) scale and is informed by a review of the literature pertaining to public squares. The model revolves around key value propositions, including accessibility, functional quality, user-friendliness, availability, security, comfort, and customer satisfaction. These value propositions provide insights into how public squares are designed, managed, and audited.

The service quality measurement model incorporates a combination of open and covert audits. Open audits are conducted under the supervision of both internal and external auditors, involving resources from within and outside the institution. These audits explicitly reveal the quality of public services in squares. On the other hand, covert audits are employed to assess the genuine experiences of public square users. These two types of audits enable continuous monitoring of service quality and identification of areas for improvement.

The article also emphasizes that public squares are characterized by their multi-stakeholder nature, and roles among stakeholders may be ambiguous. Therefore, the establishment of a Square Owners Committee is proposed. This committee acts as a coordinating body that regulates and facilitates collaboration and task distribution among all stakeholders, ultimately aiding in the effective management of squares.

For the model to be implemented by local authorities, a plan-do-check-act cycle must be operated under the leadership of top management. Based on the measured service quality results, improvement areas should be identified, and root causes must be analyzed. By eliminating these causes, service quality can be enhanced.

The recommended holistic approach assists in reviewing fundamental processes and defining roles within the processes. This encourages local authorities to collaborate more effectively. The model is applicable across various sectors and geographic regions. It can be considered a universal framework and utilized to enhance the quality of public services.

In conclusion, this service quality measurement model has the potential to aid local authorities in improving their services and meeting the expectations of the community. Continuous measurement and improvement are key, and this model serves as an effective tool toward this end.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);39-63
DOI: 10.17336/igusbd.1329590

ORIGINAL ARTICLE / ÖZGÜN ARAŞTIRMA

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Improvement of Sales Processes with Lean Six Sigma Methodology in The Automotive Industry

Otomotiv Sektöründe Yalın Altı Sigma Metodolojisi ile Satış Süreçlerinin İyileştirilmesi

[1]İlkay SARAÇOĞLU
[2]Kenan ÖZDEN
[3]Selin CANCA
[4]Elif ULUSOY

Abstract

Aim: In this study, the improvement of the sales processes of an automotive company with the Lean Six Sigma (LSS) management philosophy is included. The company, whose history in the automotive sector dates to the 1980s, has a wide product range that is at the top of this sector of Türkiye, which is based on intense competition. Within the scope of this study, improvements that will form the basis of digitalization in sales processes are aimed in line with the main purpose of maintaining and increasing customer satisfaction.

Method: The application was carried out with the DMAIC (Define-Measure-Analyze-Improve-Control) method to improve the processes that cause customer dissatisfaction and to create an integrated system by using LSS tools. Improvements were made in line with the purpose by applying the method step by step. Various surveys were conducted with customers, brainstorming activities were carried out with employees involved in sales processes, and process improvements were made by analyzing the data obtained from these activities.

Results: All stages of the sales processes were addressed using the LSS approach, and it was observed that the customer satisfaction rate, which was 88% before the study began, increased to 95% after the study.

Conclusion: In this study, the sales process of a company operating in Türkiye and selling prestigious automobiles is discussed. This review provides a clear view of how LSS projects can be implemented in the sales organization. It also contributes to the enrichment of literature to facilitate the LSS application.

Keywords

Lean Six Sigma, DMAIC, automotive sales processes, process improvement, customer satisfaction.

[1]PhD, Haliç University, Department of Industrial Engineering, Istanbul, Türkiye.
✉ ilkaysaracoglu@halic.edu.tr

[2]Prof., PhD, Istanbul Gelisim University, Department of Industrial Engineering, Istanbul, Türkiye.
✉ kozden@gelisim.edu.tr

[3]Graduated Ind. Eng., Istanbul Gelisim University, Department of Industrial Engineering, Istanbul, Türkiye.
✉ selincanca@hotmail.com

[4]Graduated Ind Eng, Istanbul Gelisim University, Department of Industrial Engineering, Istanbul, Türkiye.
✉ elif_ulsoy@hotmail.com

Geliş/Received: 21.07.2023
Kabul/Accepted: 12.11.2024

İlkay Saraçoğlu, Kenan Özden, Selin Canca, Elif Ulusoy, "Improvement of Sales Processes with Lean Six Sigma Methodology in The Automotive Industry", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 39-63.

Öz

Amaç: Bu çalışmada, bir otomotiv firmasının satış süreçlerinin Yalın Altı sigma (LSS) yönetim felsefesi ile iyileştirilmesi ele alınmıştır. Otomotiv sektöründeki geçmişi 1980'lere dayanan firma, bugün Türkiye'nin yoğun rekabete dayalı bu sektörde özellikle üst segmentte yer alan geniş bir ürün gamına sahiptir. Bu çalışma kapsamında, müşteri memnuniyetinin korunması ve artırılması amacı doğrultusunda, satış süreçlerinde dijitalleşmeye yönelik iyileştirmeler hedeflenmiştir.

Yöntem: Uygulama, müşteri memnuniyetsizliğine neden olan süreçlerin iyileştirilmesi ve bütünleşmiş bir sistem oluşturulması amacıyla LSS araçlarından DMAIC (Tanımlama, Ölçme, Analiz, İyileştirme ve Kontrol) yöntemi ile yürütülmüştür. Yöntem adım adım uygulanarak amaç doğrultusunda iyileştirmeler yapılmıştır. Bu çerçevede müşterilerle çeşitli anketler yapılmış, satış süreçlerinde yer alan çalışanlarla beyin fırtınası çalışmaları gerçekleştirilmiş ve bunların sonucunda elde edilen veriler değerlendirilerek süreç iyileştirmesine gidilmiştir.

Bulgular: Satış süreçlerinin tüm aşamaları LSS yaklaşımı ile ele alınmış ve çalışmaya başlamadan önce %88 olan müşteri memnuniyet oranının çalışma sonrasında %95'e çıktığı gözlemlenmiştir.

Sonuç: Bu çalışmada Türkiye'de faaliyet gösteren prestijli otomobil satışı gerçekleştiren bir firmanın satış süreci ele alınmıştır. Bu inceleme, satış organizasyonunda LSS projelerinin nasıl uygulanabileceği hakkında net bir görüş sunmaktadır. Çalışma, LSS uygulamasını kolaylaştırmak için literatürün zenginleşmesine de katkı sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler

Yalın Altı Sigma, DMAIC, otomotiv satış süreçleri, süreç iyileştirme, müşteri memnuniyeti

Introduction

Under the conditions of increasing competition with globalization, companies have to fulfill their products and service offerings in the desired quality and in a sustainable way (Lizarelli and Alliprandini, 2020). Providing quality and sustainable products and/or services means creating leaner companies that are highly competitive and more profitable, with satisfied customers. The philosophy of continuous improvement (CI) contributes to higher quality, operational efficiency and improved performance by reducing waste and product variability in processes (Assarlind *et al.*, 2012; Thomas *et al.*, 2009). Therefore, the concept of CI implemented with the lean six sigma (LSS) approach gained popularity in the 2000s (Timans *et al.*, 2012). LSS methodology is a way to implement CI faster in an organization (Albliwi *et al.*, 2015). Both Lean and six sigma have their roots back in the 1980s, when pressures on quality and speed in production. In 1987, Six Sigma approach was developed by Motorola with the addition of statistics along with total quality management (Aboelmaged, 2010). Interest in Six Sigma grew rapidly after General Electric recognized Six Sigma as its leading quality improvement program (Eckes, 2000; Henderson and Evans, 2000). Lean production and lean thinking concepts, which came to the fore in the book "The Machine That Changed the World" written by James P. Womack, inspired by the Toyota Production System in the 1990s; known with Motorola and General Electric, the concept of 6 Sigma came together in the 2000s and revealed the most talked about "Lean Six Sigma" approach of recent times (Albliwi *et al.*, 2015; Womack *et al.*, 1990).

LSS is an integrated method that comes from combining Lean and Six Sigma principles. Lean emerged as a method for optimizing automotive production. Six Sigma developed as a quality initiative to eliminate defects by reducing process variability in the semiconductor industry. The earliest service applications of Lean and Six Sigma are emerged in the service support functions of production organizations such as GE Capital, Caterpillar Finance, ITT, Lockheed Martin, etc. (George, 2003a). Six sigma is closely linked to eliminating defects and variations in quality, while Lean is linked to speed, efficiency and elimination of waste. Lean aims to speed up any process by reducing all forms of waste (Gijo and Antony, 2019).

In 1987, Six Sigma approach was developed by Motorola with the addition of statistics along with total quality management (Aboelmaged, 2010). Sigma (σ) is a letter from the ancient Greek alphabet,

but it denotes the standard deviation, which is a measure of variability in statistics. Similarly, sigma is a parameter that expresses the standard deviation of the normal distribution in relation to the population (Singh and Rathi, 2019). The main factors that cause variability in businesses can be counted as suppliers, inputs, processes and environmental effects. Our aim is to reduce variability as much as possible by working on the factors we have mentioned and to ensure stability in businesses. Ensuring stability is possible by measuring the variability and focusing on the solutions of the mistakes and flaws in the processes that create it. Six sigma, which aims to completely eliminate errors by solving problems in businesses, is a proven project management approach created to design quality new products and processes. Six sigma is a statistical measurement of process capability, which means worldwide quality and aims for a long-term error rate of 3.4 parts per million (Behara *et al.*, 1995; Vendrame Takao *et al.*, 2017). This approach ensures that quality improvements are prioritized by working with a customer focus. The concept of "sigma" in the Six Sigma expression is used as a measure of change in statistics. When this variability is kept under control, zero error can be achieved in the processes. It increases the efficiency and effectiveness of the processes by reducing the costs of waste and poor quality in the processes. Six sigma improves the process rather than the product (Chen and Lyu, 2009; Gupta *et al.*, 2020).

Customers give importance to speed, quality and price criteria in product or service. Especially with the widespread use of the internet in the 2000s, companies need to shorten the cycle times of their products or services, reduce error rates, and reduce costs in order to meet these expectations (Aboelmaged, 2010). Many aspects of the job, such as customer service, product or service delivery, product quality, affect satisfaction. Therefore, customer satisfaction is not a one-stage process, but a multi-stage process (Singh and Rathi, 2019). The Six Sigma approach was first applied in the field of production, but later spread to other functional areas such as marketing, sales, engineering and supply chain. The supply chain is a process that starts with the formation of demand (Wei *et al.*, 2010). Marketing activities and sales activities, which are directly communicated with the customer, are among the important factors in the formation of the demand. The six sigma approach is also of great importance for marketing studies (Das *et al.*, 2006). There are many books and journals written on six sigma in the literature, and important publications that have been written in recent years and that have received many references are also striking (Antony, 2006; George, 2003b; Noake, 2002; Poormoaied and Atan, 2020; Pyzdek, 2002; Shokri, 2017; Singh and Rathi, 2019).

The LSS approach has been widely used by many businesses in the service sector, especially in the industry. In this article, the sales and marketing processes of a company, which is one of the most prestigious automobile manufacturers in the world, in Türkiye are discussed. The aim of the study is to maintain and increase customer satisfaction by applying LSS methodology in the processes carried out in automotive sales and marketing, and to realize improvements in digitalization in sales processes.

The sections of this study are organized as follows: In Section 2, a literature review on the use of LSS methodology in service systems is included. In the third section, the LSS methodology is defined. In Section 4, a case study is included. Finally, comments and suggestions for future work are given.

Literature Review

Organizations are continually challenged by the need to attract and retain customers, putting their revenue and profitability at potential risk. To mitigate this risk, enhancing customer satisfaction and overall customer value by optimizing sales and marketing strategies is essential (Ganatra et al., 2022). The concept of process efficiency as a driver of customer satisfaction is well-documented. According to Deming's theory, continuous improvement in processes leads to fewer defects and higher quality, which directly impacts customer satisfaction (Deming, 1986). Additionally, in the context of Lean Six Sigma, process improvement initiatives focus on reducing waste and variability, which enhances the overall customer experience (George, 2003b). Studies have shown that continuous improvement efforts, such as Total Quality Management (TQM) and Lean, are essential for enhancing product and service quality, which in turn increases customer satisfaction (Dale, 1999). For instance, a study by Zu *et al.* (2008) found that Six Sigma practices significantly improve quality outcomes, which are strongly

correlated with higher customer satisfaction. Continuous improvement methodologies emphasize the importance of customer feedback in refining processes. For example, the Plan-Do-Check-Act (PDCA) cycle encourages organizations to adjust their processes based on customer input, leading to better alignment with customer expectations and increased satisfaction (Imai, 1986). Porter (1985) discusses how firms that excel in both customer satisfaction and continuous improvement can achieve a sustainable competitive advantage. This advantage is built on the ability to consistently deliver high-quality products and services that meet customer needs. A study by Prajogo and Sohal (2006) highlights the role of continuous improvement in fostering innovation and adaptability. They argue that a strong focus on process improvement not only enhances customer satisfaction but also drives organizational innovation, allowing firms to better respond to market changes. The DMAIC methodology in LSS is designed to improve processes and outcomes in a way that directly impacts customer satisfaction. Research by Antony *et al.* (2007) shows that organizations using LSS see significant improvements in process efficiency and customer satisfaction, reinforcing the importance of continuous improvement.

Six Sigma is particularly effective in supporting these efforts, as it focuses on identifying problems, improving processes, and prioritizing customer-centric solutions. By leveraging LSS in the reengineering of sales and marketing operations, organizations can boost customer satisfaction through increased speed, quality, and efficiency of their services (Madhani, 2017). Wang *et al.* (2016) highlights the critical role of service quality in traditional markets, an aspect often overlooked by many practitioners who may not have recognized that enhancing service can lead to increased product sales. The research establishes a vital connection between customer service and traditional market management, emphasizing that service quality, customer satisfaction, and customer equity are essential factors for boosting marketing performance in these markets.

Lean six sigma is a methodology that has been widely used in the production and service sector and carries the philosophy of continuous improvement. After the 2000s, there are many research articles and literature review studies written on this subject. LSS methodology can be applied in almost all sectors and all processes, from telecommunications, defense industry, production, finance, to the health sector (Panayiotou and Stergiou, 2021). As a recent literature review on the manufacturing sector Shokri *et al.* (2021) are found. Although Six Sigma has been successfully applied in many manufacturing industries, significant attention has been paid to Six Sigma in the service industry in recent years (Bhat *et al.*, 2014; Pakdil *et al.*, 2020).

Since this study covers the improvement of processes by applying LSS methodology in service systems, a literature review is mainly focused on the applications of LSS methodology in service systems. Antony (2006) gave information about how the Six sigma approach was applied in service systems and presented examples from companies that applied this approach. He noted that many service organizations have observed significant benefits through the application of key tools of six sigma (e.g. Pareto analysis, root cause analysis or cause-effect analysis, process mapping or process flowchart, etc.). Delgado *et al.* (2010) have implemented LSS to provide excellent service in the financial sector. Gijo and Antony (2019) did a real-world case study of how the LSS DMAIC methodology helps reduce complaint resolution time.

It is seen that one of the most used areas of LSS application in the Service sector is the Telecom sector. In the telecom sector, they used LSS methodology in order to shorten the order fulfillment times (Shamsuzzaman *et al.*, 2018). Madhani (2017) emphasized that Six Sigma implementation brought a valuable process discipline and performance measurement to sales and marketing activities. It provides various tools and frameworks for the successful deployment of Six Sigma in sales and marketing and highlights the importance of promoting Six Sigma in sales and marketing. Madhani (2020) applied the LSS methodology to achieve performance optimization in their retail operations.

There is an important literature review study, which is one of the latest studies and includes LSS applications in European organizations (Panayiotou and Stergiou, 2021). In this study, the summaries of the articles based on country and sector, and the tools used in the studies are included. The study covers the period from 2008 to mid-2019. In the review covering the years 1992 to 2013, while the number of studies in the manufacturing sector is higher, it is seen that the service sector is equal to

the production sector in the studies conducted after 2008 (Shokri, 2017). It is seen that the most work in the service sector is in the field of healthcare, followed by finance. Shokri (2017) in his study, he found that the most publications on LSS methodology worldwide were from USA and UK countries. In Panayiotou and Stergiou's (2021) study, only European countries were looked at and it was seen that the UK and the Netherlands had the most studies. As a study from Türkiye, the study of Sagnak and Kazancoglu (2016) is included. The studies can be found as studies conducted in Türkiye since 2017 using the LSS methodology (Dursun *et al.*, 2020; Inal *et al.*, 2018).

There are also studies on increasing the production quality by using the LSS approach in LSS Automotive companies. Singh and Rathi (2019) scanned the studies on LSS between 2000-2018. They showed that 14% of these studies are related to improving the assembly line in the automotive industry. For example, Chen et al. (2005), in an automotive industry in Taiwan, they used the six-sigma method to increase customer satisfaction and showed that design, manufacturing and service quality should be increased in order to increase customer satisfaction in their studies. However, while the application of LSS in production and manufacturing processes is well-documented, there is a notable gap in its application within sales and marketing organizations. Despite the critical role that sales and marketing play in driving revenue and customer engagement, comprehensive studies exploring the use of LSS to streamline these processes and eliminate inefficiencies are scarce. This lack of research represents a significant gap in the existing literature, particularly given the potential for LSS to enhance operational efficiency, reduce waste, and ultimately increase customer satisfaction in these functions (Antony, 2006; Chen *et al.*, 2005; Singh and Rathi, 2019).

This study aims to address this gap by applying LSS methodology to sales and marketing processes, offering valuable insights into how organizations can leverage LSS to optimize these critical areas. By focusing on the underexplored application of LSS in sales and marketing, this research contributes to the broader understanding of how LSS can be effectively used beyond traditional production environments, providing a framework for organizations to enhance their marketing performance and customer value through systematic process improvement.

Methodology

Objectives of the Case Study

In this study, efforts to improve the sales processes of an automotive company with Six sigma management philosophy are included. The company, whose history in the automotive sector dates back to the 1980s, has a wide range of products, especially in the upper tab, in this intensely competitive sector of Türkiye today. Responsible for both sales and marketing activities and strategies, he manages four brands to create maximum brand value and achieve commercial success. The company makes use of the latest developments in technology and all the possibilities of human resources to provide the highest customer satisfaction. Due to this approach, its authorized dealers and services have gained a reputation as one of the organizations that provide the best sales and after-sales services in the Turkish automotive industry. Highly qualified authorized dealers and authorized services are one of the main factors of the company's success.

Within the scope of this study, it is aimed to make improvements in sales processes to form a basis for digitalization in line with the main purpose of maintaining and increasing customer satisfaction. In this context, various surveys were conducted with customers, brainstorming activities were carried out with employees involved in sales processes, and process improvement was made by evaluating the data obtained as a result of these. The application was carried out using the DMAIC (Define, Measure, Analyze, Improve and Control) method in order to improve the processes that cause customer dissatisfaction and to create an integrated system using LSS tools. Improvements were made in line with the purpose by applying the method step by step.

Lean Six Sigma Methodology

LSS is a management style that aims to meet customer demands with high quality and error-free processes, process excellence and reduce the number of errors, and is a cultural change involving everyone in the organization (George, 2003b). Six Sigma is basically an approach that analyzes the

root causes of business problems, finds solutions to them, and increases employee performance with the solutions found. With this approach, business outputs and market requirements are directly related. Therefore, the purpose of Six Sigma is to increase customer satisfaction and business performance. For this purpose, what needs to be done is to identify and implement changes that will positively affect customer satisfaction and business performance within the system and processes. However, these changes should be based on research, data, and knowledge. Undoubtedly, all these processes must be done using scientific methods. There are certain principles that must be followed in order to apply the six-sigma methodology correctly. These are "customer and process oriented", "data-driven and proactive management", "unlimited collaboration", "aiming for excellence" and "tolerance for failure". In organizations where Six-Sigma is applied, the "Define, Measure, Analyze, Improve and Control" (DMAIC - Define-Measure-Analyze-Improve-Control) model is used. DMAIC is a structured problem-solving methodology widely used in business. The DMAIC techniques are the most significant part of the Six-Sigma approach for enhancing sales performance (Pyzdek, 2002; Voehl *et al.*, 2013). The stages of DMAIC are shown in Figure 1 and explained shortly below.

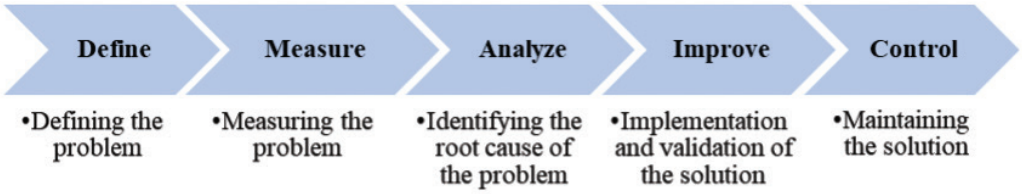


Figure 1. Phase of the DMAIC

1. **Define:** The identification phase is crucial to getting started right. In the definition phase, the project team is formed, customers and their needs and expectations are identified and validated, and finally a high-level map of the current process is created.
2. **Measure:** The main purpose in the measurement phase is to collect data about the scope of the project and to measure the problem with these data. At this stage, various tools such as histogram, Pareto chart, ANOVA analysis and process sigma are used for measurement. By measuring the effectiveness of the current situation, it is determined which data can be obtained from which sources. Since it is impossible to control without measurement, the measurement phase is very important in data collection. The three main tasks at this stage are: 1. Creating a detailed process map, 2. Gathering baseline data, and 3. Summarizing the data and providing a basis for analysis. For the data collection process, it is undoubtedly important to determine the data types and their expansion.
3. **Analyze:** Statistical studies of the problem are carried out in the analysis phase. The definition phase identifies the problem, the measurement phase compiles the data and uses it to measure performance. The focus of this phase is to identify and resolve the root cause or causes of the problem. The analysis and evaluation phase of the data helps to reveal the current state of the business.
4. **Improve:** The recovery phase is the final planning phase to achieve results successfully. The reasons for the variability of all the factors that affect the efficiency of the processes, their interactions with each other and the effect levels on the processes are revealed. This stage ensures that the things that need to be done for the business to reach the determined goal are revealed and put into effect.
5. **Control:** The purpose of the control phase is to evaluate the improvement plan implemented and the results obtained from the implementation, and to reveal what needs to be done to maintain and increase the gains achieved. To ensure that improvement is achieved, the accuracy of the measurement system is verified, and the process capability is reassessed. The main purpose is to ensure that the improvements are permanent and continuous at the six-sigma level. In addition, at this stage, the documentation of the new process is made for the success to be permanent. Furthermore, additional potential solutions are generated for future work.

Tools used in six-sigma projects; Voice of the Customer (VOC), Affinity diagrams, process maps, SIPOC (Supplier, Input, Process, Output and Customer) diagrams, brainstorming, Pareto analysis, cause and effect diagram, histogram, Gage R&R measurement analysis, hypothesis testing and analysis of variance (ANOVA), Design of Experiments (DOE), regression analysis, benchmarking, Failure Modes and Effects Analysis-FMEA (Madhani, 2017).

Case Study

The application was carried out with the DMAIC method to improve the processes that cause customer dissatisfaction and to create an integrated system using LSS methodology. It is aimed to make the right improvements by applying the method step by step.

Defining Phase: Project, Purpose and Goals, Team, and Method

In the definition phase, first the project statement was published, and the project was summarized in general terms. The sales process to be improved was detailed with the process map to ensure that all team members had a solid knowledge of the process. The task distribution of the people involved in the study was made over the current sales processes. After the decision to build the project, the "project statement" was created. In this statement, there are reasons for implementation, project goals and achievements, scope, limitations and assumptions, team members and time schedule. This prepared paper is a document that guides the process of the project. According to the project statement, the project process was planned as 6 months in total. The main goal is to increase customer satisfaction by improving sales processes and to improve processes to become more effective and efficient. For this purpose, it is aimed to determine the processes that will form the basis of digitalization and make necessary improvements. Team members are required to devote an average of 20% of their working time to this project. It is aimed to ensure project follow-up by organizing weekly 3-hour meetings. The project will be monitored regularly, and presentations will be made to the senior management. The time required for the senior management to monitor the project is determined as 10% of the working time. In line with these purposes, we can list the goals to be achieved as follows:

1. Creating a customer-centered sales process,
2. To simplify the sales processes by finding and eliminating the steps that do not add value to the customer,
3. Establishing a basis for digitizing the system by adapting to technology and eliminating waste of time and material in the system,
4. Developing stable and predictable processes,
5. To make production and non-production business processes measurable, analyzable, developable, and controllable,
6. Increasing the efficiency of the process,
7. To create an integrated system,
8. To provide quick and easy feedback from the improved system,
9. To ensure permanent development.

The company sells various vehicle brands. Employees work in these various brands. There are equal numbers of people from almost every brand in the team of this project. There are nine black and green belt employees, five sponsors, one project owner, one advisor academician and two trainee green belts in the team. The fact that the members of the team are responsible for different brands is very useful for better analyzing the process. Since the sales process is a wide process, the team must correctly distribute the tasks at the beginning of the project. This distribution is also very valuable in terms of carrying out the work to be done on the project more easily. Therefore, the process steps were divided into team members and task distribution was made.

First, the sales process to be improved is detailed with the process map to ensure that all team members have a solid knowledge of the process. The sub-processes and decision steps that the

customer goes through from the beginning to the end of the process are determined in detail and shown on the process flow diagram. The input, output, customer, and supplier relations of the process are given in the SIPOC diagram. Value-added and non-value-added steps of the process were determined by performing value-added analysis and shown on the process flow diagram.

Sales Process Mapping

The sales process starts with the customer's entry into the business and continues until the after-sales negotiations after the sale is made. Many sub-process sales processes need to be examined in more detail. Therefore, the process was divided into steps and the process map was created as in Figure 2.



Figure 2. Stages of the automotive sales process

The steps of the process map are explained below.

1. **Security Entry and Guidance to the Parking Area:** When the customer arrives at the company, he first enters through the security and is directed to the parking area if he has a vehicle.
2. **Showroom and Cafe:** The customer, who is taken to the showroom / exhibition hall where the vehicles are displayed at the entrance of the building, can examine the vehicles in detail in this area. In cases where the customer has to wait, there is also the opportunity to spend time in the cafe located just behind the showroom.
3. **Customer Registration, Referral to the Related Person, Vehicle Introduction**: When the customer wants to meet with the sales consultant, he/she first comes to the information desk at the entrance of the building and opens the registration. It is transferred to the sales consultant according to the vehicle model he is interested in. The sales consultant introduces the vehicle to the customer and helps by answering the customer's questions.
4. **Test Drive:** In cases where the customer wants to try the vehicle before purchasing the vehicle he is interested in; a test drive is made. Customers with a driving license for at least 2 years can drive the vehicle themselves, while customers with less than 2 years or no license can take the test with the people assigned for the test drive. After completing certain documents for driving, a test drive can be made. The test drive is held in certain areas around the firm. This step is very important for the customer to be directed to purchase the vehicle.
5. **Expertise:** When customers want to buy second-hand vehicles or exchange their existing vehicles, the vehicles must be examined by an expert. This examination is called an appraisal. The appraisal helps put the customer in a more informed position to negotiate by looking

at the various features of the vehicle. In these evaluation processes, many points such as the vehicle's mileage, past maintenance, and physical damage should be examined in detail. When this process is completed, a written review and a presentation on the subject are made to the customer.

6. **Price Offer:** Each vehicle has a specific price. In some cases, the company can offer the customer a price for the vehicle to be purchased. The customer and the seller try to reach an agreement on a certain price. In this case, the sales consultant can offer a special offer to the customer and provide a discount at certain rates. In some cases, an offer is created by providing a certain price reduction based on the appraisal report of the vehicle that the customer wants to exchange.
7. **Referral to Different Brands:** The sales consultant can direct to distinct brands within the company in cases where the customer will give up buying the brand vehicle that he/she has specified, or when he/she thinks that a different brand vehicle is more suitable for the customer due to factors such as price and comfort. Thus, loss of sales is prevented.
8. **Gift Approval Process:** While purchasing the vehicle, some customers ask the sales consultant for gifts such as key chains and mats. In these cases, consultants are required to obtain approval for the gift.
9. **Additional Sales Processes:** If the vehicle is not included in the vehicle equipment after the sale, various accessories such as vehicle mirror cover, mat, carrier bars, material box are also sold. These sales constitute additional sales.
10. **Internal Process:** Employees involved in the sales process have various internal processes such as preparing documents, entering information into the system, issuing license plates, and issuing invoices.
11. **Shipment:** After the customer purchases the vehicle, the vehicle is shipped to the branch within a few days. This shipment is made through the supplier institution that the company has agreed with.
12. **Vehicle Preparation:** After the vehicle arrives at the branch, it is cleaned at a place called a car hairdresser, the desired accessories are attached, and it is ready for customer delivery.
13. **Delivery Time:** The customer comes to the company according to the appointment created to receive his vehicle. The sales consultant who sells the vehicle meets the customer and deals with the customer until the vehicle promotion specialist is available. At the appropriate time, the consultant directs the customer to the vehicle promotion specialist. After the customer signs a few documents, he goes to the demonstration area. Here, the promotion specialist is responsible for explaining every function of the vehicle to the customer. After explaining all the features of the vehicle, if there are products given as gifts, they put them in the vehicle and deliver them to the customer.
14. **Exit from Security:** Customer exits from security after picking up his vehicle.
15. **Calls / Online Channels:** Sales consultants can create sales opportunities by calling the customers in the records in the system, who are able to sell, and informing them about the vehicles.

SIPOC Analysis

SIPOC diagram was made in order to see the process better during the definition phase. SIPOC is a tool that summarizes the inputs and outputs of one or more transactions in tabular form. In the SIPOC diagram, the initial boundary is the customer's entry from the security and the end boundary is the customer's exit from the security. In the process map, the flow followed from the arrival of the customer to the exit is shown. The SIPOC diagram defines the suppliers, inputs, outputs and customers of the system during this process (Figure 3).

Process Flow Chart and Value-Added Analysis

A process flow diagram is a picture of the sequential ordering of the individual steps of a process. A process flow diagram has been made in order to better examine the sales process from the

customer's entry to security and exit, as well as calls and online channels. The Calls sub-process includes telemarketing calls to the customer before sales or satisfaction calls made after sales. Online channels cover all activities and survey processes of the customer on the website of the business. In this diagram given in Figure 4, it is possible to see the roadmap and decision steps of customers in each sub-process.

For example, the path followed in the sub-processes may change depending on whether the customer comes to the company with his own vehicle, whether he wants a test drive, whether he is considering a trade or whether the sold vehicle is in the company's stock. Each step was examined on the process flow diagram, and it was determined whether it provided added value to the process. Value-added tasks are the operations involved in altering the nature or shape of a product or service to precisely meet the needs of the consumer. The steps in the process are defined as VA (Value-Added) if they are seen as valuable in the eyes of the customer, and NVA (Not Value-Added) if they are seen as worthless.

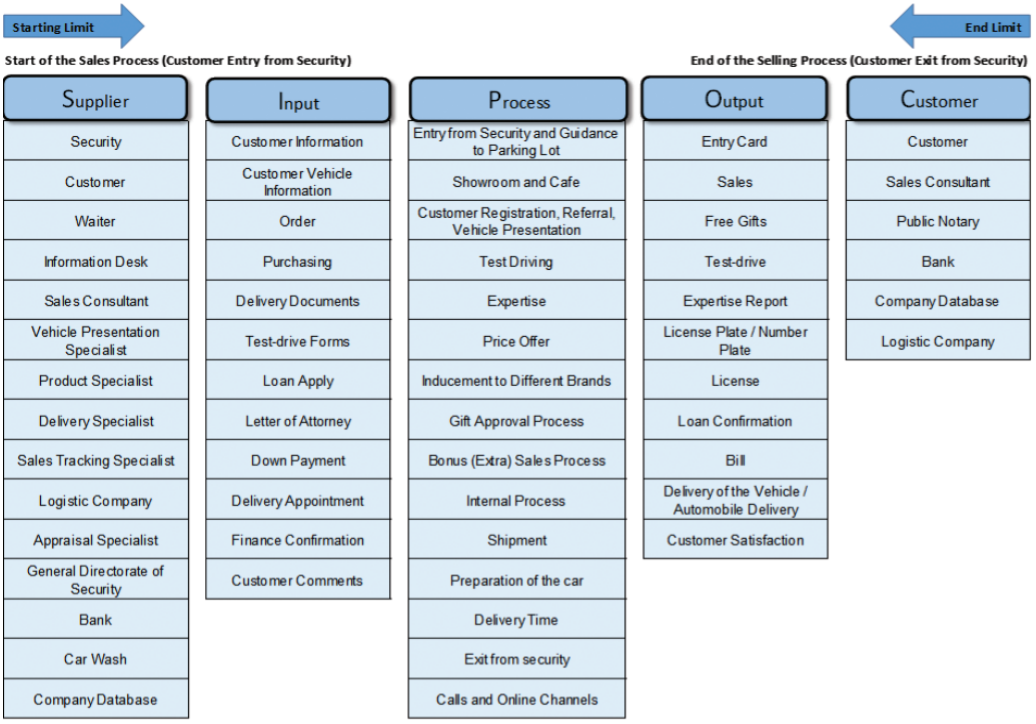


Figure 3. SIPOC model of automotive sales process

Lean Operation principles classify activities as value-added and non-value-added activities. The focus of these principles is the elimination of all non-value-added activities. There are seven forms of non-value added (or waste): overproduction waste, inventory waste, defect waste, movement waste, transaction waste, waiting waste, and transportation waste.

This flowchart will help to understand the complexity of the process and identify value-added (VA) and non-value added (NVA) activities. All steps in the process were explored to determine which added value or didn't. After examining all these details, the team identified and listed NVA activities. The decision on these NVAs was made by the team in consultation with the project champion and clients of the process. As a result of these NVAs, the process is delayed, and the timely closure of the complaint is affected. Therefore, the team decided to plan actions to study these NVAs during the refinement phase of the study. These actions can be to eliminate or minimize the impact of these NVAs affecting resolution time.

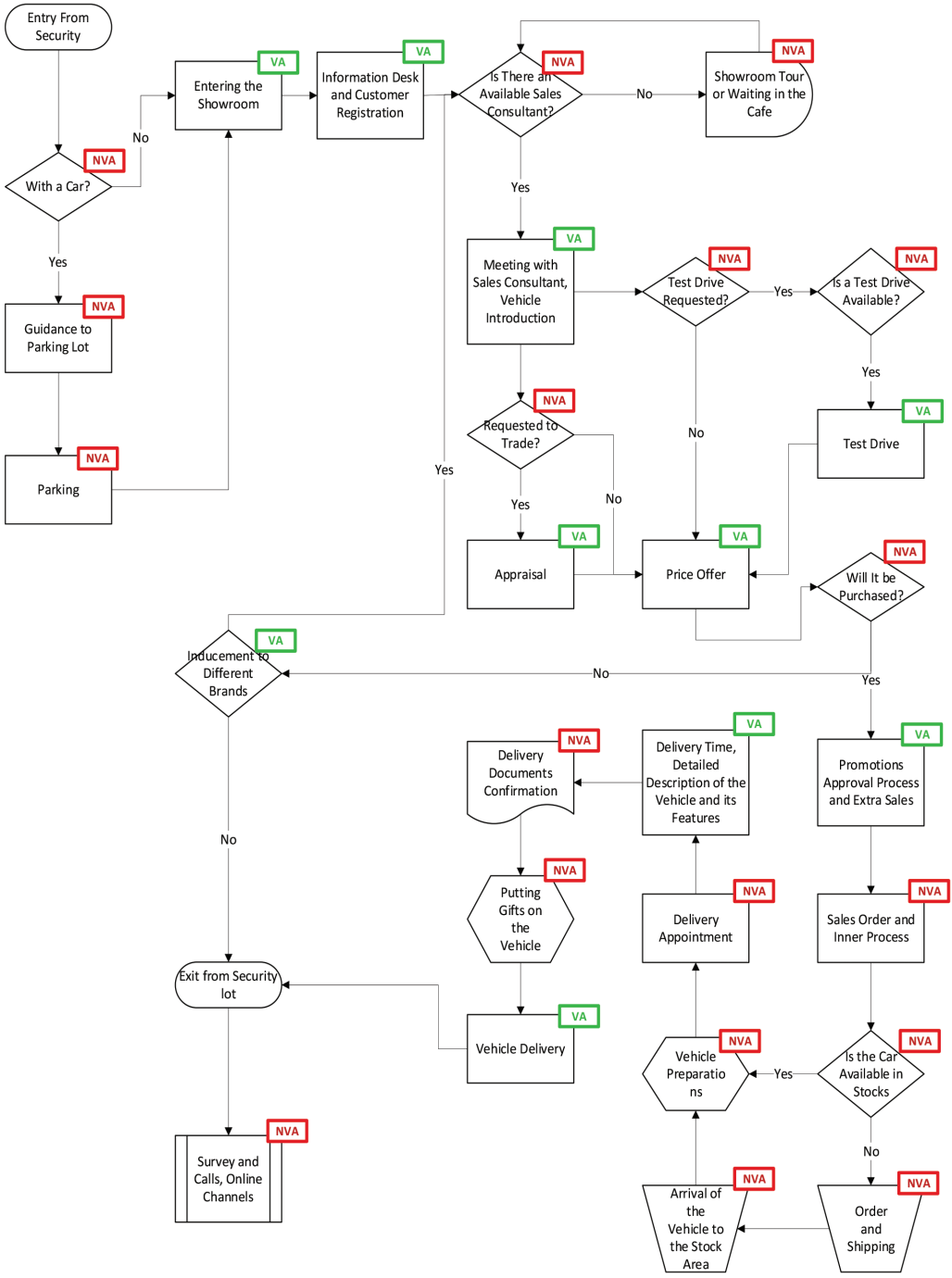


Figure 4. Process flow map

Measurement and Analysis Phases

After the defining process, it is necessary to collect and analyze data about the scope of the project. This stage is very important in terms of focusing on the right data. In this framework, firstly, the "Voice of the Customer" (VOC) was determined and analyzed according to the surveys made with the customers. Then, the data obtained as a result of the "lost sales comments" and the satisfaction surveys made immediately after the sale were analyzed. In addition, as a result of the brainstorming studies with the employees, the sound of the process and the troublesome processes were surveyed, and the process was analyzed from the eyes of the employees.

Voice of the Customer (VOC) Analysis

After a while, a survey is conducted with the customers to whom sales are made, using communication channels such as telephone and e-mail. In this survey, 20 questions were asked about the possibility of recommending the company regarding the sales process, how they were received, their ideas about the showroom appearance, their test drive experiences, the financial offer process, their satisfaction with the requests, and their satisfaction with the after-sales support. Customers answered these questions with their reasons.

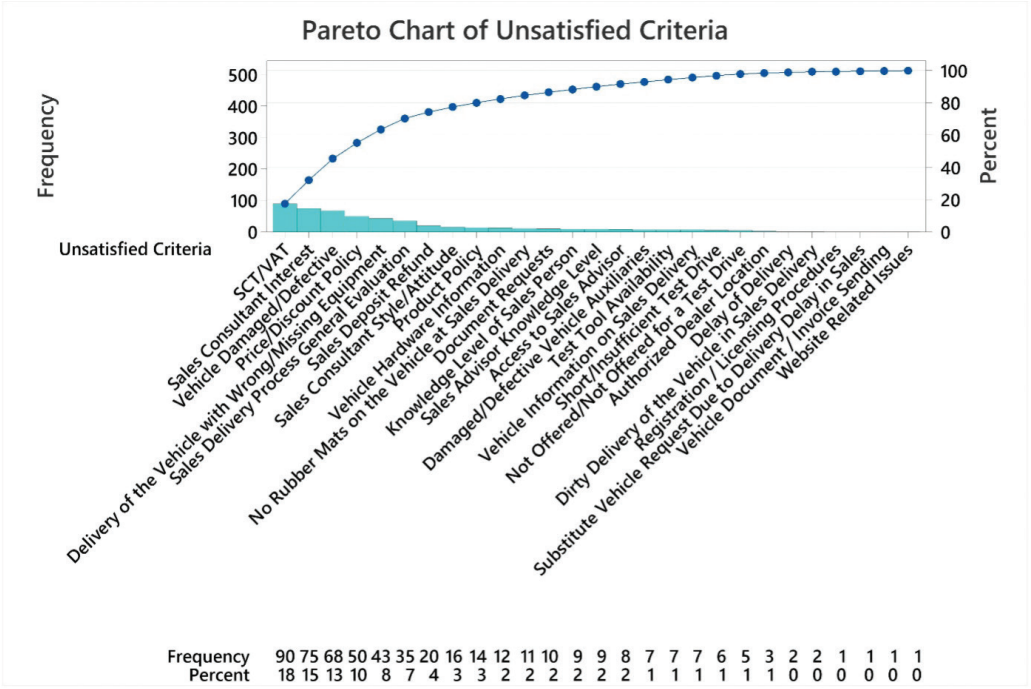


Figure 5. Pareto chart for VOC

Evaluation was made considering the last 400 surveys made with customers. In this study, which was conducted to determine the reasons for dissatisfaction, the answers given by the customers to the questions were grouped with the help of a close similarity diagram. The data was divided into 27 different reason groups in total, facilitating the analysis. Based on the repetitions of the reasons, the analysis of the sales cases VOC questionnaire was made with the Pareto Diagram tool given in Figure 5 in Minitab statistical software.

According to the Pareto diagram, 80% of the results are due to 20% of the causes. For this reason, the reasons to the left of the 80 line constitute the most important dissatisfaction factors. According to the graphic, the most important factors causing customer dissatisfaction are SCT / VAT Taxes, Sales Consultant Interest/Relevance, Damaged / Defective Vehicle, Price / Discount Policy, Delivery of the Vehicle with Wrong / Missing Equipment, General Evaluation of the Sales Delivery Process, Sales Deposit Refund, Sales Consultant Style / Attitude and Product Policy. It is clear that the company should prioritize these causes and develop solutions for them. Undoubtedly, for 80% of the causes that have 20% results but have very low frequencies, solutions should be found later on.

Lost Sales Analysis

Lost sale is the name given to the situations where the customer does not make the purchase and gives up on purchasing the product. The sales consultant enters the customer's reason for giving up in the system when the customer he is interested in gives up on purchasing the product. The 9-month lost sales data of 2019 has been examined. A total of 12 628 data were divided into 14 common cause groups using the close grouping technique. The analysis of lost sales reasons based on the repetitions of the reasons was made with the Pareto Diagram tool given in Figure 6 in Minitab software.

According to the Pareto diagram, the reasons to the left of the 80% line constitute the most important group of lost sales reasons. Accordingly, the most important causes of lost sales cases emerged as Price, Arbitrary Reasons, Unstable Markets and Product (Hardware Level). It is clear that the company should prioritize these causes and develop solutions for them. Undoubtedly, for 80% of the causes that have 20% results but have very low frequencies, solutions should be found later on.

Net Promoter Score (NPS) Analysis

It is the analysis made with the information obtained as a result of the surveys or calls made to get the satisfaction, opinions, and suggestions of the customers about the product and sales service immediately after the sale. These analyzes are called NPS results analysis. This application asks the customer "Would you recommend the product or service to your friends?" and "why?" It is done to get answers by asking questions. In this way, if there is dissatisfaction in the eyes of the customer, it is ensured that he does not express it directly but indirectly as a recommendation. Negative comments in the NPS results made between January and July 2019 were divided into 14 common reasons (criteria) by close grouping technique. NPS analysis was carried out using the Pareto Diagram tool given in Figure 7, based on the number of repetitions of the causes.

According to the Pareto diagram, the reasons to the left of the cumulative 80% line are the most important reasons for dissatisfaction. Accordingly, based on the NPS comments, the most important reasons leading to dissatisfaction are Pricing and Discount, Product Quality, Product Design, Price Quotation, and the Attitude and Behavior of the Sales Consultant, respectively. It is clear that the company should prioritize these causes and develop solutions for them. Undoubtedly, it is necessary to search for solutions in time for the causes that have 20% results but have relatively low frequencies.

Secret Customer Analysis

In order to experience the sales process from the perspective of the customer, the company was visited as a secret customer. In order to measure the steps that create dissatisfaction in the sales process, measurements were made by going to 2 different brands at different times. In the observations made, each stage in the sales process from the security at the entrance to the exit was examined in detail. In this process, various criteria such as the interest and relevance of the employees, product knowledge, sales performance, service evaluation, environment and space arrangement were examined.

In the first observation, brand A was chosen, and the sales process was generally positive. In another observation, the measurement was made by going to the B brand. The interest and relevance of the sales consultant in the secret customer experience of the B brand was found to be insufficient. In the third observation, brand B was used again. Since the vehicle for which information was requested was not available, no information was given, and when information was requested about another vehicle, no attention was paid. In the third observation, the interest of the consultant was found to be insufficient. In the three-secret customer analyzes, it was concluded that employees of brand A are more interested in customers, while employees of brand B see customers as sales-oriented.

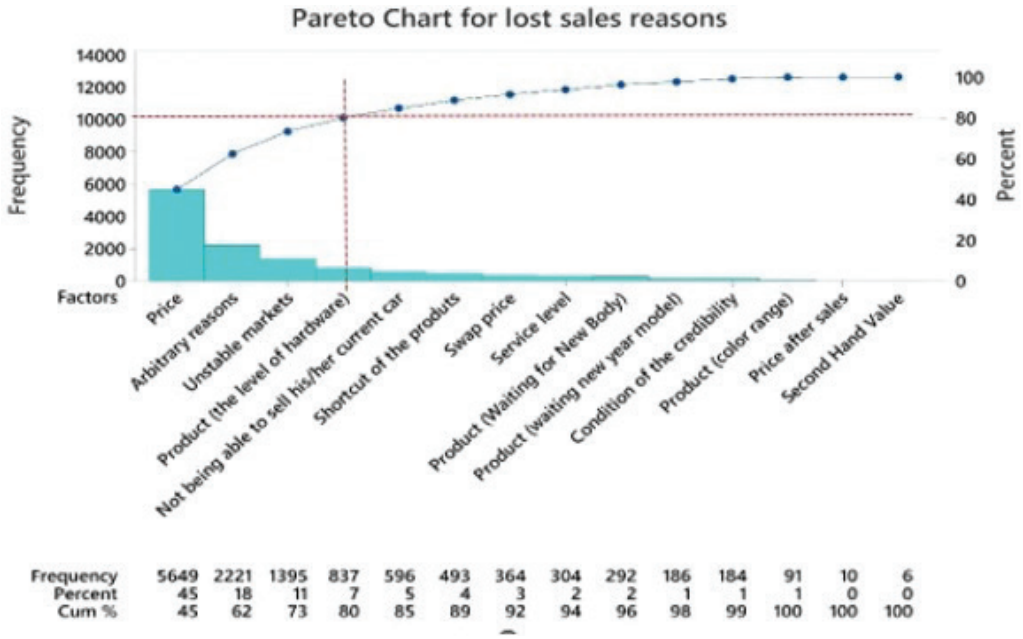


Figure 6. Pareto chart for the lost sales reasons

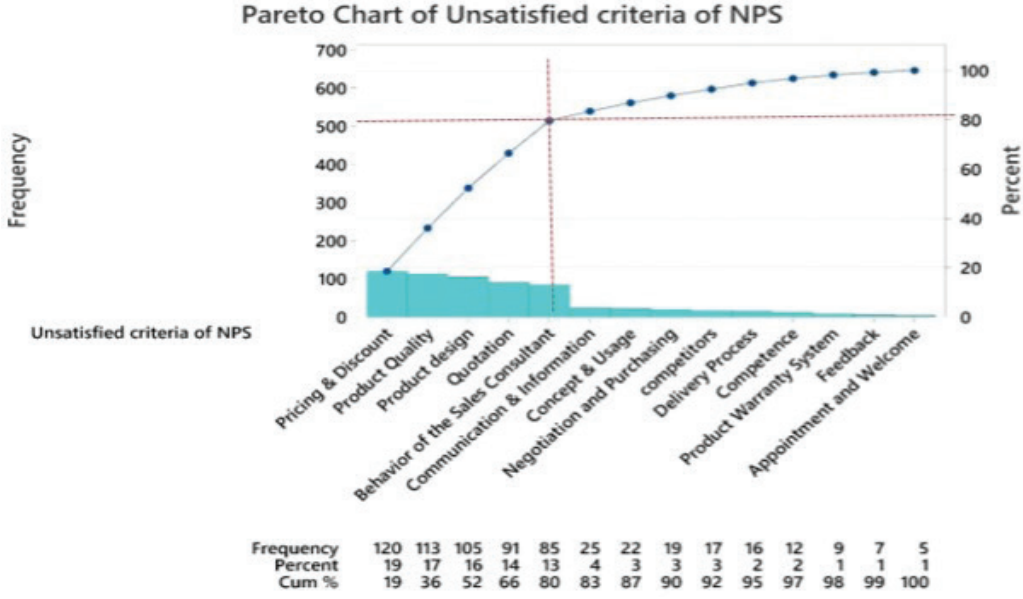


Figure 7. Pareto chart of unsatisfied NPS results

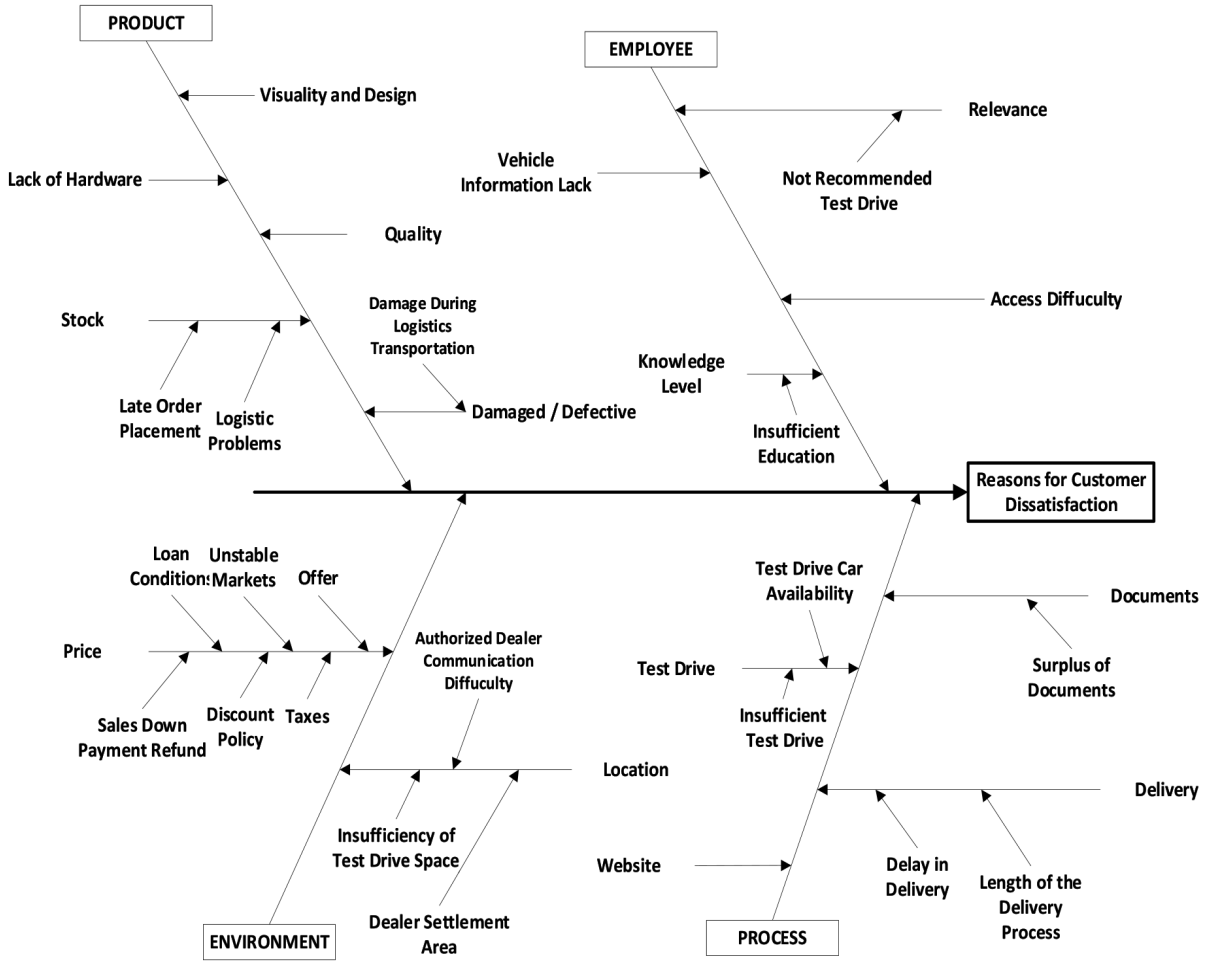


Figure 8. Cause and effect diagram for unsatisfied customer

Cause and Effect Analysis

A fishbone study was conducted to find possible root causes of customer dissatisfaction. As a result of various measurements made while creating the fish bone, the reasons leading to dissatisfaction were gathered under 4 main headings. These; Product, Employee, Environment and Process. The details of possible root causes for these 4 groups of causes are given in the fishbone diagram in Figure 8 with dark horizontal lines and texts on it.

Brainstorming Techniques

Project measurements and analyzes continued with brainstorming studies carried out in various branches of the company. 18 people took part in the brainstorming in the A branch. 9 sales consultants, 3 sales follow-up specialists, 2 sales customer representatives, 1 product consultant, 1 product promotion specialist, 1 delivery specialist and 1 customer activation unit manager participated in the study. In order to obtain accurate data, it is of great importance that the participants are selected as people from different positions of the company.

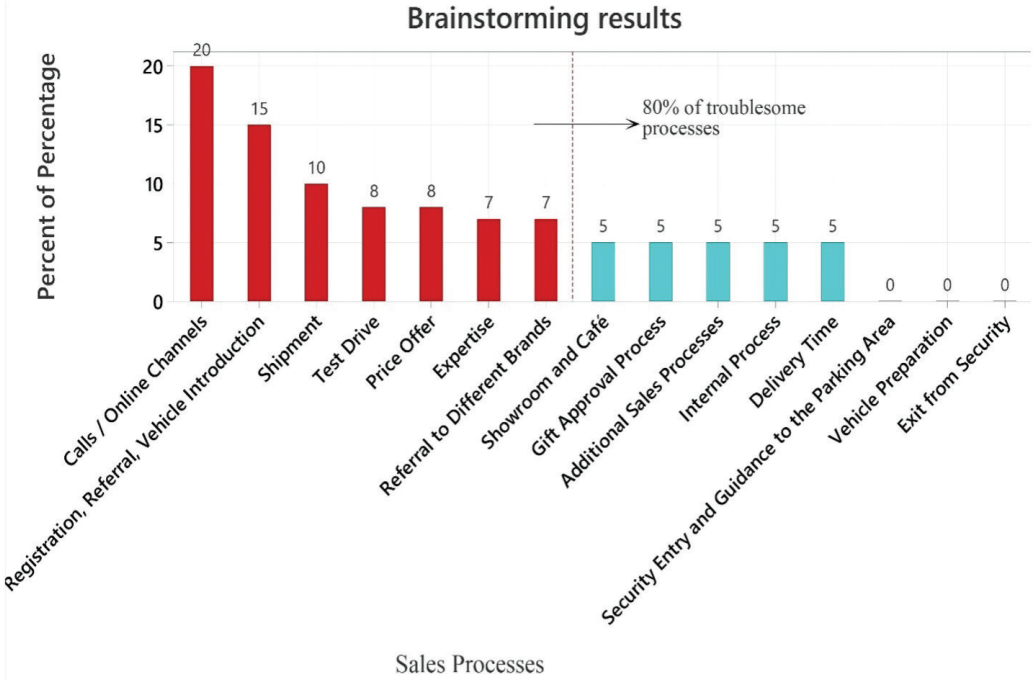


Figure 9. ABC Analysis diagram of problem situations with first brainstorming

1. First Brainstorming Study: An online questionnaire about the sales process was sent to the participants. In this survey, considering all the steps of the sales process, they were asked to mark the 3 most problematic areas. In the survey, all process steps from security entrance to security exit were asked separately and the most difficult process steps were tried to be determined. The analysis of troubled processes, based on the number of repetitions of problematic situations, was made with the Pareto Diagram tool given in Figure 9. According to the data obtained from the online questionnaire made to the employees, the processes that they think are the most important group A are 'Calls', 'Customer Registration, Referral to the Related Person and Vehicle Introduction', 'Shipment', 'Test Drive', 'Price Offer', 'Expertise'. and 'Referral to Different Brands' steps.

2. Second Brainstorming Study: Employees were asked to indicate the reasons for the difficulties they experienced during the sales processes and to stick them under the relevant process with colored adhesive papers. In this way, brainstorming work was made fun and it was ensured that the employees were included in the work more willingly and efficiently without getting bored. Employees of different brands stated the processes in which they had problems. According to the data obtained in the study

(Table 1), the process in which various brand employees in the company have the most problems is the Test Drive step. Subsequent processes are Calls/Online Channels, Customer Registration, Referral and Vehicle Introduction, Showroom and Cafe, Price Offer, Gift Approval Process, Internal Processes, Vehicle Preparation, Expertise, Security Entry and Parking Area, Additional Sales, Delivery Time, Referral to Different Brands, Shipment and Exit Security.

Table 1. Troubled processes according to the second brainstorming study

Process Steps	Brand A	Brand B	Brand C	Brand D	Total
Test Driving	1	8	7	3	19
Calls and Online Channels	3	6	7	0	16
Registration, Referral, Vehicle Introduction	1	10	4	0	15
Showroom and Cafe	1	7	4	0	12
Price Offer	2	6	1	0	9
Gift Approval Process	1	4	4	0	9
Internal Process	2	7	0	0	9
Preparation of the Car	2	1	5	1	9
Expertise	1	4	2	0	7
Entry from Security and Guidance to Parking Lot	1	3	2	0	6
Additional Sales Process	2	4	0	0	6
Delivery Time	3	1	2	0	6
Referral to Different Brands	1	3	0	1	5
Shipment	3	1	0	1	5
Exit from Security	1	3	0	0	4

3. Third and Fourth Brainstorming Studies: The 3rd Brainstorming Study, which was conducted with a 16-question survey to determine the 'areas of success' and 'development areas' of the company in terms of development or digitization, and finally, the 4th Brainstorming on 'analysis of worthless steps from the eyes of the employees' in terms of time wasting and digitization. It is not necessary to give the details of this work here for the purpose of the paper.

4. Results of The Brainstorming Study for All Branches: The brainstorming studies given above were carried out in 6 different branches of the company. Brainstorming studies were conducted with a total of 89 participants, 20 in the A branch of the company, 15 in the B branch, 21 in the C branch, 11 in the D branch, 10 in the E branch and 12 in the F branch. According to the results of the brainstorming conducted in all branches, the percentages of the data obtained regarding the problematic process steps are given in Figure 10. According to the data, the most problematic step of the sales process for employees is the "Shipment" step with 15.2%. This is followed by "Calls" with 10.8% and other steps with close percentages "Customer Registration, Referral and Vehicle Introduction", "Test Drive" and "Expertise".

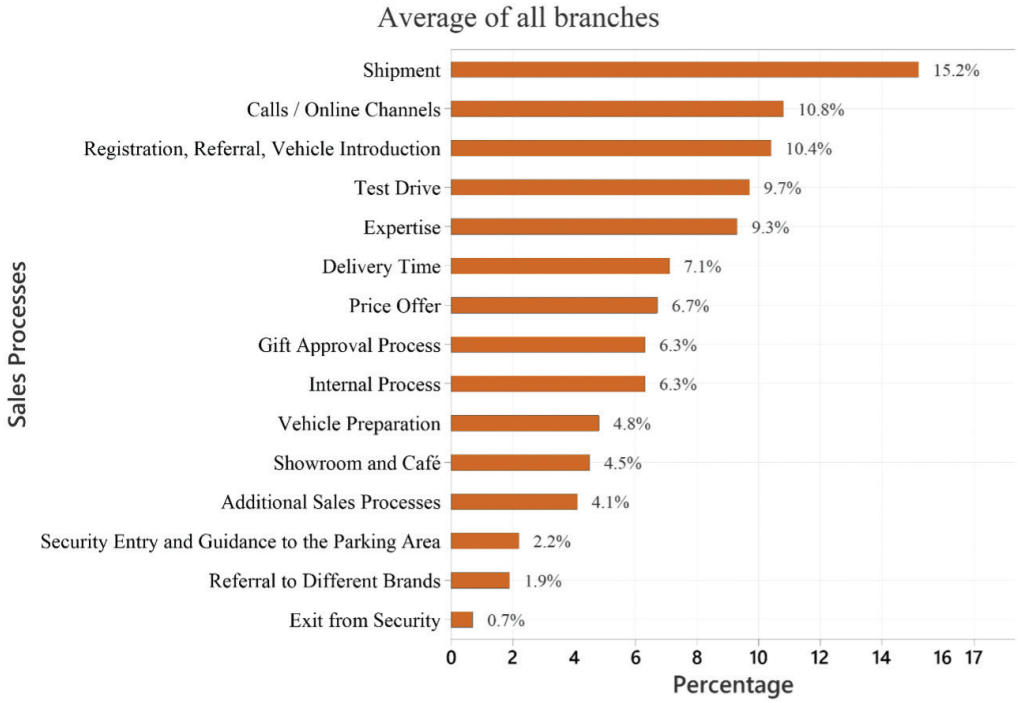


Figure 10. Percentages of problem areas by brainstorm analysis for all branches

Measurement and Analysis Stage Results

In accordance with the measurements and analyzes made with the 5 methods described above, excluding the fish bone, the most problematic process or process steps are summarized in Table 2 comparatively. Methods are given in the column headings, and the problematic steps according to each method are given below in order. There is no doubt that these data will be taken into account when making improvement suggestions and that the most problematic processes should be focused on first.

Table 2. Measurement and Analysis studies comparative problematic results table

Measurement and Analysis Methods							
VOC	**Lost Sales Reasons**	**NPS**	**Mystery Shopper**	**Brainstorming Work 1**	**Brainstorming Work 2**	**Brainstorming Work 3**	**Brainstorming Average**
Special Consumption Tax (SCT) / Value Added Tax (VAT)	Price	Pricing & Discount	Relevance of Sales Consultant	Calls	Test Driving	Employee Education	Shipment
Relevance of Sales Consultant	Discretional Reasons	Product Quality	Test Driving	Customer Registration, Referral, Vehicle Introduction	Calls Online	Employee Authorizations	Calls
Damaged / Defective Vehicle	Unstable Markets	Product Design	Calls	Shipment	Customer Registration, Referral, Vehicle Introduction	Teamwork and Cooperation	Customer Registration, Referral, Vehicle Introduction
Price / Discount Policy	Product (Equipment Level)	Price Offer		Test Driving	Showroom and Cafe		Test Driving
Delivery of the Vehicle with Wrong / Missing Equipment		Attitude and Behavior of the Sales Consultant		Price Offer	Price Offer		Expertise
Delivery Time				Expertise	Gift Approval Process		Delivery Time
Return of the Sales Deposit				Referral to Different Brands	Internal Process		Price Offer
Attitude of the Sales Consultant					Preparation of the car		Gift Approval Process
Product Policy					Expertise		Internal Process

Improve Phase

The outputs obtained from the voice of the customer (VOC) surveys, lost sales reason analysis, NPS results analysis, secret customer study, fishbone analysis and brainstorming conducted during the measurement and analysis phase, and suggestions for improvement are given below. According to all analysis results, a total of 28 results and suggestions are summarized as follows:

1. It has been analyzed that the most problematic process step is 'Shipment'. The following process steps in order of importance; Calls, Customer Registration Referrals and Vehicle Demonstration, Test Drive, Expertise, Delivery Time, Quote, Gift Approval Process, Internal Process, and other sub-processes. First of all, improvement suggestions were made by taking this order into consideration.
2. It has been determined that the biggest problem in shipment originates from the logistics company. It has been observed that vehicle shipments are delayed. The improvement proposal made for this is in the direction of changing the logistics company. At the same time, regular monthly meetings should be held with the company and the shipment process should be kept under control.
3. It has been determined that the shipment planning is insufficient. For this, distributor and branch stocks should be followed up, and necessary training should be given on the subject.
4. It has been observed that the stock area of ready-to-deliver vehicles is insufficient. For this, a good capacity planning should be done.
5. Tele-marketing calls and high traffic of customers increase the workload of Sales Customer Representatives and Sales Consultants. To completely eliminate this problem, a contact center can be set up where all calls are handled from one place.
6. It has been determined that telemarketing calls are not efficient. There are two main reasons for this. These are the inability to adequately meet the needs and expectations of the customers sought, and the calls made to the wrong customer group. Tele-marketing calls should be made by the last consultant who dealt with the client, since the consultant who spoke with the client last knew more about the client's needs and expectations.
7. It has been determined that there is not enough awareness about telemarketing and online sales opportunities. In order to change this perception, sales consultants should be trained on telemarketing search methods, and this should be followed up with shadow customers or role plays.
8. It has been determined that Sales Customer Representatives and Vehicle Delivery Specialists do not have sufficient information about the vehicles offered for sale. To eliminate this, Sales Account Representatives and Vehicle Delivery Specialists should be included in product trainings. In addition, these employees and product experts should hold sharing meetings periodically and this should be added to the performance targets.
9. It has been observed that the workload has increased due to the diversity of the records kept by the Sales Account Representatives. These records can be kept more easily in the Salesforce system. This will facilitate the reporting process.
10. It has been determined that there is a waste of time and paper in filling out the documents. In order to eliminate this, it should be ensured that the document approvals are received with the confirmation message to be sent to the customer's phone. In this way, the digital storage of approvals will also be ensured.
11. Customers who want to go for a test drive should come to the showroom and get a test drive appointment from the sales consultant. This causes unnecessary waiting. At the same time, it was determined that there was a lot of paper wastage in the process. A test drive appointment for the solution of these should be available on the website. Thus, the digitalization of test drive forms will be ensured, and time loss will be eliminated.
12. It has been determined that appraisal experts do the pricing procedures manually and this creates a surplus of documents. A system should be established in which appraisal experts can progress quickly and from a single application.

13. It has been determined that the appraisal specialists take a long time to price second-hand vehicles and the customer complains about this wait. To eliminate this, a cross-selling opportunity can be opened from Salesforce to Appraisal experts (for example, for 1 hour) and added to this bonus system.
14. It has been determined that the delivery appointment follow-up is not planned enough, and the employees cannot follow this process. In order to eliminate this, the delivery appointment areas in the SAP system should be actively used by all brands and branches. This can be supported by a premium.
15. It has been observed that the customer, who was excited at the time of delivery, skipped many things while introducing the vehicle and asked many questions about the vehicle to the sales consultant or delivery specialist after the delivery. To eliminate this, a detailed vehicle introduction video can be taken to be sent to the customer after delivery. This should be standardized for every vehicle offered for sale.
16. It has been determined that credit options are not communicated to sales consultants on a regular basis. For this, the loan options offer form should be revised regularly.
17. It has been observed that the invoice process of the sold car cannot be started immediately because the vehicle information in stock is updated late. The reason for this is that a wholesale invoice is issued for the vehicles that are in stock. In order not to interrupt the sales process, a new system should be created so that stock status can be seen, and plans can be made accordingly, even if there is no invoicing.
18. It has been determined that there is a lack of information and communication in the internal processes. For effective communication, all employees in the sales department should be informed via the same e-mail group.
19. It has been determined that the sales consultants could not reach the necessary information about the motor insurance and traffic process. The entire process (document, communication with the customer, etc.) for motor insurance and traffic transactions should be managed by consultants.
20. It has been determined that the archive system is irregular because the employees do not use uniform documents. Therefore, information should be given about the importance of standardization of documents.
21. It has been observed that when customers agree to be directed to a different brand, there is no specific employee to deal with them. A customer-specific employee (could be a sales account representative) is required to turn the opportunity into a sale by performing all cross-brand referrals.
22. It has been observed that there is no program in which sales consultants can sell additional equipment, and it is necessary to contact the service every time. It is necessary to install an accessory hardware (for example, chassis-based hardware) program that can be sold additionally.
23. It has been determined that the information on the vehicle labels is confusing for the customer and that there is no information on the package details of the vehicle on the label. The label design should be simplified, and the package detail information of the vehicle offered for sale should be included in these labels. In addition, QR codes should be added to the labels so that the customer can see the vehicle's features and package details on the website. A detailed promotional video of the vehicle should be taken and added to the website.
24. It has been observed that the customer does not have anything to evaluate the time they wait due to the intensity. Therefore, QR codes should be placed in the areas where customers wait (showroom, information desk, cafe, etc.) for routing purposes. By using these QR codes, customers can see the vehicle prices and examine the online site if they wish. In addition, informative articles about why this company should be preferred can be added to this code.

25. It has been observed that when there are no sales consultants and product specialists available, customers are waiting for the vehicle presentation. At the same time, it has been determined that customers may want to receive information about more than one vehicle. For this, narration can be provided through headphones, as in museums. Every vehicle offered for sale should be explained in detail by product experts and customer experience should be increased. These recorded narrations can be accessed by QR code.
26. It was determined that the sales consultants did not have sufficient information about the online site and could not provide the necessary guidance to the customers. A user manual for the online site should be prepared and distributed to sales units.
27. It was determined that incoming customers and guests could not easily find the parking place or the building of the brand they wanted. It is necessary to increase the direction signs inside and outside the company.
28. It has been determined that the entrance cards look sloppy. Logos on cards should be removed and spelling mistakes should be corrected.

Control Phase

At this stage, the feedbacks obtained from the improvement and development studies carried out during the project are evaluated and new processes created or improved are observed in detail. In fact, the purpose of the checking phase is to monitor whether the improvements made work as time goes on. Therefore, it is the most extensive phase. Studies continue in line with the suggestions made, and it has been determined that customer satisfaction and efficiency in internal processes have increased as a result of the improvements made according to the feedback received from the company so far.

Conclusions

In this study, the sales processes of an automotive company were examined, and improvements were made in the processes by applying the LSS management philosophy steps. Within the scope of detailed research about the company and LSS studies carried out with the company, many suggestions were made specifically for each process for the works that cause dissatisfaction and loss of time in the processes. Detailed findings regarding the processes and suggestions for these processes are given in the section on improvements above, according to the comments received from customers and employees in the survey, analysis, and brainstorming studies. The details of these comments cannot be shared due to information privacy. It was obtained from company feedback that customer satisfaction rates related to the sales process increased from 88% to 95% as a result of improvements made through the lean six sigma implementation. Considering the process management approach as well as the improvement step of the DMAIC process, the results obtained in the process with this study are summarized below:

1. Considering the whole process, it was concluded that the processes were not simple enough, and the processes were made simpler by eliminating the non-value-added steps.
2. It has been concluded that the paperwork in the processes causes a lot of time and paper waste, and suggestions for digitization are given.
3. The points that cause dissatisfaction with the customers were decreased and the customer satisfaction was increased.
4. Unnecessary workload in the sales process has been eliminated and process efficiency has been increased.
5. With the digitization made in insufficient areas within the framework of the recommendations, the deficiencies that caused time and information loss in the process were eliminated and the control of the process was facilitated.
6. An integrated system was created by strengthening the communication between employees and between the employee and the manager, and by increasing the relationship between the sales processes of the company in different brands.

References

ABOELMAGED, M. G. (2010), "Six Sigma quality: a structured review and implications for future research", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 27 No. 3, pp. 268–317.

ALBLIWI, S. A., ANTONY, J. AND LIM, S. A. H. (2015), "A systematic review of Lean Six Sigma for the manufacturing industry", *Business Process Management Journal*, Vol. 21 No. 3, pp. 665–691.

ANTONY, J. (2006), "Six sigma for service processes", *Business Process Management Journal*, Vol. 12 No. 2, pp. 234–248.

ASSARLIND, M., GREMYR, I. AND BÄCKMAN, K. (2012), "Multi-faceted views on a Lean Six Sigma application", *International Journal of Quality and Reliability Management*, Vol. 29 No. 1, pp. 21–30.

BEHARA, R.S., GRESHAM, A. AND FONTENOT, G. F. (1995), "Customer satisfaction measurement and analysis using six sigma", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 12 No. 3, pp. 9–18.

BHAT, S., GIJO, E. V. AND JNANESH, N. A. (2014), "Application of Lean Six Sigma methodology in the registration process of a hospital", *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol. 63 No. 5, pp. 613–643.

CHEN, S. C., CHEN, K. S. AND HSIA, T. C. (2005), "Promoting Customer Satisfactions by Applying Six Sigma: An Example from the Automobile Industry", *Quality Management Journal*, Vol. 12 No. 4, pp. 21–33.

CHEN, M. AND LYU, J. (2009), "A Lean Six-Sigma approach to touch panel quality improvement", *Production Planning and Control*, Vol. 20 No. 5, pp. 445–454.

DALE, B. G. (1999). *Managing Quality*. Blackwell Publishers.

DAS, N., GAURI, S. K. AND DAS, P. (2006), "Six Sigma principles in marketing: An Application", *International Journal of Six Sigma and Competitive Advantage*, Vol. 2 No. 3, pp. 243–262.

DELGADO, C., FERREIRA, M. AND BRANCO, M.C. (2010), "The implementation of lean Six Sigma in financial services organizations", *Journal of Manufacturing Technology Management*, Vol. 21 No. 4, pp. 512–523.

DEMING, W. E. (1986). *Out of the Crisis*. MIT Press.

DURSUN, M., GOKER, N. AND MUTLU, H. (2020), An Intuitionistic Fuzzy Cognitive Map Approach to Evaluate Success Factors of Lean Six Sigma Project Management Methodology, Advances in Intelligent Systems and Computing, Vol. 1029, Springer International Publishing, available at:https://doi.org/10.1007/978-3-030-23756-1_134.

ECKES, G. (2002). The Six Sigma revolution: How General Electric and others turned process into profits. John Wiley & Sons.

GANATRA, V., ARYANI, D. N., ABD. RAHMAN, N. I. BINTI, KEE, D. M. H., FADZIL, N. F. D. BINTI, HASSAN, N.I.A. BINTI, ESA, N.K. BINTI, MAMTANI, M. (2022), "A Study on Consumer Satisfaction with Respect to Samsung Gadgets", *International Journal of Tourism and Hospitality in Asia Pasific*, Vol. 5 No. 1, pp. 87–99.

GEORGE, M. L. (2003A), Lean Six Sigma for Service : How to Use Lean Speed and Six Sigma Quality to Improve Services and Transactions, *McGraw-Hill Companies*, available at:https://doi.org/10.1036/0071436359.

GEORGE, M. L. (2003b), Lean Six Sigma for Service : How to Use Lean Speed and Six Sigma Quality to Improve Services and Transactions, Group, available at:https://doi.org/10.1036/0071436359.

GIJO, E. V. AND ANTONY, J. (2019), "Application of Lean Six Sigma in IT support services – a case study", *TQM Journal*, Vol. 31 No. 3, pp. 417–435.

GUPTA, S., MODGIL, S. AND GUNASEKARAN, A. (2020), "Big data in lean six sigma: a review and further research directions", *International Journal of Production Research*, Taylor & Francis, Vol. 58 No. 3, pp. 947–969.

HENDERSON, K. M., & EVANS, J. R. (2000). Successful implementation of Six Sigma: benchmarking general electric company. *Benchmarking: an international journal*, *7*(4), 260-282.

IMAI, M. (1986). *Kaizen: The Key to Japan's Competitive Success*. McGraw-Hill.

INAL, T.C., GORUROGLU OZTURK, O., KIBAR, F., CETINER, S., MATYAR, S., DAGLIOGLU, G. AND YAMAN, A. (2018), "Lean six sigma methodologies improve clinical laboratory efficiency and reduce turnaround times", *Journal of Clinical Laboratory Analysis*, Vol. 32 No. 1, pp. 1–5.

JIJU ANTONY, F., KUMAR, M. AND CHO, B. R. (2007), "Six sigma in service organisations: Benefits, challenges and difficulties, common myths, empirical observations and success factors", *International Journal of Quality and Reliability Management*, Vol. 24 No. 3, pp. 294–311.

LIZARELLI, F. L. AND ALLIPRANDINI, D. H. (2020), "Comparative analysis of Lean and Six Sigma improvement projects: performance, changes, investment, time and complexity", *Total Quality Management and Business Excellence*, Taylor & Francis, Vol. 31 No. 3–4, pp. 407–428.

MADHANI, P. M. (2017), "Six Sigma Deployment in Sales and Marketing: Enhancing Competitive Advantages.", *IUP Journal of Business Strategy*, Vol. 14 No. 2, pp. 40–63.

MADHANI, P. M. (2020), "Performance Optimisation of Retail Industry: Lean Six Sigma Approach.", *ASBM Journal of Management*, Vol. 13 No. 1/2, pp. 74–91.

NOAKE, R. (2002), "The Six Sigma Handbook", *Quality Progress*.

PAKDIL, F., TOKTAŞ, P. AND CAN, G. F. (2020), "Six sigma project prioritization and selection: a multi-criteria decision making approach in healthcare industry", *International Journal of Lean Six Sigma*, Vol. 12 No. 3, pp. 553–578.

PANAYIOTOU, N. A. AND STERGIOU, K. E. (2021), "A systematic literature review of lean six sigma adoption in European organizations", *International Journal of Lean Six Sigma*, Vol. 12 No. 2, pp. 264–292.

POORMOAIED, S. AND ATAN, Z. (2020), "A continuous review policy for two complementary products with interrelated demand", *Computers and Industrial Engineering*, Elsevier Ltd, Vol. 150 No. June 2019, p. 106980.

PORTER, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.

PRAJOGO, D. I. AND SOHAL, A. S. (2006), "The integration of TQM and technology/R&D management in determining quality and innovation performance", *Omega*, Vol. 34 No. 3, pp. 296–312.

PYZDEK, T. (2002), *The Six Sigma Revolution*, *Technometrics*, Vol. 44, available at:https://doi.org/10.1198/tech.2002.s727.

SAGNAK, M. AND KAZANCOGLU, Y. (2016), "Integration of green lean approach with six sigma: an application for flue gas emissions", *Journal of Cleaner Production*, Elsevier Ltd, Vol. 127, pp. 112–118.

SHAMSUZZAMAN, M., ALZERAIF, M., ALSYOUF, I. AND KHOO, M.B.C. (2018), "Using Lean Six Sigma to improve mobile order fulfilment process in a telecom service sector", *Production Planning and Control*, Taylor & Francis, Vol. 29 No. 4, pp. 301–314.

SHOKRI, A. (2017), "Quantitative analysis of Six Sigma, Lean and Lean Six Sigma research publications in last two decades", *International Journal of Quality and Reliability Management*, Vol. 34 No. 5, pp. 598–625.

SHOKRI, A., ANTONY, J., GARZA-REYES, J. A. AND UPTON, M. (2021), "Scoping review of the readiness for sustainable implementation of Lean Six Sigma projects in the manufacturing sector", *International Journal of Quality and Reliability Management*, Vol. 38 No. 8, pp. 1747–1770.

SINGH, M. AND RATHI, R. (2019), *A Structured Review of Lean Six Sigma in Various Industrial Sectors*, *International Journal of Lean Six Sigma*, Vol. 10, available at:https://doi.org/10.1108/IJLSS-03-2018-0018.

THOMAS, A., BARTON, R. AND CHUKE-OKAFOR, C. (2009), "Applying lean six sigma in a small engineering company - A model for change", *Journal of Manufacturing Technology Management*, Vol. 20 No. 1, pp. 113–129.

TIMANS, W., ANTONY, J., AHAUS, K. AND SOLINGEN, R. (2012), "Implementation of Lean Six Sigma in small- and medium-sized manufacturing enterprises in the Netherlands", *Journal of the Operational Research Society*, Vol. 63, pp. 339–353.

VENDRAME TAKAO, M. R., WOLDT, J. AND DA SILVA, I. B. (2017), "Six Sigma methodology advantages for small- and medium-sized enterprises: A case study in the plumbing industry in the United States", *Advances in Mechanical Engineering*, Vol. 9 No. 10, pp. 1–10.

VOEHL, F., HARRINGTON, H. J., MIGNOSA, C. AND CHARRON, R. (2013), *The Lean Six Sigma Black Belt Handbook: Tools and Methods for Process Acceleration*, *The Lean Six Sigma Black Belt Handbook: Tools and Methods for Process Acceleration*, available at:https://doi.org/10.1201/b15163.

WANG, H., KIM, K. H., KO, E. AND LIU, H. (2016), "Relationship between service quality and customer equity in traditional markets", *Journal of Business Research*, Elsevier Inc., Vol. 69 No. 9, pp. 3827–3834.

WEI, C. C., SHEEN, G. J., TAI, C. T. AND LEE, K. L. (2010), "Using Six Sigma to improve replenishment process in a direct selling company", *Supply Chain Management: An International Journal*, Vol. 15 No. 1, pp. 3–9.

WOMACK, J. P., JONES, D. T. AND ROOS, D. (1990), *The Machine That Changed the World*, Rawson Associates/Macmillan Publishing Company, New York, NY.

ZU, X., FREDENDALL, L. D. AND DOUGLAS, T.J. (2008), "The evolving theory of quality management: The role of Six Sigma", *Journal of Operations Management*, Vol. 26 No. 5, pp. 630–650.

Özet

Bu çalışmada, bir otomotiv firmasının satış süreçlerinin Yalın Altı sigma (LSS) yönetim felsefesi ile iyileştirilmesi ele alınmıştır. Otomotiv sektöründeki geçmişi 1980'lere dayanan firma, bugün Türkiye'nin yoğun rekabete dayalı bu sektörde özellikle üst segmentte yer alan geniş bir ürün gamına sahiptir. Bu çalışma kapsamında, müşteri memnuniyetinin korunması ve artırılması amacı doğrultusunda, satış süreçlerinde dijitalleşmeye yönelik iyileştirmeler hedeflenmiştir. Uygulama, müşteri memnuniyetsizliğine neden olan süreçlerin iyileştirilmesi ve bütünleşmiş bir sistem oluşturulması amacıyla LSS araçlarından DMAIC (Tanımlama, Ölçme, Analiz, İyileştirme ve Kontrol) yöntemi ile yürütülmüştür. Yöntem adım adım uygulanarak amaç doğrultusunda iyileştirmeler yapılmıştır. Bu çerçevede müşterilerle çeşitli anketler yapılmış, satış süreçlerinde yer alan çalışanlarla beyin fırtınası çalışmaları gerçekleştirilmiş ve bunların sonucunda elde edilen veriler değerlendirilerek süreç iyileştirmesine gidilmiştir. Satış süreçlerinin tüm aşamaları LSS yaklaşımı ile ele alınmış ve çalışmaya başlamadan önce %88 olan müşteri memnuniyet oranının çalışma sonrasında %95'e çıktığı gözlemlenmiştir. Bu çalışmada Türkiye'de faaliyet gösteren prestijli otomobil satışı gerçekleştiren bir firmanın satış süreci ele alınmıştır. Bu inceleme, satış organizasyonunda LSS projelerinin nasıl uygulanabileceği hakkında net bir görüş sunmaktadır. Çalışma, LSS uygulamasını kolaylaştırmak için literatürün zenginleşmesine de katkı sağlamaktadır.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);64-78
DOI: 10.17336/igusbd.1381651

ORIGINAL ARTICLE / ÖZGÜN ARAŞTIRMA

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Askeri Harcamaların Borsa Endeksleri Üzerine Etkisi: G8 Ülkeleri ve Türkiye Üzerine Bir Araştırma

The Effect of Military Expenditures on Stock Exchange Indices: A Research on G8 Countries and Turkey

[1]Çağatay MİRGEN
[2]Ali BAYRAKDAROĞLU

Öz

Amaç: Bu çalışmanın amacı, askeri harcamaların borsa endeksleri üzerindeki etkisini analiz etmektir. Bu kapsamda G8 ülkeleri (Amerika Birleşik Devletleri, Rusya, İngiltere, Almanya, Fransa, Japonya, İtalya ve Kanada) ve Türkiye örnekleminde, askeri harcamaların hisse senedi piyasalarına olan etkisinin tespit edilmesi hedeflenmiştir.

Yöntem: Çalışmada 2006-2022 yıllarını kapsayan veri seti dikkate alınarak panel veri analizi gerçekleştirilmiştir. Bağımlı değişken olarak borsa endeksi yer alınırken, bağımsız değişkenler arasında askeri harcamalar, enerji tüketimi, portföy yatırımları, enflasyon ve GSYİH yer almaktadır.

Bulgular: Analiz sonuçları, G8 ülkeleri ve Türkiye için oluşturulan modelde askeri harcamalar ile borsa endeksleri arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir. Askeri harcamalardaki artış, genel olarak hisse senedi piyasalarında olumlu bir etki yaratmaktadır. Ancak ülke bazında değerlendirme yapıldığında, Amerika Birleşik Devletleri ile Türkiye için negatif etkinin ve İtalya için pozitif etkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç: Elde edilen bulgular, askeri harcamaların finansal piyasalar üzerindeki etkisini destekler niteliktedir. Genel modelde askeri harcamaların borsa endeksleri üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunmasına rağmen, ülke bazında farklılıklar gözlemlenmiştir. Amerika Birleşik Devletleri ve Türkiye için askeri harcamalardaki artışın borsa endeksleri üzerinde negatif bir etkisi olduğu tespit edilirken, İtalya için bu etkinin pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir. Bu farklılıklar, ülkelerin ekonomik yapıları, yatırımcı algıları ve jeopolitik risk faktörleri ile açıklanabilir.

Anahtar Kelimeler

Askeri Harcama, Borsa, Endeks, G8, Türkiye.

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Milli Savunma Üniversitesi, Kara Astsubay Meslek Yüksekokulu, İşletme Yönetimi Bölümü, Balıkesir, Türkiye.
✉ cmirgen@msu.edu.tr

[2]Prof. Dr. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İİBF İşletme Bölümü, Muğla, Türkiye.
✉ abayrakdaroglu@mu.edu.tr

Geliş/Received: 26.10.2023
Kabul/Accepted: 21.01.2025

Çağatay Mirgen, Ali Bayrakdaroğlu, "The Effect of Military Expenditures on Stock Exchange Indices: A Research on G8 Countries and Turkey"", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 64-78.

Abstract

Aim: The aim of this study is to analyze the impact of military expenditures on stock market indices. In this context, the study seeks to determine the effect of military expenditures on equity markets using a sample comprising G8 countries (United States, Russia, the United Kingdom, Germany, France, Japan, Italy, and Canada) and Turkey.

Method: In the study, panel data analysis was conducted using a dataset covering the period from 2006 to 2022. The stock market index was used as the dependent variable, while the independent variables included military expenditures, energy consumption, portfolio investments, inflation, and GDP.

Results: The analysis results indicate a positive and statistically significant relationship between military expenditures and stock market indices in the model constructed for the G8 countries and Turkey. An increase in military expenditures generally has a favorable impact on equity markets. However, when assessed on a country-specific basis, a statistically significant negative effect was identified for the United States and Turkey, while a statistically significant positive effect was observed for Italy.

Conclusion: The findings support the impact of military expenditures on financial markets. While the overall model reveals a positive and statistically significant effect of military expenditures on stock market indices, country-specific variations have been observed. An increase in military expenditures was found to have a negative impact on stock market indices in the United States and Turkey, whereas a positive and statistically significant effect was identified for Italy. These differences can be attributed to factors such as the economic structures of the countries, investor perceptions, and geopolitical risk factors.

Keywords

Military Expenditure, Stock Exchange, Index, G8, Turkey.

Giriş

Askeri harcamalar, bir ülkenin egemenliğini ve toprak bütünlüğünü korumak için hayati bir öneme sahiptir ve savunma bütçesine ayrılan kaynakların tutarını ifade etmektedir. Yapılan harcamalar; personel maaşları, askeri teçhizat alımı ve bunların geliştirilmesini barındırmaktadır. Bu kaynaklar, ordunun ihtiyaç duyacağı gereksinimleri sağlamak ve güçlendirmek için kullanılmaktadır. Güçlü orduya sahip bir ülkeye saldırmak riskli ve maliyetli olacaktır. Çünkü güçlü bir ordu, modern ve etkili savunma teknolojilerine, eğitimli ve tecrübeli askeri personele, stratejik planlama yeteneklerine, gelişmiş ikmal kabiliyetine, geniş bir lojistik kapasiteye sahiptir. Ayrıca, saldırı sırasında hem uluslararası tepki hem de ekonomik yaptırımlar gibi ek zorluklarla karşılaşma riski de bulunmaktadır. Aynı zamanda uzun süreli bir çatışma, kaynakların tükenmesine ve ekonomik istikrarsızlığa yol açabilmektedir. Bu nedenlerle güçlü orduya sahip bir ülkeye saldırmak, büyük bir stratejik risk teşkil etmektedir. Çünkü askeri harcamalar ile ülkenin askeri gücü ve savunma kabiliyeti artırılarak, iç ve dış tehditler karşısında caydırıcı bir etki yaratılmaktadır. Bu nedenle, askeri harcamalar barışın devamlılığı ve istikrarın korunmasına katkı sağlayan önemli bir unsur olmaktadır. World Bank[1] verilerine göre 1960 yılı itibariyle dünya ülkelerin yapmış olduğu askeri harcamalar toplamda ülkelerin GSYİH'nin %6,4'ünü oluştururken 2022 yılı itibariyle bu oran %2,3 düşmüştür. Harcama tutarı ise 1960 yılı itibariyle 288,7 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2022 yılına gelindiğinde ise 2,21 trilyon dolara çıkmıştır. G8 (Amerika Birleşik Devletleri, Rusya, İngiltere, Almanya, Fransa, Japonya, İtalya, Kanada, Türkiye) ülkelerinde ise 2022 yılı itibariyle 1,26 trilyon dolarlık askeri harcama gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda 2022 yılında dünya genelinde askeri harcamaların yaklaşık %57'sinin G8 ülkeleri tarafından yapıldığı görülmektedir. Bu da askeri harcamalara yapılan yatırımın büyüklüğünü ortaya koymaktadır. Yakovlev (2007) savunma sektörüyle ilgili araştırma ve geliştirme harcamalarının sivil sektöre de yayılan teknolojik yeniliklere yol açtığını tespit etmiştir. Bu nedenle askeri teknolojinin gelişmesi aynı zamanda sivil teknolojik yenilikleri de beraberinde getirmektedir

[1]https://data.worldbank.org/indicator/MS.MIL.XPND.CD?name_desc=false
https://data.worldbank.org/indicator/MS.MIL.XPND.GD.ZS?name_desc=false

Askeri harcamalar, savunma sanayi şirketleri için önemli bir gelir kaynağıdır. Bu şirketler, silahlar, askeri teçhizat, iletişim sistemleri ve diğer savunma teknolojilerini üretir ve satışını yaparlar. Bu nedenle, askeri harcamaların artması, savunma sanayi şirketlerinin kârlarını artırabilir ve bu durum şirketlere olan ilgiyi artırabilir. Bu da sermaye piyasalarına olumlu bir etki yaratabilir. Yatırımcılar, istikrar ve güven ortamında daha fazla yatırım yapma eğiliminde olabilirler. Sermaye piyasaları uzmanlaşmış ve organize finansal piyasalardır ve hem yerli hem de yabancı tasarrufları yatırım için harekete geçirme yetenekleri nedeniyle ülkelerde ekonomik büyümenin önemli bir itici gücüdür. Sermaye piyasasında işlem gören finansal varlıkların listelendiği menkul kıymet borsaları ise yatırımcıların bilgiye daha kolay bir şekilde ulaşmasına aracılık etmektedir. Bilgi asimetrilerini azaltarak işlem maliyetlerinin düşürülmesine yardımcı olmaktadır. Ayrıca riskin dağıtılmasına imkân tanımaktadır. Gelişmiş bir sermaye piyasası ekonomik refah için de önemli bir rol oynamaktadır. Sermaye piyasaları, şirketler ve kamu kurumlarının uzun vadeli finansman sağlamalarına yardımcı olmaktadır. Şirketler, hisse senedi gibi sermaye piyasası araçları vasıtasıyla fon ihtiyaçlarına kaynak sağlayabilmektedirler. Bu kaynaklar ise yeni projelerin finansmanı veya borçların ödenmesinde kullanılabilmektedir.

Bu kapsamda çalışmada askeri harcamaların borsa endeksleri üzerine etkisi araştırılmıştır. İlerleyen bölümlerde benzer çalışmaların açıklandığı literatür taramasına, çalışma kapsamında ele alınan veri seti ve uygulanan metodolojiye yönelik açıklamalara, analiz bulgularına ve elde edilen sonuçlara yer verilecektir.

Literatür Taraması

Askeri harcama ile borsa arasındaki ekonomik ilişkileri araştıran az sayıda literatür bulunmaktadır (DiPietro, Anoruo ve Sawhney, 2008; Solarin ve Sahu, 2015; Ullah, Kamal ve Zheng, 2020). Yapılan çalışmalarda daha çok askeri harcamalar ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu bağlamda askeri harcamaların finansal piyasalar üzerinde etkisinin olup olmadığı göz ardı edilmiştir. Çalışmaların büyük bir kısmı askeri harcamaların ekonomik büyüme üzerindeki etkisini (Raifu ve Aminu, 2023; Ünsal, 2020; Topal, 2018; Destek, 2016; Farzanegan, 2014; Hou ve Chen, 2013; Alexander, 2013; Cappelen vd.,1984) araştırmasına rağmen, savunma harcamalarının gelir eşitsizliği (Ali, 2012), dış borç (Dunne vd., 2019; Shahbaz vd. 2016;Ahmed, 2012; Smyth ve Narayan, 2009; Karagöl, 2005), ihracat (Abdelfattah vd., 2014; Heo, 1996) ve istihdam (Lee, 2022; Pollin ve Garrett-Peltier, 2009; Dunne ve Watson, 2000; Wing, 1991) üzerindeki etkisinin tespit edilmesine yönelik ampirik çalışmalar da bulunmaktadır.

Askeri harcama ile borsa ilişkinin araştırıldığı DiPietro vd. (2008) çalışmalarında askeri harcamalar ile borsa performansı arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. 1914-2001 yılları arasındaki zaman dilimini dikkate alarak gerçekleştirdikleri Standart OLS yöntemi sonucunda, askeri harcamaların Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık için borsa performansı üzerinde anlamlı derecede pozitif etkiye sahip olduğunu göstermişlerdir. Solarin ve Sahu (2015) ise 1989-2010 dönemi boyunca 36 ülkede askeri harcamaların borsa gelişimi üzerindeki etkisini araştırmışlardır. GMM analizi ile elde ettikleri sonuçlar, askeri harcamaların seçilen ülkelerde borsa performansı üzerinde negatif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Çalışmalarında askeri harcama için Küresel Militarizasyon Endeksi (Global Militarisation Index[2]) verisini kullanmışlardır. Son olarak, Ullah vd. (2020) çalışmalarında askeri harcama değişikliklerinin Çin'deki borsa gelişimi üzerinde ne ölçüde asimetrik bir etkiye sahip olduğunu araştırmışlardır. Uyguladıkları NARDL yöntemi sonuçları, askeri harcamalardaki pozitif (negatif) şokların uzun vadede borsa gelişimi üzerinde pozitif (negatif) etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Bununla birlikte, kısa vadede yalnızca askeri harcamalardaki pozitif şokların borsa gelişimi üzerinde anlamlı ve pozitif bir ilişkisi olduğu ortaya konulmuştur.

Looney (1998), askeri harcamaların ekonomik sonuçlarının negatif, pozitif veya nötr olup olmadığının yalnızca ampirik bir analizle belirlenebileceğini savunmaktadır. Mevcut literatüre göre askeri harcamaların ekonomik sonuçlarına ilişkin çalışmalarda kullanılan ekonometrik metodolojiler ve dönem farklılıkları nedeniyle ulaşılan sonuçlarda fikir birliğine ulaşılamadığı gözlenmektedir.

Mevcut çalışmalar, metodolojik veya veri seti farklılıkları nedeniyle ortak bir sonuca ulaşamamış olup, bu durum askeri harcamaların borsalar üzerindeki etkisini daha kapsamlı ve güncel bir

[2]https://gmi.bicc.de/

perspektifle incelemenin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle çalışmada G8 ülkeleri ve Türkiye'nin askeri harcamalarının borsa endeksleri üzerine etkisi araştırılmıştır. Benzer çalışmaların çok kısıtlı olması nedeniyle çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Yöntem

Çalışma kapsamında G8 ülkeleri ve Türkiye'ye ait veri seti dikkate alınmıştır. Literatürde G8 ülkeleri ve Türkiye'yi dikkate alan farklı çalışmalar bulunmaktadır. Türkiye ve G8 ülkeleri üzerine yapılan çeşitli araştırmalar, bu ülkelerin ekonomik ve sosyal dinamiklerini derinlemesine incelemektedir. Örneğin, deniz ticaret filoları ve limanlarının karşılaştırılması, Türkiye'nin denizcilik sektöründeki konumunu ve potansiyelini ortaya koymaktadır (Bora, 2023). Ayrıca, G8 ülkeleri ile Türkiye arasındaki borsa ilişkileri, bu piyasalar arasındaki nedensellik bağlantılarını aydınlatmaktadır (Ünlü, Potas ve Yılmaz, 2020). Sağlık harcamalarının verimliliği üzerine yapılan karşılaştırmalı analizler, sağlık sistemlerinin etkinliğini değerlendirmekte ve G8 ülkeleri ile Türkiye'nin sağlık harcamaları arasındaki farklılıkları gözler önüne sermektedir (Telli ve Serin, 2023). Küresel Rekabet Endeksi üzerinden gerçekleştirilen analizler ise Türkiye'nin rekabet gücünü ve ekonomik performansını G8 ülkeleri ile karşılaştırarak, uluslararası rekabet ortamındaki yerini belirlemektedir (Taskinsoy, 2019) Son olarak, telekomünikasyon sektöründeki teknik verimlilik ölçümleri, küresel kriz döneminde Türkiye ve G8 ülkelerinin sektör performansını karşılaştırarak, bu alandaki verimlilik düzeylerini ortaya koymaktadır (Dişkaya, Emir ve Orhan, 2011). Bu çalışma ise G8 ülkelerindeki askeri harcamaların borsa endeksleri üzerine etkisi araştırılması ile G8 ülkeleri üzerine yapılan çalışmalardan farklılaşmaktadır. G8 terimi; Amerika Birleşik Devletleri, Rusya, İngiltere, Almanya, Fransa, Japonya, İtalya ve Kanada'yı kapsayan büyük ekonomilere sahip sekiz ülkeyi ifade etmektedir. World Bank 2022 yılı verilerine göre bu ülkeler dünya toplam nüfusunun (7,95 milyar) yaklaşık %12'sini barındırmasına karşın dünya ekonomisinin (gayri safi milli harcama; 100,44 trilyon dolar) yaklaşık %48'ini temsil etmektedir. Türkiye ise 2022 yılı itibariyle Dünya'nın en büyük 19. ekonomisi durumundadır (data.worldbank.org). Bu bağlamda çalışma kapsamında ele alınan 9 ülkenin temsil gücünün yüksek olduğu değerlendirilmektedir.

Analiz kapsamında kullanılan borsa endeks verileri "Data Stream" aracılığıyla, askeri harcama verileri "SIPRI Military Expenditure Databese[3]" aracılığıyla ve enflasyon, portföy yatırımları ve ekonomik büyüme verileri ise "World Bank[4]" tarafından sağlanan databank yardımıyla elde edilmiştir. Enerji tüketimine ait değerler ise "ourworldindata[5]" tarafından sunulan verilerden sağlanmıştır. Araştırma kapsamında ele alınan ülkeler ve ilgili ülkelere ait kullanılan borsa endeksleri Tablo 1.'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Ülkeler ve Borsa Endeksleri

Ülke	Borsa Endeksi	İlgili Endeksleri Kullanan Literatürdeki Çalışmalar
Amerika Birleşik Devletleri	S&P 500	Kawaller vd. (1987), Vijh (1994), Frino ve Gallagher (2001)
Rusya	RTSI	Andreev vd. (2009), Pan (2024), Bouzguenda ve Jarboui (2024)
İngiltere	FTSE 100	Antoniou ve Holmes (1995), Elnahass ve Crawford (2024)
Almanya	Deutsche Boerse DAX Index	Bühler ve Kempf (1995), Kollias vd. (2013), Merbecks (2024)
Fransa	CAC 40 Index	Capelle-Blancard ve Chaudhury (2001), Kollias vd. (2013)
Japonya	Nikkei 225	Greenwood (2008), Harada ve Okimoto (2021)
İtalya	FTSE Italia All-Share	Kollias vd. (2013), Riccioni ve Cerqueti (2018)
Kanada	S&P/TSX 60	Otuteye ve Siddiquee (2013), Souissi, N. (2017)
Türkiye	BIST 100	Korkmaz vd. (2017), Konak ve Duman (2019), Yürük (2022)

[3]https://www.sipri.org/databases/milex

[4]https://databank.worldbank.org/

[5]https://ourworldindata.org/grapher/per-capita-energy-use

Yukarıda belirtilen endeksler, her bir ülkenin borsasında önemli bir rol oynayan göstergelerdir ve bu endeksler, ülkelerin ekonomik durumunu ve finansal piyasalarının sağlığını yansıtmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri'nin S&P 500, Birleşik Krallık'ın FTSE 100, Almanya'nın DAX, Japonya'nın Nikkei 225 gibi endeksleri, ilgili ülkelerin en büyük ve en etkili şirketlerini temsil etmektedir. Bu endeksler, sadece yerli yatırımcılar için değil, küresel piyasa katılımcıları için de önemlidir. Borsayı takip edenler, bu endeksleri piyasa dalgalanmaları ve yatırım fırsatlarını değerlendirmek için dikkate almaktadır. Türkiye'nin BIST 100 endeksi ve diğer ülkelerin endeksleri de benzer şekilde, yatırımcıların yerel ve küresel piyasa trendlerini analiz etmelerinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu endekslerin performansı, sadece ilgili ülkenin ekonomik sağlığını değil, aynı zamanda küresel finansal piyasalarda meydana gelen değişikliklerin etkilerini de yansıtarak yatırım kararlarını şekillendirmektedir. Belirtilen endeksler gösterge endeksi niteliği taşımaktadır. Bir gösterge endeksi, belirli bir piyasanın, sektörün veya ekonominin genel performansını ölçmek amacıyla kullanılan bir referans noktasıdır. Bu nedenlerle ilgili endekslerin ülkelere ait borsaları temsil ettiği düşünülmektedir. Ülkeler için farklı endekslerin kullanılması mümkündür. Fakat çalışma kapsamındaki değerlendirmeler ilgili endeksler üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bu durum çalışmanın bir kısıtını oluşturmaktadır. Literatürde ilgili endeksleri dikkate alan çok sayıda çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle seçilen endekslerin kullanılmasının uygun olduğu düşünülmektedir.

Analiz kapsamında kullanılan değişkenler ve bu değişkenlere ait gerekli açıklamalara Tablo 2.'de yer verilmiştir.

Tablo 2. Değişkenlere Ait Açıklamalar

No	Değişken	Açıklama
(1)	Borsa Endeksi	İlgili ülkelere ait yıllık borsa endeks değerleri
(2)	Askeri Harcama	İlgili ülkelere ait yıllık askeri harcamaları ($)
(3)	Enerji Tüketimi	Kişi başına birincil enerji tüketimi (kWh/kişi)
(4)	Portföy Yatırımları	Hisse senedi ve borçlanma senetlerindeki işlemleri kapsar ($)
(5)	Enflasyon	İlgili ülkelere ait yıllık tüketici fiyat endeksleri
(6)	GSYİH	İlgili ülkelere ait yıllık GSYH ($)

İncelenen 9 ülkeye ait veri seti 2006-2022 yıllarını kapsamakta ve 153 gözlemden oluşmaktadır. Ullah vd. (2020), çalışmalarında enflasyon verisine, DiPietro vd. (2008) ise enerji tüketim verisine yer vermişlerdir. Bir ekonomide, tüketim düzeyindeki artış, üretimde girdi olarak kullanılan enerji miktarını artırmakta ve bu durum, firmaların ürettiği mal ve hizmet miktarını, kârlılıklarını ve dolayısıyla ekonomik büyümeye etki etmektedir. Ekonomik büyümenin, ekonominin genel durumu açısından bir barometre olarak değerlendirilen borsa üzerinde olumlu bir etki yaratması beklenmektedir. Bu kapsamda Ersoy ve Ünlü (2013) çalışmalarında BIST 100 Endeksi'den enerji tüketimine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu ortaya koymuşlardır. Tekin ve Yener (2018) ise Türkiye, BRICS ve G7 ülkelerindeki borsa endeksleri ile ülkelerin GSYİH değerleri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir ve hisse senedi fiyatlarının artması ekonomik büyümeyi de beraberinde getirdiğini ifade etmişlerdir. Elylasov vd. (2024) ise savunma harcamaları ile GSYİH arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit etmişlerdir. Borsa ile enflasyon arasındaki ters yönlü anlamlı ilişkilerin varlığı; Lintner (1975), Jaffe ve Mandelker (1976), Bodie (1976), Fama ve Schwert (1977), Fama (1981) çalışmalarında ortaya koyulmaktadır. Enflasyon oranı, makroekonomik dengeleri ve reel getiri beklentilerini etkilemektedir. Yüksek enflasyon, piyasa istikrarsızlığı yaratabilir ve borsa endekslerini baskılayabilmektedir. Telek vd. (2020) yabancı portföy yatırımları ile BIST100 arasında eşbütünleşme ilişkisi tespit etmişlerdir. Haider vd. (2017) ise yabancı portföy yatırımlarının borsa performansını artırdığını belirtmişlerdir.

Bu çalışmanın temel amacı, G8 ülkelerinde askeri harcamaların borsa endeksleri üzerindeki etkisini incelemektir. Literatürde, askeri harcamaların yanı sıra modelde kullanılan diğer değişkenlerin de borsa endekslerini etkileyen önemli faktörler arasında yer aldığı görülmektedir. Bu nedenle, modelin açıklayıcılığını artırmak amacıyla birden fazla bağımsız değişken analize dahil edilmiştir. Değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 3.'de gösterilmektedir.

Tablo 3. Tanımlayıcı İstatistikler

No	Değişken	Ortalama	Standart Sapma	En Küçük Değer	En Büyük Değer
(1)	Borsa Endeksi	7632.416	8532.339	268.64	41797.88
(2)	Askeri Harcama	1.15e+11	2.09e+11	1.06e+10	8.77e+11
(3)	Enerji Tüketimi	52020.37	26545.09	15888.1	119158.6
(4)	Portföy Yatırımları	-4.34e+10	1.86e+11	-8.08e+11	2.83e+11
(5)	Enflasyon	3.811225	6.747532	-1.352837	72.30884
(6)	GSYİH	0.0210912	0.0109632	0.0088499	0.0542515

Birçok ülkeye ait değişkenlerin ele alınması ve zaman boyutu nedeniyle çalışmada panel veri analizi kullanılmıştır. Panel veri analizi, zaman serisi ve yatay kesit verisinin birlikte kullanılmasına olanak tanımaktadır. Zaman boyutunu barındıran ve yatay kesit verilerle oluşturulan panel veri modelleri yardımıyla değişkenler arasında tahmin gerçekleştirilebilmektedir. Panel veri modeline ait denklem aşağıdaki gibidir (Tatoğlu, 2018: 4).

$$Y_{it} = \alpha_{it} + \beta_{it} X_{it} + u_{it} \quad (1)$$

Burada, *Y*, bağımlı değişkeni; *X*, bağımsız değişkeni; α, sabit parametre; β, eğim parametrelerini ve *u* hata terimini göstermektedir. Birey, firma, ülke, şehir gibi birimleri ile gün, ay, yıl gibi zaman boyutu ise *t* ile ifade edilmektedir. Bu çalışmada değişkenlere ait veriler zaman bakımından yıllık verilerden oluşmaktadır. Bu kapsamda model için kurgulanan panel veri modeli aşağıdaki gibidir.

$$\text{lnBorsa Endeksi}_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 \text{lnAskeri Harcama}_{it} + \beta_2 \text{LnEnerji Tüketimi}_{it} + \beta_3 \text{Portföy Yatırımları}_{it} + \beta_4 \text{Enflasyon}_{it} + \beta_5 \text{GSYİH}_{it} + u_{it} \quad (2)$$

Ayrıca askeri harcamaların borsa endeksleri üzerinde etkisinin ülkeler bazında farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla modele interaksiyon terimi eklenerek her bir ülke için model kurulmuştur. Denklemde D it, ilgili ülkeye ait kukla değişkenleri ifade ederken interaksiyon terimi her bir ülkeye ait askeri harcama değişkenin kukla değişken ile çarpımından elde edilmiştir. Çınar ve Yılmaz (2017), Dinçergök (2015), Aklan vd. (2014) çalışmalarında interaksiyon terimini modele dahil etmişlerdir. Panel veri analizinde, bireyler (şirketler, ülkeler, sektörler vb.) arasında farklılıklar olabilmektedir. İnteraksiyon terimi, bu tür farklılıkların etkilerini modellemek için kullanılmaktadır.

$$\text{lnBorsa Endeksi}_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 \text{lnAskeri Harcama}_{it} + \beta_2 \text{LnEnerji Tüketimi}_{it} + \beta_3 \text{Portföy Yatırımları}_{it} + \beta_4 \text{Enflasyon}_{it} + \beta_5 \text{GSYİH}_{it} + \beta_5 (D_{it} * \text{lnAskeri Harcama(ülke)}_{it}) + u_{it} \quad (2)$$

Çalışma kapsamında borsa endeksi, askeri harcamalar ve enerji tüketimine ait verilerin logaritmik değerleri dikkate alınmıştır. Bu kapsamda ele alınan modele ilişkinin araştırma için yapılan panel veri analizine ait adımlara bir sonraki bölümde yer verilmektedir.

Analiz ve Bulgular

Panel veri modelinde regresyon analizinden önce izlenmesi gereken bazı adımlar bulunmaktadır. İlk olarak değişkenlere ait durağanlığın test edilmesi gerekmektedir. Bu amaçla, geliştirilen birçok panel birim kök testi bulunmaktadır. Panel serilerde birimler arası korelasyonun varlığına göre farklı birim kök testleri geliştirilmiştir. Birimler arası korelasyonun olmadığı durumda kullanılan testler birinci kuşak, birimler arası korelasyonun olması durumda kullanılan testler ise ikinci kuşak panel birim kök testleri olarak adlandırılmaktadır (Şak, 2018, s. 262). Hangi kuşak panel birim kök testinin kullanılacağının belirlenmesi amacıyla Peseran (2004) CD testi gerçekleştirilmiştir. Test sonuçları aşağıdaki Tablo 4.'de gösterilmektedir.

Tablo 4. Peseran (2004) CD Testi Sonuçları

	t(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
CD test istatistiği	14.64*	7.83*	7.19*	0.63	16.33*	4.09*
Not: * p<0.01, ** p<0.05, *** p<0.1						

Tablo 4.'de gösterilen test sonuçlarına portföy yatırımları hariç diğer tüm değişkenlerde birimler arası korelasyon olduğu ve bu nedenle ikinci kuşak panel birim kök testlerinin kullanılmasının uygun olacağı anlaşılmaktadır. Portföy yatırımları için birinci kuşak panel birim kök testlerinin kullanılması gerekmektedir. Bu kapsamda Levin, Lin ve Chu (LLC) panel birim kök testi uygulanmıştır. Levin, Lin ve Chu (LLC) birim kök testi, panel veri setlerinde durağanlık analizi yapmak için kullanılan bir istatistiksel yöntemdir. Bu test, zaman serisi verilerinin durağan olup olmadığını belirlemek amacıyla uygulanmaktadır; çünkü durağan olmayan verilerle yapılan analizler yanıltıcı sonuçlar doğurabilmektedir. LLC testi, değişkenlerin birim kök içerip içermediğini test ederek, ekonometrik modellemelerde güvenilir sonuçlar elde edilmesine yardımcı olmaktadır.

Tablo 5. Birim Kök Testi Sonuçları

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	d1(5)	d2(5)	(6)
LLC test istatistiği	-1.9596**	-1.3482***	-1.7327**	-5.5246*	9.8513	4.1127	-3.4441*	-1.7252**
Not: * p<0.01, ** p<0.05, *** p<0.1								

Buna göre Tablo 5.'de verilen istatistik değerleri incelendiğinde tüm değişkenlerin düzeyde durağan olmadığı saptanmıştır. Düzeyde durağan olmayan değişkenin (Enflasyon) birinci farkı ve ikinci farkı alınarak birim kök testleri tekrarlanmıştır. Enflasyon değişkeninin ikinci farkta durağan olduğu tespit edilmiştir. Son durumda tüm değişkenlerin durağan olduğu saptanmıştır. Bu kapsamda gerçekleştirilecek analizlerde Enflasyon değişkenin ikinci farkı ile devam edilecektir. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen korelasyon matrisi ve panel veri analizine ait bulgular sırasıyla aşağıda yer verilerek elde edilen bulgular açıklanmıştır.

Tablo 6. Korelasyon Matrisi

No	Değişken	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
(1)	lnBorsa Endeksi	1.000					
(2)	lnAskeri Harcama	0.008	1.000				
(3)	lnEnerji Tüketimi	-0.276	0.405	1.000			
(4)	Portföy Yatırımları	0.223	-0.474	-0.245	1.000		
(5)	d2Enflasyon	-0.473	0.659	0.185	-0.388	1.000	
(6)	GSYH	0.030	-0.110	-0.112	0.002	-0.092	1.000
							Ortalama VIF: 1.49

Değişkenler arasında yüksek ilişkinin varlığı çoklu doğrusal bağlantı sorununa sebebiyet vermektedir. Bu sorun regresyon model sonuçlarını da etkileyecektir. Bu kapsamda, Gujarati ve Porter (2009)'a göre değişkenler arasında 0.80'in üzerinde korelasyon olması durumunda çoklu doğrusal bağlantı sorunu ile karşılaşılacaktır. Tablo 6.'da oluşturulan korelasyon matrisi sonuçlarına göre katsayıların belirtilen değerin (0.80) altında olduğu ve çoklu doğrusal bağlantı sorunun olmadığı saptanmıştır. Kleinbaum, Kupper ve Muller (1998)'a göre bağımsız değişkenlere ait VIF değerlerinin 10'u geçmemesi durumunda çoklu doğrusal bağlantı probleminden bahsedilemeyeceği belirtmiştir. Ortalama VIF değeri ise 1.49'dur. Bu kapsamda, analiz için kullanılacak modelde çoklu doğrusal bağlantı probleminin olmadığı ifade edilebilir.

Panel veri analizinde kullanılabilecek tahmincilerden (klasik, sabit etkiler ve tesadüfi etkiler)

uygun olanın seçilerek regresyon modelinin kurulması gerekmektedir. İlgili tahminciler arasında seçim yapılması birtakım testler yardımıyla sağlanabilmektedir. Buna göre klasik model ile sabit etkiler modeli arasında seçim için F testi, klasik model ile tesadüfi etkiler modeli arasında seçim için LR testi kullanılmaktadır (Tatoğlu, 2018, s. 173). Ayrıca klasik modelin uygun olmadığı durumlarda sabit etkiler modeli ile tesadüfi etkiler modeli arasında seçim yapılması amacıyla Hausman testinden yararlanılmaktadır. Hausman testi olasılık değerinin 0.05'ten büyük çıkması durumunda tesadüfi etkiler modeli kullanılması gerekmektedir. Tersi durumda ise sabit etkiler modeli ile analizlere devam edilmesi uygun olmaktadır. İlgili testlere ait sonuçlar aşağıdaki Tablo 7.'de gösterilmektedir.

Tablo 7. Uygun Regresyon Modelinin Belirlenmesi

BİRİM ETKİ (Prob>F)	**ZAMAN ETKİ (Prob>Chibar2)**
Sabit Etkiler (F Testi)	
Olasılık Değeri: 0.0000 H_0: Birim etkiler önemli değildir.	Olasılık Değeri: 0.8154 H_0: Zaman etkiler önemli değildir.
Tesadüfi Etkiler (LR Testi)	
Olasılık Değeri: 0.0000 H_0: Birim etkiler önemli değildir.	Olasılık Değeri: 1.0000 H_0: klasik model doğrudur.
Hausman Testi (Prob>chi2)	
Olasılık Değeri: 0.6880 H_0: Katsayılar arasındaki fark sistematik değildir.	

Tablo 7.'de analiz sonuçları gösterilen F testi, LR testi ve Hausman testi sonuçlarına göre tesadüfi etkiler modeli ile devam edilmesinin uygun olduğu tespit edilmiştir. F testi ile elde edilen olasılık değerleri birim etki varlığı belirlenmiştir. Ayrıca LR testi sonuçlarına göre de birim etki varlığı tespit edilmiştir. Her iki durumda elde edilen sonuçlar klasik modelin uygun olmadığını göstermektedir.

Tablo 7.'de gerçekleştirilen test sonuçlarında birim ve/veya zaman etkilerin olduğu anlaşılmışsa, bu etkinin sabit mi tesadüfi olduğuna karar verilmesi gerekmektedir (Tatoğlu, 2018, s.184). Regresyon modelinin bu iki tahminciden hangisiyle kurulacağının belirlenmesi amacıyla tahminciler arasında seçimin yapılabilmesi için Hausman (1978) testi kullanılmıştır. Bu kapsamda gerçekleştirilen Hausman testi sonuçlarına göre (0.6880) tesadüfi etkiler modeli ile analize devam edilmesinin uygun olduğu belirlenmiştir.

Tesadüfi etkiler modeline ait regresyon modeli sonuçları analiz edilmeden öncebakılması gereken son durum modele ait temel varsayım testlerinin gerçekleştirilmesidir. Bu nedenle modelde heteroskedastisite (değişen varyans), otokorelasyon ve birimler arası korelasyon varlığı incelenmiştir. Gerçekleştirilen testler ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 8.'de gösterilmektedir.

Tablo 8. Tesadüfi Etkiler Modelinin Temel Varsayım Testleri

Heteroskedastisite (Levene, Brown ve Forsythe Testi)	**Otokorelasyon (Durbin-Watson Testi)**	**B. A. Korelasyon (Pesaran CD Test)**
W0 = Pr > F = 0.00000003 W50 = Pr > F = 0.00072003 W10 = Pr > F = 0.00000035	Durbin-Watson = 0.71104254 Baltagi-Wu LBI = 1.0790865	p-value = 0.0000
H_0: Değişen varyans yoktur.	Değerler 2'den küçükse, otokorelasyon var.	H_0: Birimler arası korelasyon yoktur.

Tablo 8.'deki sonuçlar incelendiğinde heteroskedastisite için gerçekleştirilen Levene, Brown ve Forsythe Testi (Levene, 1960; Brown ve Forsythe, 1974) sonuçlarına göre değişen varyans olduğu tespit edilmiştir. Otokorelasyon için Bhargava, Franzi ve Narendranathan'ın Durbin-Watson ve Baltagi-Wu'nun yerel en iyi değişmez testleri uygulanmıştır. Bulunan değer 2'den küçük ise otokorelasyon olduğu yorumu yapılabilmektedir (Tatoğlu, 2018, s. 226). Bu sonuçlar incelendiğinde Durbin-Watson ve Baltagi-Wu LBI test istatistiğine göre otokorelasyon olduğu görülmektedir. Son olarak birimler arası

korelasyon olup olmadığının belirlenmesi için Pesaran CD Test kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre birimler arası korelasyon olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda araştırılan varsayımlardan heteroskedastisite, otokorelasyon ve birimler arası korelasyon varlığı tespit edilmiştir. Bu sorunları dikkate alarak regresyon analizinin gerçekleştirilmesini sağlayan Driscoll-Kraay (1998) dirençli tahmincisine ait sonuçlar aşağıda gösterilmektedir.

Tablo 9. Regresyon Tahmin Sonuçları

(1)	**lnBorsa Endeksi**	**Katsayı**	**Sdt.Hata**	**t**	**P>t**
(2)	lnAskeri Harcama	0.515	0.167	3.080	0.008
(3)	lnEnerji Tüketimi	-0.868	0.404	-2.150	0.049
(4)	Portföy Yatırımları	0.000	0.000	1.960	0.071
(5)	d2Enflasyon	-48.903	9.866	-4.960	0.000
(6)	GSYİH	0.023	0.010	2.220	0.043
	Sabit Terim	5.887	6.016	0.980	0.344
	Gözlem Sayısı (N)	135			
	R^2 Değeri	0.5276			
	Prob > chi^2	0.0000			

Yukarıda verilen Tablo 9.'daki sonuçlara göre panel regresyon modelinin %1 anlam düzeyinde (Prob>chi^2 =0.0000) anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Modelin açıklama gücü %52,76 (R^2 Değeri)'dir. Askeri Harcama değişkenin katsayısı 0.515 ve p-değeri 0.003'tür. Elde edilen sonuç Askeri Harcama'nın Borsa Endeksi üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğunu göstermektedir.Bu durum Solarin ve Sahu (2015)'nun yapmış olduğu çalışmanın sonuçları ile farklılık taşımasına rağmen DiPietro vd. (2008) çalışmasıyla benzerlik taşımaktadır. Elde edilen diğer sonuçlara göre borsa endeksleri ile analize dahil edilen diğer değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır. Enerji tüketimin borsa endeksi üzerindeki etkisi negatif yöndedir ve bu etki de istatistiksel olarak anlamlıdır (katsayı: -0.868, p=0.049). Enflasyonun borsa endeksi üzerindeki etkisi oldukça güçlü ve negatiftir; bu ilişkinin anlamlılığı yüksek düzeydedir (katsayı: -48.903, p=0.000). Öte yandan, Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH) değişkeninin borsa endeksi üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı ve pozitiftir (katsayı: 0.023, p=0.043).

Tablo 10. Savunma Harcamalarının Ülke Bazında Borsa Endeksleri Üzerine Etkileri

Model Numarası	**Ülke**	**lnAskeri Harcama(ülke) Katsayısı**	**Model P>t**	**Model R^2 Değeri**	**Model Prob > chi2**
1	Almanya	0.024	0.064	0.5158	0.0000
2	Amerika Birleşik Devletleri	-0.076	0.004	0.6832	0.0000
3	Fransa	0.003	0.626	0.5223	0.0000
4	Japonya	0.043	0.150	0.4982	0.0000
5	Kanada	-0.079	0.066	0.6311	0.0000
6	Rusya	-0.017	0.440	0.4626	0.0000
7	Türkiye	-0.131	0.000	0.8741	0.0000
8	İngiltere	0.014	0.670	0.5104	0.0000
9	İtalya	0.066	0.000	0.6900	0.0000

Yukarıda tabloda savunma harcamalarının ülke bazında borsa endeksleri üzerine etkileri gösterilmektedir. Katsayılar borsa endeksleri ile savunma harcamaları arasında pozitif veya negatif etkinin yönünü ifade etmektedir. Fakat olasılık değerleri (P>t) 0.05'in üzerinde olan modellerin katsayıları istatistiksel olarak anlamlı değildir. Buna göre Model 2, 7 ve 9 istatistiksel olarak anlamlıdır.

Başka bir ifadeyle Amerika, Türkiye ve İtalya'da savunma harcamalarının borsa endeksleri üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlıdır. Buna göre Amerika Birleşik Devletleri ve Türkiye'nin yapmış olduğu savunma harcamaları borsa endekslerini negatif etkilerken İtalya'nın yapmış olduğu savunma harcamaları ise borsa endeksini pozitif etkilediği tespit edilmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Askeri harcamaların artması savunma sanayi şirketlerinin finansal performansının iyileşmesine yardımcı olabilmektedir. Bu durumda, ilgili şirketlerin hisse senetleri de değer kazanabilmektedir. Bazı borsa endeksleri ise savunma sektörü şirketlerinin dahil edilmesiyle oluşturulabilir. Askeri harcamalarda meydana gelen değişiklikler ise bu endeksler üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olabilecektir. Ayrıca askeri harcamalar, küresel ölçekte bir gerilim, ülkeler arasındaki güvenlik endişeleri ile yakından ilgilidir. Jeopolitik faktörler nedeniyle risk algısı değişebilmektedir. Bu gibi durumların söz konusu olması, yatırımcıların savunma sektöründe hizmet gösteren şirketlere yönelmesine neden olabilecektir. Bu da savunma sektörü şirketlerinin hisse senetlerinde artışa neden olabilecektir. Yatırımcı algısı bunun tam tersi yönünde de olabilir. Güvenlik endişelerinin artması nedeniyle yapılan yüksek askeri harcamalar, yatırımcıların piyasaya olan güvenini azaltabilecektir. Bu durumda borsa endekslerinde düşüş yaşanması mümkündür.

Bu çalışmada G8 ülkeleri ve Türkiye'nin askeri harcamalarının borsa endeksleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Panel veri analizi sonucunda askeri harcamalar ile borsa endeksleri arasında genel olarak pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Ancak ülke bazlı analizler, bu etkinin ülkeden ülkeye farklılık gösterebileceğini ortaya koymuştur. Analize dahil edilen tüm ülkeler açısından bakıldığında elde edilen bulgular artan savunma harcamalarının borsa endekslerini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Bu sonuç Solarin ve Sahu (2015) çalışmasıyla farlılık gösterirken, DiPietro vd. (2008) çalışmasından benzerlik göstermektedir. Literatürde savunma harcamalarının borsalar üzerine olan etkilerinin araştırıldığı çalışma sayının azlığı nedeniyle tam bir karşılaştırma yapılamaması bu çalışmanın kısıtlarından biridir. Fakat çalışmanın G8 ülkeleri ve Türkiye üzerine yapılması açısından literatürden farklılaşmaktadır. Bu kapsamda savunma harcamalarının borsa endeksleri üzerine etkisinin incelenmesi açısından farklı bir bakış açısı sunması nedeniyle önem arz etmektedir.

Çalışma kapsamında her bir ülkenin yapmış olduğu savunma harcamalarının borsa endeksleri üzerine etkisi de araştırılmıştır. Savunma harcamalarının ilgili ülkelerin borsa endeksleri üzerindeki etkisi, ekonomilerin yapısal dinamiklerine ve yatırımcı algısına bağlı olarak farklılık gösterdiği ifade edilebilir. Amerika Birleşik Devletleri, Türkiye ve İtalya gibi ülkelerde savunma harcamalarının ilgili borsa endeksleri üzerindeki etkisi anlamlı ve güçlü bir şekilde gözlemlenirken; Almanya, Fransa, Japonya, Kanada, Rusya ve İngiltere gibi diğer ülkelerde anlamlı bir etkinin varlığına ulaşılamamıştır. Amerika Birleşik Devletleri örneğinde, savunma harcamalarının borsa üzerinde negatif bir etkisi olduğu görülmektedir. Kamu harcamalarına tahsis edilen bütçenin artırılması özel sektör yatırımlarını da dolaylı olarak etkileyebilir. Yatırımcılar, savunma harcamalarının finansmanı için vergilerin artırılabileceği veya borçlanmanın artabileceği kaygısıyla risk algısını yükseltebilirler. Bu da ekonomik faaliyetlerin genel dengesi üzerinde baskı yaratarak borsa performansını olumsuz yönde etkileyebilir. Bu bağlamda, savunma harcamaları artışının yatırımcı güveni ve ekonomik kaynakların etkin dağılımı üzerindeki potansiyel etkileri dikkatle değerlendirilmelidir. Benzer şekilde Türkiye'de savunma harcamalarının negatif etkisi, artan harcamaların makroekonomik riskleri artırdığı ve yatırımcılar arasında belirsizliği yükselttiği bir ortamı işaret ettiği yorumu yapılabilir. İtalya'da ise savunma harcamalarının olumlu etkisi, ülkenin teknoloji ve sanayi altyapısına yatırım yapan savunma projelerinin piyasalarda pozitif bir algı oluşturmasıyla açıklanabilir.

Sonuç olarak, analize dahil edilen 9 ülke için savunma harcamalarının borsa endeksleri üzerindeki etkileri bir bütün olarak bakıldığında anlamlıdır. Fakat ülkeler bazında değerlendirildiğinde durum farklılaşmaktadır. Elde edilen bulgular, yatırımcıların ülke bazlı riskleri değerlendirirken savunma harcamalarının potansiyel etkilerini göz önünde bulundurmasının önemli olduğunu göstermektedir.

Bundan sonraki çalışmalarda ülke çeşitlendirilmesi, farklı borsa endekslerinin dikkate alınması veya tek bir ülke üzerine araştırmalar gerçekleştirilebilir. Jeopolitik konumu nedeniyle, komşu ülkelerde

karışıklık ve savaş gibi nedenlerle bazı ülkeler askeri harcamalarını yüksek tutmak zorunda kalabilirler. Ülkenin gelişmişlik seviyesi de yapılan askeri harcamaların tutarlarını etkileyebilir. Bu nedenle ülkelerin içinde bulundukları farklı durumlar göz önüne alınarak yapılacak bir sınıflandırma ile ülke grupları için analizler tekrarlanabilir.

Kaynakça

ABDELFATTAH, Y. M., ABU-QARN, A. S., DUNNE, J. P., & ZAHER, S. (2014). The demand for military spending in Egypt. *Defence and Peace Economics*, 25(3), 231-245. doi: 10.1080/10242694.2013.763454

AKLAN, N. A., AKAY, H. K., & ÇINAR, M. (2014). Türkiye'de para politikalarının bankaların risk yüklenimleri üzerindeki etkileri. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(21), 1-17. https://doi.org/10.11122/ijmeb.2014.10.21.476

ALEXANDER, W. R. J. (2013). Military spending and economic growth in South Asia: comment and reconsideration. *Defence and Peace Economics*, 24(2), 173-178. doi: 10.1080/10242694.2012.679832

ALİ, H. E. (2012). Military expenditures and inequality in the Middle East and North Africa: a panel analysis. *Defence and Peace Economics*, 23(6), 575-589. doi: 10.1080/10242694.2012.663578

ANDREEV, V. O., TINYAKOV, S. E., PARAHIN, G. P., & OVCHINNIKOVA, O. P. (2009). An application of EVT, GPD and POT methods in the russian stock market (RTS index). *GPD and POT Methods in the Russian Stock Market (RTS Index)(November 17, 2009)*. doi: 10.2139/ssrn.1507678

ANTONIOU, A., & HOLMES, P. (1995). Futures trading, information and spot price volatility: Evidence for the FTSE-100 stock index futures contract using GARCH. *Journal of Banking & Finance*, *19*(1), 117-129. doi: 10.1016/0378-4266(94)00059-C

BODIE, Z. (1976). Common stocks as a hedge against inflation. *The Journal of Finance*, 31(2), 459-470. doi: 10.2307/2326617

BORA, Ö. (2023). Türkiye ve G8 ülkelerinin deniz ticaret filoları ve limanlarının karşılaştırılması. *Yalvaç Akademi Dergisi*, 8(1), 20-30. doi: 10.57120/yalvac.1219632

BOUZGUENDA, M., & JARBOUI, A. (2024). Quantile connectivity between cryptocurrency, commodities, gold and BRICS index: what is the best investment strategy?. *Eurasian Economic Review*, 1-37. doi: 10.1007/s40822-024-00290-y

BROWN, M.B. and Forsythe, A.B. (1974) The small sample behavior of some statistics which test the equality of several means. *Technometrics*, 16, 129-132. doi: 10.1080/00401706.1974.10489158.

BÜHLER, W., & KEMPF, A. (1995). DAX INDEX FUTURES: MISPRICING AND ARBITRAGE IN GERMAN MARKETS. *Journal of Futures Markets*, *15*(7). doi: 10.1002/fut.3990150706

CAPELLE-BLANCARD, G., & CHAUDHURY, M. (2001). Efficiency tests of the French index (CAC 40) options market, 1-53. doi: 10.2139/ssrn.283695

CAPPELEN, Å., GLEDITSCH, N. P., & BJERKHOLT, O. (1984). Military spending and economic growth in the OECD countries. *Journal of Peace Research*, 21(4), 361-373. doi: 10.1177/002234338402100404

ÇINAR, M., & YILMAZ, A. (2017). Terör olaylarının döviz piyasası oynaklığı üzerindeki etkisi: Türkiye örneği. *International Journal of Academic Value Studies*, 3(13), 55-66. doi: http://dx.doi.org/10.23929/javs.351

DESTEK, M. A. (2016). NATO ülkelerinde askeri harcamalar ve ekonomik büyüme ilişkisi: yatay kesit bağımlılığı altında panel veri analizi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme* Dergisi, 12(28), 209-223. doi: 10.17130/ijmeb.20162819853

DIPIETRO, W. R., ANORUO, E., & SAWHNEY, B. (2008). The effect of the size of the military on stock market performance in the United States and the UK. *Kyklos*, 61(1), 33-44, doi: 10.1111/j.1467-6435.2008.00391.x.

DİNÇERGÖK, B. (2015). Yatırım, kaldıraç ve büyüme fırsatları: BIST imalat sektörü firmalarında bir uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (68), 83-98. doi: 10.25095/mufad.396626

DİŞKAYA, F., EMİR, S., & ORHAN, N. (2011). Measuring the technical efficiency of telecommunication sector within global crisis: comparison of G8 countries and Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24, 206-218. doi: 10.1016/j.sbspro.2011.09.037

DRISCOLL, J. C., & KRAAY, A. C. (1998). Consistent covariance matrix estimation with spatially dependent panel data. *Review of Economics and Statistics*, 80(4), 549-560. doi: 10.1162/003465398557825

DUNNE, J. P., NIKOLAIDOU, E., & Chiminya, A. (2019). Military spending, conflict and external debt in Sub-Saharan Africa. *Defence and Peace Economics*, 30(4), 462-473. doi: 10.1080/10242694.2018.1556996

DUNNE, P., & WATSON, D. (2000). Military expenditure and employment in South Africa. *Defence and peace economics*, 11(4), 587-596. doi: 10.1080/10430710008404968

ELNAHASS, M., JIA, X., & CRAWFORD, L. (2024). Disruptive technology and audit risks: Evidence from FTSE 100 companies. *Emerging Markets Review*, 101218. doi: 10.1016/j.ememar.2024.101218

ERSOY, E., & ÜNLÜ, U. (2013). Energy consumption and stock market relationship: evidence from Turkey. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 3(4), 34-40. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/361260

EYLASOV, N., ŞAHİNLER, A. N., KILIÇ, R., GASİM, N. (2024). BRICS+T ülkelerinde finansal gelişme ve askeri harcamaların GSYİH üzerindeki etkisi: Fourier Bootstrap ARDL yaklaşımı. *Journal of Management and Economics*, 31(3), 543-572. doi: 10.18657/yonveek.1270661

FAMA, E. F. (1981). Stock returns, real activity, inflation, and money. *American Economic Review*. https://www.jstor.org/stable/1806180

FAMA, E. F., & SCHWERT, G. W. (1977). Asset returns and inflation. *Journal of Financial Economics*, 5(2), 115-146. doi: 10.1016/0304-405X(77)90014-9

FARZANEGAN, M. R. (2014). Military spending and economic growth: the case of Iran. *Defence and Peace Economics*, 25(3), 247-269. doi: 10.1080/10242694.2012.723160

FRINO, A., & GALLAGHER, D. (2001). Tracking S&P 500 index funds. *Journal of portfolio Management*, *28*(1). doi: 10.3905/jpm.2001.319822

GREENWOOD, R. (2008). Excess comovement of stock returns: Evidence from cross-sectional variation in Nikkei 225 weights. *The review of financial studies*, *21*(3), 1153-1186. doi: 10.1093/rfs/hhm052

GUJARATİ, D.N. ve PORTER, D.C. (2009). Basic econometrics (Fifth Edition). New York, USA: McGraw-Hill Irwin.

HAIDER, M. A., KHAN, M. A., SADDIQUE, S., & HASHMI, S. H. (2017). The impact of stock market performance on foreign portfolio investment in China. *International journal of economics and financial issues*, 7(2), 460-468. https://www.econjournals.com/index.php/ijefi/article/view/3979

HARADA, K., & OKIMOTO, T. (2021). The BOJ's ETF purchases and its effects on Nikkei 225 stocks. *International Review of Financial Analysis*, *77*, 101826. doi: 10.1016/j.irfa.2021.101826

HAUSMAN, J.A. (1978). Specification tests in econometrics. *Econometrica*, 46(6), 1251-1271. doi: 10.2307/1913827

HEO, U. (1996). The political economy of defense spending in South Korea. *Journal of Peace Research*, 33(4), 483-490. doi: 10.1177/0022343396033004008

HOU, N., & CHEN, B. (2013). Military expenditure and economic growth in developing countries: Evidence from system GMM estimates. *Defence and peace economics*, 24(3), 183-193. doi: 10.1080/10242694.2012.710813

https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?end=2022&most_recent_value_desc=true&start=1960

KARAGÖL, E. (2005). Defence expenditures and external debt in Turkey. *Defence and Peace Economics*, 16(2), 117-125. doi: 10.1080/10242690500070045

KAWALLER, I. G., KOCH, P. D., & KOCH, T. W. (1987). The temporal price relationship between S&P 500 futures and the S&P 500 index. *The Journal of Finance*, *42*(5), 1309-1329. doi: 10.2307/2328529

KLEINBAUM, D., KUPPER, L. L. ve MULLER, K. E. (1998). Applied Regression Analysis and Other Multivariable Methods (2nd Edition). Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.

KOLLAS, C., KYRTSOU, C., & PAPADAMOU, S. (2013). The effects of terrorism and war on the oil price–stock index relationship. *Energy Economics*, *40*, 743-752. doi: 10.1016/j.eneco.2013.09.006

KONAK, F., & DUMAN, D. (2019). Terör Saldırılarının Finansal Piyasalara Etkisi: Borsa İstanbul 100 Endeksi Üzerine Bir Uygulama 1. *Third Sector Social Economic Review*, *54*(2), 874-896. doi: 10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.19.04.1048

KORKMAZ, Ö., ERER, D., & ERER, E. (2017). Terör olaylarının finansal piyasalar üzerine etkisi. *Sosyoekonomi*, *25*(1). doi: 10.17233/sosyoekonomi.281942

LEE, C. T. (2022). Military Spending and Employment. *Defence and Peace Economics*, 33(4), 501-510. doi: 10.1080/10242694.2021.1873660

LEVENE, H. (1960) Robust Tests for Equality of Variances. In: Olkin, I., Ed., Contributions to Probability and Statistics, Stanford University Press, Palo Alto, 278-292.

LEVIN, A., C.-F. Lin, and C.-S. J. Chu (2002). Unit root tests in panel data: asymptotic and finite-sample properties. *Journal of Econometrics*. 108: 1–24. doi: 10.1016/S0304-4076(01)00098-7.

LINTNER, J. (1975). Inflation and security returns. *The Journal of Finance*, 30(2), 259-280. doi: 10.1111/j.1540-6261.1975.tb01809.x

LOONEY, R. E. (1998). Defense expenditures and macroeconomic stabilization in pakistan: a test of the military keynesianism hypothesis. *Rivista Internazionale di Scienze Economiche e Commerciali*, 45, 599-614. https://hdl.handle.net/10945/40642

MERBECKS, U. (2024). Corporate digital responsibility (CDR) in Germany: Background and first empirical evidence from DAX 30 companies in 2020. *Journal of Business Economics*, *94*(7), 1025-1049. doi: 10.1007/s11573-023-01148-6

OTUTEYE, E., & SIDDIQUEE, M. (2013). Examining the performance of a value ınvesting heuristic: evidence from the S&P/TSX 60 from 2001-2011. *Journal of Business Economics and Finance*, *2*(4), 67-81. https://dergipark.org.tr/en/pub/jbef/issue/32413/360480

PAN, Z. (2014). Modelling tail dependence between energy market and stock markets in the BRIC countries. *Applied Economics Letters*, *21*(11), 789-794. doi: 10.1080/13504851.2014.892188

PESARAN, M. H. (2004). General diagnostic tests for cross section dependence in panels. Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=572504 or doi: 10.2139/ssrn.572504.

POLLIN, R., & GARRETT-PELTIER, H. (2009). The U.S. employment effects of military and domestic spending priorities. *International Journal of Health Services*, 39(3), 443-460. https://www.jstor.org/stable/45131150

RAIFU, I. A., & AMINU, A. (2023). The effect of military spending on economic growth in MENA: evidence from method of moments quantile regression. *Future Business Journal*, 9(1), 7. doi: 10.1186/s43093-023-00181-9

RICCIONI, J., & CERQUETI, R. (2018). Regular paths in financial markets: Investigating the Benford's law. *Chaos, Solitons & Fractals*, *107*, 186-194. doi: 10.1016/j.chaos.2018.01.008

SHAHBAZ, M., SHABBIR, M. S., & Butt, M. S. (2016). Does military spending explode external debt in Pakistan?. *Defence and Peace Economics*, 27(5), 718-741. doi: 10.1080/10242694.2012.724878

SMYTH, R., & KUMAR NARAYAN, P. (2009). A panel data analysis of the military expenditure-external debt nexus: Evidence from six Middle Eastern countries. *Journal of peace research*, 46(2), 235-250. https://www.jstor.org/stable/25654382

SOLARIN, S. A., & SAHU, P. K. (2015). The effect of military expenditure on stock market development: panel evidence from system GMM estimates. *Defence and Peace Economics*, 26(3), 271-287. doi: 10.1080/10242694.2014.898384.

SOUISSI, N. (2017). The implied risk neutral density dynamics: Evidence from the S&P TSX 60 index. *Journal of Applied Mathematics*, *2017*(1), 3156250. doi: 10.1155/2017/3156250

ŞAK, N. (2018) Uygulamalı panel veri ekonometrisi, panel birim kök testleri, Ed. S. Güriş, Der Kitabevi, İstanbul.

TASKINSOY, J. (2019). The global competitiveness index: a comparative analysis between TURKEY and G8 nations. Available at SSRN 3500542. Doi: 10.2139/ssrn.3500542TATOĞLU, F.Y. (2018). Panel veri ekonometrisi: stata uygulamalı. Beta Basım Yayım Dağıtım, 4. Baskı. İstanbul.

TEKİN, B., & YENER, E. (2018). BRICS ve G7 ülkeleri ile türkiye'de hisse senetleri piyasaları ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ve eşbütünleşme ilişkilerinin karşılaştırmalı analizi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *20*(3), 535-559. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/636607

TELEK, C., ŞİT, A., & DANACI, M. (2020). Yabancı portföy yatırımlarının borsa üzerine etkisi: Türkiye örneği. *Kilis 7 Aralık Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(19), 164-178. doi: 10.31834/kilissbd.717388

TELLİ, R., & SERİN, Z. V. (2023). A comparative analysis on healthcare spending efficiency among the G-8 countries and Turkey. *Journal of Economic Policy Researches*, 10(1), 281-302. doi: 10.26650/JEPR1227842

THE MINING ASSOCIATION OF CANADA (2023). The Canadian Mining Story: Economic Impacts and Drivers for the Global Energy Transition. https://mining.ca/resources/reports/mac-report-2023/

TOPAL, M. H. (2018). Türkiye'de askeri harcamalar ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin bir analizi (1960-2016). *Maliye Dergis*i, 174, 175-202. https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2019/09/174-09.pdf?csrt=7478947963233924102

ULLAH, A., Zhao, X., KAMAL, M. A., & ZHENG, J. (2020). Modeling the relationship between military spending and stock market development (a) symmetrically in China: An empirical analysis via the NARDL approach. Physica A, *Statistial Mechanics and its Applications*, 554, 124106. doi: 10.1016/j.physa.2019.124106

ÜNLÜ, K. D., POTAS, N., & YILMAZ, M. (2020). Relationships between stock markets: causality between G8 countries and Turkey. In Chaos, Complexity and Leadership 2018: Explorations of Chaotic and Complexity Theory 6 (pp. 67-76). Springer International Publishing.

ÜNSAL, M. E. (2020). G7 ülkelerinde askeri harcamalar ve ekonomik büyüme: Panel veri analizi. *The Journal of Social Science*, 4(7), 25-33. doi: 10.30520/tjsosci.650851

VIJH, A. M. (1994). S&P 500 trading strategies and stock betas. *The Review of Financial Studies*, *7*(1), 215-251. https://www.jstor.org/stable/2962291

WING, M. M. (1991). Defence spending and employment in Indonesia. *Defence and Peace Economics*, 3(1), 83-92. doi: 10.1080/10430719108404716

YAKOVLEV, P. (2007). Arms trade, military spending, and economic growth. *Defence and peace economics*, 18(4), 317-338. doi: 10.1080/10242690601099679

YÜRÜK, M. F. (2022). Rusya-Ukrayna Savaşının Borsa İstanbul BİST 100 Endeksine Etkisinin Olay Çalışması ile Analizi. *Turkish Studies-Economics, Finance, Politics*, *17*(3). doi: 10.7827/TurkishStudies.62043

Summary

Military expenditures are of vital importance to protect the sovereignty and territorial integrity of a country and represent the amount of resources allocated to the defense budget. Expenditures made; It can include military personnel salaries, purchase of military equipment and their development. These resources are used to provide and strengthen the requirements that the army will need. Attacking a country with a strong military would be risky and costly. Because military expenditures increase the country's military power and defense capability, creating a deterrent effect against internal and external threats. Therefore, military expenditures are an important element that contributes to the continuity of peace and stability.

Military expenditures are an important source of income for defense industry companies. These companies produce and sell weapons, military equipment, communications systems and other defense technologies. Therefore, increased military spending may increase the profits of defense industry companies, which may increase interest in companies. This could have a positive impact on capital markets. Investors may tend to invest more in an environment of stability and trust. Capital markets are specialized and organized financial markets and are an important driver of economic growth in countries due to their ability to mobilize both domestic and foreign savings for investment. Stock exchanges, where financial assets traded in the capital market are listed, help investors access information more easily. It helps reduce transaction costs by reducing information asymmetries. It also allows the risk to be distributed. A developed capital market also plays an important role in economic prosperity. Capital markets help companies and public institutions obtain long-term financing. Companies can source their funding needs through capital market instruments such as stocks. These resources can be used to finance new projects or pay debts.

In this context, in this study, the effect of defense expenditures of nine countries, including G8 countries and Turkey, on stock market indices was investigated. Stock market index data used within the scope of panel data analysis was obtained through "Data Stream", military expenditure data was obtained through "SIPRI Military Expenditure Databese" and inflation, portfolio investments and economic growth data were obtained with the help of the databank provided by the "World Bank". Energy consumption values are provided from the data provided by "ourworldindata". The data set for the 9 countries examined covers the years 2006-2022 and consists of 153 observations.

Within the scope of the study, the effects of defense expenditures on stock market indices in various countries were analyzed. It can be argued that the impact of defense expenditures on stock market indices varies depending on the structural dynamics of the economies and investor perceptions. While a significant and robust influence of defense expenditures on stock market indices was observed in countries such as the United States, Turkey, and Italy, no meaningful effect was identified in other countries, including Germany, France, Japan, Canada, Russia, and the United Kingdom.

In conclusion, the findings indicate that the overall impact of defense expenditures on stock market indices is significant across the nine countries analyzed. However, the nature of this effect differs on a country-by-country basis. The results underscore the importance for investors to consider the potential effects of defense expenditures while evaluating country-specific risks.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);79-97
DOI: 10.17336/igusbd.1425597

ORIGINAL ARTICLE / ÖZGÜN ARAŞTIRMA

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Общее Социально-Экономическое Положение Афганистана в 1973-2011 гг. и После 2021 г.

The General Socio-Economic Situation of Afghanistan During 1973-2011 and After 2021

Afganistan'ın 1973-2011 ve 2021 Sonrası Genel Sosyo-Ekonomik Durumu

Yılmaz Ulvi UZUN

Dr., Bitlis Eren University, Bitlis, Türkiye.
✉ yuuzun@beu.edu.tr

Geliş/Received: 25.01.2024
Kabul/Accepted: 23.08.2024

Резюме

Цель: Данное исследование направлено на анализ трансформации социально-экономической структуры Афганистана за периоды 1973-2011 гг. и после 2021 года. Будет проанализировано влияние таких важных исторических переломов, как советская оккупация, гражданские войны, правление талибов и процесс восстановления после 2001 года, на экономическую и социальную структуру страны. В исследовании будут рассмотрены политика развития, права женщин, реформы в сфере образования и здравоохранения в эти периоды, а также влияние правления талибов на изменения в социально-экономическом уровне после 2021 года.

Методология: В данном исследовании трансформация социально-экономической структуры Афганистана в 1973-2011 гг. и после 2021 г. рассматривалась с помощью исторического анализа, описательного анализа и сравнительных методов. Кроме того, для лучшего понимания социально-экономических изменений в соответствующие периоды в исследовании использовались методы обзора литературы и анализа документов.

Выводы: Результаты анализа показывают, что экономическая стагнация и бедность находятся на высоком уровне, наблюдается некоторый прогресс в области прав женщин и образования, но развитие ограничено, сельскохозяйственный сектор сталкивается с серьезными проблемами, международная помощь усиливает экономическую зависимость, а правление талибов после 2021 года негативно сказывается на экономическом коллапсе, росте бедности и правах женщин.

Yılmaz Ulvi Uzun, "The General Socio-Economic Situation of Afghanistan During 1973-2011 and After 2021 ", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 79-97.

Заключение: Как видно, общая социально-экономическая структура Афганистана формировалась под влиянием войн, политических трансформаций и иностранных интервенций. Поэтому можно сказать, что Афганистан еще не стал национальным государством из-за этих проблем, с которыми он сталкивался на протяжении всей истории. Кроме того, несмотря на частичные усилия по развитию после 2001 года, он пережил серьезный экономический спад при правлении талибов после 2021 года. С другой стороны, экономические кризисы, безработица, проблемы безопасности, бедность и ухудшение положения с правами женщин и образованием в стране ставят под угрозу долгосрочные планы развития и роста страны.

Ключевые слова

Афганистан, внешняя помощь, Талибы, социально-экономическое положение, Советский Союз, США.

Abstract

Aim: This study aims to analyze the transformation in Afghanistan's socio-economic structure over the periods 1973-2011 and post-2021. It will analyze the effects of important historical breaks such as the Soviet occupation, civil wars, Taliban rule and the post-2001 reconstruction process on the economic and social structure of the country. The study will address the development policies, women's rights, education and health reforms during these periods, as well as the impact of the post-2021 Taliban rule on changes at the socio-economic level.

Method: In the study, the transformation in the socio-economic structure of Afghanistan in the 1973-2011 and post-2021 periods was analyzed through historical analysis, descriptive analysis and comparative methods. In addition, literature review and document analysis methods were utilized in the study in order to better understand the socio-economic developments in the relevant periods.

Results: The results of the analysis reveal that economic stagnation and poverty are high, there has been some progress in women's rights and education but limited development, the agricultural sector faces serious challenges, international aid has increased economic dependency, and the post-2021 Taliban rule has had negative impacts on economic collapse, poverty growth and women's rights.

Conclusion: Afghanistan's overall socio-economic structure has been shaped by wars, political transformations and foreign interventions. Therefore, it can be said that it has still not become a nation state due to these problems it has experienced throughout history. In addition, despite partial development efforts after 2001, it experienced a serious economic decline with the Taliban rule after 2021. On the other hand, economic crises, unemployment, security problems, poverty and deterioration in women's rights and education jeopardize the country's long-term development and growth plans.

Keywords

Afghanistan, Foreign Aid, Taliban, Socio-Economic Situation, Soviet Union, USA.

Öz

Amaç: Bu çalışma, Afganistan'ın sosyo-ekonomik yapısındaki dönüşümü 1973-2011 ve 2021 sonrası dönemler üzerinden incelemeyi amaçlamaktadır. Sovyet işgali, iç savaşlar, Taliban yönetimi ve 2001 sonrasındaki yeniden yapılanma süreci gibi önemli tarihsel kırılmaların, ülkenin ekonomik ve toplumsal yapısına etkileri analiz edilecektir. Çalışma, bu dönemlerdeki kalkınma politikaları, kadın hakları, eğitim ve sağlık reformlarının yanı sıra, 2021 sonrası Taliban yönetiminin sosyo-ekonomik düzeydeki değişiklikler üzerindeki etkilerini ele alacaktır.

Yöntem: Çalışmada Afganistan'ın 1973-2011 ve 2021 sonrası dönemlerdeki sosyo-ekonomik yapısındaki dönüşümü; tarihsel analiz, betimsel analiz ve karşılaştırmalı yöntemlerle incelenmiştir. Ayrıca araştırmada,

ilgili dönemlerdeki sosyo-ekonomik gelişmeleri daha iyi anlamak amacıyla literatür taraması ve doküman analizi yöntemlerinden de faydalanılmıştır.

Bulgular: Analiz sonuçları, ekonomik duraklama ve yoksulluğun yüksek olduğu, kadın hakları ve eğitimde belirli ilerlemelerin kaydedildiği ancak bu konuda sınırlı bir gelişimin yaşandığı, tarım sektörünün ciddi zorluklarla karşılaştığı, uluslararası yardımların ekonomik bağımlılığı artırdığı, 2021 sonrası Taliban yönetiminin ise ekonomik çöküş, yoksulluk artışı ve kadın hakları üzerindeki olumsuz etkiler yarattığını ortaya koymaktadır.

Sonuç: Afganistan'ın genel sosyo-ekonomik yapısının; savaşlar, siyasi dönüşümler ve dış müdahalelerle şekillendiği görülmektedir. Dolayısı ile tarih boyunca yaşamış olduğu bu sorunlardan dolayı hala bir ulus devleti olamadığı söylenebilir. Ayrıca 2001 sonrası kısmi kalkınma çabalarına rağmen, 2021 sonrası Taliban yönetimi ile ciddi bir ekonomik gerileme yaşamıştır. Öte yandan ülkede görülen ekonomik krizler, işsizlik, güvenlik sorunları, yoksulluk ve kadın hakları ile eğitimdeki bozulmalar, ülkenin uzun vadeli kalkınma ve büyüme planlarını da tehlikeye atmaktadır.

Anahtar Kelimeler

Afganistan, Dış Yardımlar, Taliban, Sosyo-Ekonomik Durum, Sovyetler Birliği, ABD

Введение

Афганистан – важная страна с огромным богатством с точки зрения географии и местоположения, а также важными стратегическими, геостратегическими и геоэкономическими ценностями. Стратегическое и геостратегическое значение Афганистана стало еще более важным благодаря тому, что он расположен в центре мощных стран, имеющих влияние в азиатском регионе, таких как Россия-Китай-Иран и Индия, с одной стороны, а с другой - через него проходят важные торговые и транзитные маршруты, в частности Хайберский проход, который считается одним из важных торговых путей между Южной и Центральной Азией, который имеет значительное стратегическое значение. Ценные месторождения полезных ископаемых Афганистана можно перечислить лишь в качестве некоторых из его богатств. Другими словами, господство над Хайберским перевалом считается равнозначным господству над Афганистаном или регионом (Meyli, 2011). С другой стороны, богатые минеральные ресурсы Афганистана определяют страну в международной литературе как маленькую, но богатую Саудовскую Аравию с редкими полезными ископаемыми (Mitto, 2021). Однако, хотя суровые и сложные географические условия страны, с одной стороны, были могилой для империй, которые оккупировали страну, с другой стороны, они создают большие препятствия для добычи или переработки ценных минералов.

Важно также отметить, что территория Афганистана с древних времён находится в важной точке пересечения торговых путей индийской, персидской и китайской цивилизаций, шелкового пути и культурных связей, накопленных веками. Таким образом, культурное богатство, историческое значение, стратегическое расположение и богатые месторождения полезных ископаемых Афганистана обусловили постоянный интерес мировых держав к его географии с прошлого до настоящего времени (Lee, 2020).

Политическая и экономическая нестабильность, которая не могла установиться в Афганистане на протяжении многих лет, со временем приобрела различные масштабы и превратилась в социально-экономические проблемы и кризисы в стране. Кроме того, хотя в последующие периоды негативные последствия социально-экономической нестабильности, вызванной оккупацией СССР и западных блоков, уменьшились, новые кризисы, вызванные различными оккупациями и другими региональными проблемами в стране, оказали влияние на долгосрочную стабилизацию экономической, политической и социальной структуры в Афганистане. Поэтому можно сказать, что возможно по этим причинам Афганистан еще не стал развитым государством, и по тем же причинам капитализм или либеральная экономическая модель не были внедрены в экономику страны, но в то же время можно сказать, что

экономическая модель свободного рынка и развитие в стране не были полностью реализованы (Persi, 2023). Еще одна важная причина, по которой эффекты развития и экономического роста не могут быть полностью реализованы в стране, заключается в том, что богатые минеральные ресурсы и экономический потенциал страны не могут быть полностью вовлечены в экономику страны.

Хотя страна богата ценными минералами и металлами, тот факт, что эти ценные подземные богатства не могут быть добыты и переработаны в достаточной степени из-за нестабильности и хаоса в стране, сыграл важную роль в негативном влиянии на экономику страны. Сегодня экономика Афганистана позиционируется как экономика, получающая интенсивную иностранную помощь от различных международных организаций и стран и зависящая от иностранной помощи в рамках глобальной системы (Zaynutdinov, 1966). Кроме того, несмотря на то, что целью было развитие и укрепление частного сектора в стране за счет иностранной финансовой помощи и привлеченных в страну иностранных инвестиций, тот факт, что это не удалось реализовать в полной мере, еще больше усилил зависимость экономики от иностранной помощи. В период между 1950 и 1970 годами восемьдесят процентов экономики страны зависело от иностранной помощи из СССР и США (Kaya, 2023). в период с 1953 по 1978 год, когда правителем Афганистана был Давуд Хан, в стране была достигнута некоторая стабильность, после государственного переворота 1978 года и оккупации СССР в стране вновь возникли социально-экономические проблемы. Период оккупации, продолжавшийся более десяти лет, закончился в 1989 году и сменился гражданской войной и правлением талибов (Shaiq, 2014).

Тот факт, что в доталибский период почти три четверти бюджета страны обеспечивался западным блоком, а после прихода к власти талибов иностранная финансовая помощь была прекращена, поставил экономику и народ Афганистана в затруднительное положение (Gök, 2019). С другой стороны, отсутствие промышленного и технологического развития в стране привело к тому, что восемьдесят процентов трудоспособного населения сосредоточились на сельском хозяйстве и животноводстве. Остальные двадцать процентов трудоспособного населения заняты в промышленности и сфере услуг (T.C. Kabil Büyükelçiliği, 2017). Кроме того, другими важными социальными проблемами в стране являются низкий уровень грамотности в стране, нежелание отдавать девочек в школу, игнорирование женщин из общества и деловой жизни, а также недостаточность квалифицированной рабочей силы (Коргун, 1999).

Оценивая общую ситуацию в Афганистане, можно заметить, что многолетняя обстановка многогранной нестабильности в стране не только негативно влияет на экономическое развитие, экономический рост, повышение уровня благосостояния народа, но и делает невозможным обеспечение мира, спокойствия и безопасности в стране. Если эти горькие реалии не будут преодолены и эти проблемы не будут решены окончательно, то можно предположить, что Афганистан не сможет достичь уровня современных цивилизаций. Особенно обострение этих проблем в первые периоды правления талибов и оккупации, а также военная обстановка и военное положение, вызвавшие вынужденную миграцию, представляют собой большую проблему для населения страны (Акимбеков, 2015). Кроме того, необходимо отметить, что маргинализация женщин в обществе или их полное игнорирование, низкий уровень грамотности, недостаточное развитие технологий, неадекватное производство и внешняя зависимость экономики - это проблемы, которые тесно касаются всех стран и обществ мира за пределами Афганистана. Кроме того, социально-экономические отражения и последствия этих проблем имеют огромное значение как для народа Афганистана, так и для всего человечества в мире.

Основной целью данного исследования является объективное изучение войн, оккупаций, социально-экономических кризисов и других событий в Афганистане (1973-2001 и пост-2021 гг.) в соответствии с научной этикой. Исследование также посвящено тому, почему Афганистан на протяжении веков, с одной стороны, не смог стать национальным государством, а с другой - почему он не смог донести это до своего народа, несмотря на наличие богатейшего экономического потенциала. Ключевые вопросы, на которые пытались найти ответ в

исследовании: почему Афганистан до сих пор остаётся одной из беднейших стран мира, несмотря на то что сегодня, как и в прошлом, он обладает огромными богатствами. Кроме того, была предпринята попытка прояснить проблему, сосредоточившись на вопросах, почему нарушались права человека, не удалось достичь перехода к цивилизованному обществу, создать атмосферу доверия и стабильности, и в то же время почему страна была передана террористическим организациям. В исследовании события, происходившие в указанные периоды, пытались прояснить с помощью метода описательного анализа, придерживаясь обзора литературы.

Обзор Литературы

Афганистан - одна из стран, которая лучше всего иллюстрирует подход Ибн Халдуна «География - это судьба». Видно, что в последнее время Афганистан больше исследуется с помощью различных подходов, таких как геоэкономический, геостратегический и геокультурный, которые часто используются после периода Холодной Войны, а также классических геополитических теорий. В этих исследованиях утверждается, что страна постоянно находится в условиях хаоса. Поэтому такая ситуация негативно сказывается на общей социально-экономической структуре Афганистана. С другой стороны, видно, что из-за негативных факторов в стране не удалось достичь долгосрочной стабильности и, соответственно, не удалось создать национальное государство. С другой стороны, основная причина нестабильности связана с хаосом и глубоким экономическим кризисом в стране. В частности, зависимость экономики страны от внешней помощи привела к глубокому социально-экономическому кризису в обществе. Общая структура общества, на которую непосредственно влияют хаос и кризисы, объясняется как отсталое общество, где переход от традиционной социальной структуры к современной не может быть осуществлён, а права человека нарушаются. В этом контексте видно, что в литературе существует множество теоретических и эмпирических исследований, посвящённых общей социально-экономической структуре Афганистана. Например;

Steinhardt (Стейнхард) и др. (2009) в своём исследовании влияния уровня благосостояния афганского общества на расходы в здравоохранении пришли к выводу, что 90 % больных людей в обществе нуждаются в уходе. Также отмечается, что медицинские услуги в стране крайне неадекватны, и большая часть населения не может воспользоваться медицинскими услугами. С другой стороны, было подчёркнуто, что те, у кого есть деньги, могут воспользоваться частными медицинскими услугами в стране.

Бозатай и Мерич (2013) в своем исследовании, посвященном Афганистану, обратили внимание на то, что долгие годы войн и оккупации в этой стране оставили глубокие раны на социальной и политической структуре. Они также утверждали, что непрекращающееся на протяжении многих лет насилие и терроризм в стране привели к серьезным нарушениям прав человека.

Йегин (2015) в своем исследовании, посвященном пониманию политики Афганистана, отмечает, что социальные, политические, экономические и военные кризисы, наблюдавшиеся в Афганистане в последние годы, продолжались и до, и после правления талибов. Он объясняет это межконфессиональными разногласиями, оккупацией, иностранными державами и конфликтами интересов в стране.

Арслан (2016) в своем исследовании, посвященном нестабильности и ее коренным причинам в Афганистане, называет основной причиной нестабильности в стране экономику наркотиков. Он также напрямую связывает эту нестабильность с террористическими структурами и другими преступными организациями в стране.

В своем исследовании, посвященном экономическому развитию Афганистана после теракта 11 сентября, Обайд (2017) заявил, что за последние 15 лет США и союзники по НАТО предоставили Афганистану финансовую помощь на сумму более 100 миллиардов долларов. Однако он отметил, что эта помощь не отразилась на экономике страны и что Афганистан по-прежнему занимает второе место среди бедных стран Азии. Он связывает бедность в стране с террористическими актами.

Вакиль (2017) в своей диссертации, посвященной экономике Афганистана и влиянию иностранной помощи, заявил, что Афганистан не мог иметь сильную экономику на протяжении последних двух веков своей истории и что экономика страны поддерживалась за счет иностранной помощи. Он также пояснил, что войны и оккупации, которые велись в стране в течение длительного времени, довели экономику страны до истощения и сделали Афганистан самой бедной страной в мире.

Киенбергер и др. (2017) в своем исследовании, посвященном взаимосвязи между культивированием мака в Афганистане и экологическими и социально-экономическими факторами, подчеркнули, что культивирование мака в стране происходит беспрецедентными темпами, особенно в последние периоды. Они связали эту ситуацию с такими важными событиями, как нестабильность, экологические факторы и социально-экономические кризисы в стране.

Кёчер (2019) в своем исследовании, посвященном постталибским социальным изменениям в Афганистане, отметил, что огромные разрушения, причиненные правлением талибов, и военная интервенция, начатая США после терактов 11 сентября, создали политические, социальные и экономические травмы, которые трудно устранить в стране. Он также заявил, что проблемы в сфере образования лежат в основе политических, социальных и экономических проблем, с которыми Афганистан сталкивается сегодня.

Самади (2019) в своей диссертации проанализировал влияние прямых иностранных инвестиций на экономику Афганистана. В этом исследовании он отметил, что правительство Афганистана не смогло эффективно использовать иностранную помощь и что она, как правило, используется близкими к правительству людьми в своих интересах. Таким образом, он объяснил, что по этим причинам экономика Афганистана не развивалась и оставалась постоянно зависимой от иностранной помощи.

Абдулкерим (2019) в своем исследовании о препятствиях и решениях, мешающих развитию экономики Афганистана, связывает это с проблемами безопасности и хаосом в стране. Подчеркивая, что проблема безопасности должна быть решена в приоритетном порядке, автор также заявил, что, когда проблема безопасности будет решена, в страну придут иностранные инвесторы и увеличится производство. Он утверждал, что экономика будет расти благодаря увеличению производства и инвестиций.

В своем исследовании об истории и обществе на оси политической географии Афганистана Атикуллах (Atiqullah, 2020) объясняет, что британский колониализм, советская оккупация, гражданские войны, террористическая организация «Талибан» и военное вмешательство США привели к хаосу в стране. Он также заявил, что в результате этих событий в стране возникли социально-экономические кризисы.

Азизи (2021) в своем исследовании заявил, что иностранная помощь оказывает положительное влияние на валовой национальный продукт страны, здравоохранение, образование и другие сферы. Однако он пояснил, что полученная иностранная помощь не очень полезна в таких социально-экономических вопросах, как безопасность, борьба с наркотиками и безработица. Он также заявил, что иностранная экономическая помощь облегчает доступ населения к базовым потребностям, таким как образование и здравоохранение в стране.

Эзатуллах (2021) в своем исследовании, посвященном перспективам развития экономики Афганистана в целом, заявил, что, хотя в XXI веке в Афганистане закончились конфликты, стабильности в стране достичь не удалось. Он также пояснил, что экономика страны по-прежнему зависит от иностранной помощи и придерживается экономической политики, ориентированной на иностранные инвестиции.

Доган (2021) проанализировал социально-экономические последствия американской оккупации для экономики Афганистана с 2001 года по настоящее время. В его исследовании говорится, что американская оккупация полностью лишила страну таких элементов, как мир, спокойствие, доверие и стабильность. Также подчеркивается, что экономика страны стала полностью зависеть от иностранной помощи, а общество - от нее.

Явар (2023) в своем исследовании, посвященном социокультурной структуре Афганистана, отметил, что в Афганистане существует большое разнообразие этнических культур и что в странах с такой особенностью преобладает атмосфера нестабильности, отсутствия безопасности и хаоса.

Общая Ситуация в Афганистане

Афганистан, обладающий богатыми месторождениями полезных ископаемых и имеющий стратегическое значение в Центральной Азии, на протяжении веков был мишенью для империалистических держав, стремящихся к мировому господству. Кроме того, регион Центральной Азии, с одной стороны, обладает богатейшими природными ресурсами, а с другой - занимает важное стратегическое положение между западным и восточным блоками. Поэтому тот факт, что Центральная Азия имеет такое стратегическое значение для всего мира, является еще одним важным фактором, который делает Афганистан ценным. Афганистан имеет богатое историческое прошлое и стратегическое значение, но в то же время он вошел в историю как кровавая география, где велись великие игры, подготовившие конец многих цивилизаций и империй. Кроме того, постоянная оккупация Афганистана и невозможность достичь мира и спокойствия, с одной стороны, создали почву для политической и экономической нестабильности в стране, а с другой - породили значительные социальные проблемы, которые сохраняются до сих пор (Казанцев, 2021).

Афганистан, который постоянно борется с хаосом в центре Азии, имеет редкую для мира социально-экономическую структуру. Хотя видно, что тридцать лет назад в Афганистане были предприняты шаги к превращению в современную страну, видно, что в периоды правления талибов и сегодня от этой модернизации полностью отдалились и создали профиль страны, в которой место угнетения, насилия и различных жестких запретов. В этом контексте Афганистан - одна из редких стран в мире, где радикальные социальные изменения происходят быстро из-за пережитых оккупаций, различных подходов к управлению и разных культур в географии. По этим причинам Афганистан никогда не мог стать стабильным государством на протяжении всей истории из-за проблем, с которыми он столкнулся. Эти проблемы, начавшиеся в XIX веке и продолжающиеся до сих пор, превратились в социально-экономические кризисы, которые волнуют и глубоко затрагивают весь мир (Javed, 2022).

На протяжении XIX века Афганистан был объявлен буферной зоной в соответствии с правилами «Большой игры» между Россией и Великобританией. В то время политика России, направленная на высадку в теплых водах, и тот факт, что Индия находилась под колониальным господством Великобритании, делали афганский регион важным для России с точки зрения ее амбиций высадиться в теплых водах, в то время как, с другой стороны, необходимость Великобритании защищать Индию, самую богатую колониальную землю Великобритании, придавала Афганистану другое стратегическое значение (Snesareva, 2003). Кроме того, роль Афганистана как буферной зоны между Восточным и Западным блоками в XX веке, его превращение в важный энергетический коридор для транспортировки азиатских энергоресурсов на европейские рынки в XXI веке и богатые минеральные ресурсы - это другие факторы, которые всегда делали Афганистан ценным и важным от прошлого до настоящего. С другой стороны, тот факт, что США рассматривают такие страны, как Россия, Китай, Индия и Иран, как угрозу в будущем и что Афганистан является важной базой между этими странами, также придает Афганистану геостратегическое значение (Senli, 2021). Еще одним фактором, придающим Афганистану геостратегическое значение, является Хайберский перевал, который служит мостом между Азией и Европой. Обладание Афганистаном этим перевалом еще больше укрепило его позиции в регионе. Ведь этот перевал особенно часто используется международными державами в контексте обеспечения логистической поддержки, цепочек поставок и транспортных сетей, и для международных держав очень важно сохранять свое присутствие в регионе (Rauofi, 2019). Другими словами, обладание Хайберским перевалом считается эквивалентным доминированию в регионе.

Экостратегическое значение Афганистана уходит корнями в прошлые века благодаря его местоположению. В частности, к ним можно отнести тот факт, что он расположен на маршруте Шелкового пути, который известен как один из важнейших торговых путей как в то время, так и сегодня, находится среди богатых стран, ведущих торговлю в регионе, а также имеет другие важные пункты пересечения границы (Вахобов, 2017). Кроме того, Афганистан, обладающий более чем достаточной долей богатых минеральных ресурсов Центральной Азии, по своим богатым подземным ресурсам можно сравнить с Саудовской Аравией. Экономические богатства Афганистана не ограничиваются только этим, известно, что он также обладает большим ресурсом в сельском хозяйстве и животноводстве (Mohammadi, 2010). Однако, несмотря на то, что Афганистан имеет такое стратегическое, геостратегическое и геоэкономическое значение, нищета, голод и голодомор, которые продолжаются в стране на протяжении веков, напрямую связаны с историческим процессом. Общая ситуация в Афганистане, которую мы рассмотрим, начиная с XIX века, эпохи талибов и до сегодняшнего дня, не имеет больших отличий от сегодняшней ситуации благодаря историческому болезненному процессу, который он пережил.

В 1919 году, после восхождения на престол Эмануллы-хана и последующей победы в войне с англичанами, была провозглашена независимость Афганистана (Şeyhanlıoğlu, 2008). Кроме того, с 1919 по 1973 год в Афганистане правили различные шахи и ханы, и в этот период страна находилась под управлением королевства, а с руководством СССР поддерживались тесные двусторонние контакты. 17 июля 1973 года армия Сердара Мохаммада Дауд-хана захватила власть в результате бескровной попытки переворота и объявила о ликвидации режима королевства и переходе к режиму республики (Nasrat, 2020). Администрация Афганистана, поддерживавшая теплые отношения с СССР в первые годы существования республики, в последующий период изменила свой внешнеполитический подход, отдалившись от СССР. В этот период Афганистан сблизился с Западом и улучшил свои внешние отношения с Ираном и Пакистаном. Однако руководство СССР, которое не устраивала такая ситуация и которое не хотело терять приобретенную страну, совместно с оппозицией в стране начало подготовку государственного переворота против Сердара Мохаммада Дауд Хана. 27 апреля 1978 года действующая администрация была захвачена в результате попытки переворота, предпринятой оппозицией, и была провозглашена Демократическая Республика Афганистан (Khan, 2011). В первые периоды существования республики двусторонние отношения укреплялись благодаря заключению различных соглашений между афганской администрацией и СССР. Однако в последующий период, с одной стороны, проблемы в двусторонних отношениях, с другой - сближение афганской администрации с Западом и другие факторы риска, наблюдавшиеся в регионе, мобилизовали СССР. И эта ситуация сделала неизбежной оккупацию Афганистана, продолжавшуюся десять лет в 1979-1989 годах. В 1992-1996 годах в Афганистане шла гражданская война, а в последующие периоды: первый период правления талибов в 1996-2001 годах, период оккупации НАТО и международной коалиции в 2001-2021 годах и второй приход к власти талибов в августе 2021 года (Sivrioğlu & Türkoğlu, 2017). Сегодня в Афганистане все еще продолжается второе правление талибов. Таким образом, видно, что политическая стабильность в Афганистане не была достигнута в течение многих лет, и эта нестабильность оказала негативное влияние на все сферы жизни страны.

В литературе существует множество сведений о формировании или возникновении движения «Талибан». Первая из них заключается в том, что талибы были сформированы молодыми людьми, осиротевшими в те периоды, когда Афганистан боролся с внутренними беспорядками и оккупацией, и что эти молодые люди выросли и получили образование в местных медресе на территории Афганистана. Эта группа также выступала за разоружение народа, чтобы обеспечить мир и спокойствие в стране, и взяла на вооружение лозунг, что ее цель - сделать ислам широко распространенным в стране и внедрить шариат основанный на исламских традициях, правилах и обычаев, и таким образом приобрела большую силу в регионе (Rashid, 2001). Во-вторых, расположение Афганистана на Шелковом пути, самом важном торговом маршруте того периода, и проблемы безопасности, с которыми сталкивались торговые пути. В то время различные группировки, располагавшиеся на торговых путях,

вымогательства у людей, занимавшихся торговлей, и другие нарушения торговли создавали трудности для торговых стран и граждан. Поэтому поддержка талибов соседними странами в контексте обеспечения безопасности на Шелковом пути и устранения других элементов угрозы придала талибам самостоятельную силу (Toropigin, 2012). В-третьих, было удаленно не говорится в источниках, талибов поддерживали и укрепляли США против СССР во время оккупации СССР Афганистана (Budan and Nadejdin, 2019).

Если сравнить периоды правления талибов в Афганистане с другими периодами, то можно увидеть, что если в период, когда талибы не были у власти, в стране наблюдались модернизационные движения, то в период правления талибов они были полностью дистанцированы от этих движений. Фактически, видно, что в период правления талибов женщины были полностью изолированы и отстранены от общества и деловой жизни, и даже право на образование девочек было запрещено. Также известно, что в период правления талибов были введены строгие запреты и нарушались права человека. Эти запреты негативно влияют на социальную жизнь, а также вызывают вынужденную миграцию. С другой стороны, иностранная зависимость экономики Афганистана приводит к тому, что страна едва выживает за счет иностранной помощи и инвестиций. Кроме того, с прекращением этой помощи и иностранных инвестиций в период правления талибов экономика страны полностью обанкротилась. В эти периоды, когда экономика страны сокращалась, на первый план выходили факторы, непосредственно влияющие на жизнь, такие как проблемы продовольственной безопасности, голод, нищета и голодомор, которые напрямую затрагивают общество. Таким образом, влияние социально-экономических проблем, возникших в период правления талибов, на общество и экономику страны оставило глубокие следы и раны, которые не будут забыты в стране.

Общая Социально-Экономическая Ситуация в Афганистане в Период 1973-2021 гг.

Общая социально-экономическая структура Афганистана демонстрирует значительные различия от прошлого к настоящему в связи с тем, какие профессии в стране были распространены. Можно сказать, что основная причина этого заключается в том, что социально-экономическая структура страны напрямую связана с занятиями и формированием социально-экономической структуры под влиянием различных подходов к управлению. В целом экономика Афганистана характеризуется, с одной стороны, сельским хозяйством, животноводством и легкой промышленностью, а с другой - богатыми подземными минеральными ресурсами. Общая социально-экономическая ситуация в Афганистане, особенно в доталибский период 1973-1996 годов, показывает, что экономика страны поддерживалась за счет помощи международной коалиции и иностранных инвестиций, в то же время население страны ценилось. Однако в период между 1996-2001 годами, который охватывает период правления талибов, и в период после 2021 года ситуация противоположная; видно, что иностранная помощь, иностранные инвестиции полностью сократились, экономика ослабла, и в то же время жизненная среда, в которой люди не ценятся.

Общая социально-экономическая ситуация в Афганистане в 1973-1996 гг.

Как видно, экономика Афганистана с древних времен выходила на передовые позиции благодаря сельскому хозяйству, животноводству и легкой промышленности. Особенно после «зеленой революции» в Азии в 1960-х годах стало известно о высоком потенциале Афганистана в области сельского хозяйства и животноводства, и стало видно, насколько успешна страна в этой области (Joya, 2011). В XX веке правительство Афганистана придерживалось экономической модели, полностью сосредоточенной на сельском хозяйстве и животноводстве. Благодаря этой экономической модели в 1970-х годах Афганистан стал крупнейшим в мире экспортером сухофруктов и орехов, занимая шестьдесят процентов мирового рынка в этой области. Кроме того, благодаря высокому потенциалу в области животноводства, Афганистан получает огромные доходы от экспорта скота (Окимбеков, 2016).

В тот же период еще одним важным сектором экономики Афганистана стал сектор легкой промышленности. Положительное влияние «зеленой революции» в Азии на сельское хозяйство Афганистана положительно сказалось на развитии промышленности в стране. Однако негативные ситуации и нестабильность, переживаемые страной, препятствовали развитию тяжелой промышленности в стране, а также негативно влияли на сельское хозяйство, вызывали проблемы с поставками сырья и отсутствие развития тяжелой промышленности. Таким образом, политическая нестабильность в стране оказала негативное влияние на экономику (Korgun, 2004). С другой стороны, можно отметить, что в тот же период большая часть населения страны была занята в сельском хозяйстве. Концентрация населения в сельском хозяйстве и примитивные методы ведения сельского хозяйства привели к некоторым проблемам с точки зрения рабочей силы и производительности труда. В частности, среди этих проблем можно назвать недостаточный уровень жизни людей, занятых в сельском хозяйстве, низкий уровень получаемой ими заработной платы, а также снижение доходов, получаемых от ведения сельского хозяйства примитивными методами в условиях нестабильности, наблюдаемой в стране. Кроме того, другими проблемами являются неспособность населения страны получить необходимое образование, очень низкий уровень грамотности в стране и невозможность воспользоваться адекватными услугами здравоохранения. Эти неблагоприятные условия в стране оказали негативное социально-экономическое влияние на экономику страны, которая базируется на доходах, получаемых от сельского хозяйства, и на население страны. До апрельской революции 1978 года можно сказать, что такая негативная экономическая картина была вызвана и внутренними финансовыми проблемами страны (Сикоев, 2004). Поэтому правительство Афганистана, планировавшее в начале XX века наряду с сельским хозяйством перейти на промышленное производство и оживить торговлю и транспорт, к сожалению, не смогло добиться больших успехов в этом вопросе из-за различных проблем, возникших в стране. В период 1973-1978 годов, несмотря на некоторое политическое затишье, в стране вновь начался неспокойный период, связанный с революцией 1978 года и новой конъюнктурой, которая изменила ситуацию.

Апрельская революция 1978 года усугубила существующие экономические проблемы и национальный кризис в стране. Эта неспокойная ситуация также привела к тому, что страна опустилась на нижние строчки мировых рейтингов в социально-экономическом плане (Арунова, 2000). Если за последние три года до Апрельской революции экономика Афганистана выросла на 1 %, то в послереволюционные годы экономика страны вошла в стагнацию. Кроме того, негативное отражение стремительного упадка сельского хозяйства на экономике негативно сказалось и на обществе. Такая ситуация привела к тому, что национальный доход на душу населения упал до 278 долларов США. Это также привело к снижению качества жизни людей и средней продолжительности жизни до 40 лет. Ведь сельскохозяйственный сектор в стране создавал возможности для трудоустройства 75 процентов населения и в то же время составлял крупнейшую статью дохода экономики страны (Bruce, 1986). Поэтому упадок сельского хозяйства в стране привел к снижению или стагнации во многих областях.

С другой стороны, вторжение СССР в Афганистан 27 декабря 1979 года привело к гибели более 1,5 миллиона человек и к тому, что миллионы людей покинули страну. В то время как страна, с одной стороны, боролась с экономическим кризисом, с другой стороны, масштабная миграция за пределы страны привела к социально-экономическому кризису в Афганистане, который и так находился в тяжелом положении. После апрельской революции 1978 года спад в сельском хозяйстве получил сильный удар после вторжения 1979 года и практически остановился. Тот факт, что сельское хозяйство и доходы от него были основным источником средств к существованию страны и ее народа в то время, делал неизбежными некоторые катастрофы. Поскольку миграция населения и упадок сельского хозяйства напрямую влияли на промышленное производство, это вызвало и спад промышленного производства (Korgun, 2004). Однако после оккупации СССР запасы природного газа были отправлены в свои страны, а доходы, полученные от продажи газа, увеличились за счет налогов. Кроме того, хотя, с одной стороны, доходы страны увеличились за счет социальной помощи, поступающей от СССР, с другой стороны, увеличился внешний долг страны. На момент государственного переворота

1978 года внешний долг страны составлял около 1,8 миллиарда долларов, а к концу 1982 года этот показатель удвоился и достиг 3,5 миллиарда долларов. Согласно экономическим данным Афганистана за 1984 год, 88 % помощи Афганистану оказывал "Совет экономической взаимопомощи" (КОМЕКОН), образованный странами-членами под крышей СССР, а оставшуюся часть предоставляли страны, не входившие в этот совет. Однако в результате вторжения СССР помощь Афганистану со стороны стран, не являющихся членами Совета, была прекращена (Bruce, 1986).

В обмен на помощь СССР получал из Афганистана излишки природного газа и сельскохозяйственной продукции (Noorzoy, 1987). Кроме того, после оккупации СССР и запрета на полеты между Афганистаном и Западной Европой экспорт в стране прекратился, а сельскохозяйственная продукция начала давать излишки. Воспользовавшись этой ситуацией, СССР стремился увеличить свои запасы продовольствия. Однако после того, как в 1985 году президентом России стал Горбачев, изменение внешней политики страны в отношении Афганистана привело к административным изменениям в Афганистане. Кармаль был смещен СССР и заменен Наджибуллой. Наджибулла стал последним президентом страны, которого поддерживал СССР. Наджибулла, который был президентом страны в 1986-1992 годах, проводил определенную экономическую политику, направленную на оживление промышленного сектора, развитие торговли и стимулирование производства в стране путем дальнейшего развития экономических отношений Афганистана с СССР. В связи с этим Наджибулла, реализовавший в 1986 году первый пятилетний план развития, не смог добиться желаемых экономических результатов (Давыдов, 2000).

В феврале 1989 года правительство Наджибуллы потеряло 85 % своего суверенитета в Афганистане после вывода советских войск из страны, и хотя оно пыталось договориться с организациями или группами в стране, ему это не удалось. В конце 1991 года, после распада Советского Союза, Москва полностью прекратила поддержку правительства Наджибуллы, что поставило его в тупик. Воспользовавшись этим, оппозиционные группы страны вскоре выдвинулись к столице Кабулу и в 1992 году положили конец правительству Наджибуллы (Виктор и Матвей, 2019).

В период между 1973 и 1996 годами на первый план в экономике Афганистана вышли сельское хозяйство и животноводство, такими же темпами развивалась легкая промышленность. Однако политическая нестабильность или оккупация в стране негативно сказывались как на ее экономике, так и на уровне жизни населения.

Социально-экономическая ситуация в Афганистане в период правления талибов (1996-2001 гг. и после 2021 г.)

После правления Наджибуллы, потерявшего свою власть и могущество в 1992 году с распадом Советского Союза, гражданская война продолжалась в стране до 1996 года. Новая историческая страница открылась в стране с приходом к власти Талибана в 1996 году. Установлению стабильной афганской экономики препятствует тот факт, что администрация Талибана идеологически выступает против доходов, получаемых от производства опиума, составляющего основу экономики страны. Известно, что Афганистан, занимающий первое место в мире по производству опиума, значительную часть бюджета страны формирует за счет доходов, получаемых от экспорта опиума. Однако идеологическая установка талибской администрации против производства опиума поставила эти доходы под угрозу. Кроме того, иностранная помощь, составлявшая сорок процентов бюджета страны, и ее прекращение во время правления талибов, а также введение экономических санкций поставили экономику Афганистана, и без того находившуюся на грани экономического банкротства, в полный тупик. Неизбежно, что экономический кризис в стране напрямую влияет на жизнь людей и социальную жизнь. Другой факт заключается в том, что экономика Афганистана росла, когда он получал иностранную помощь.

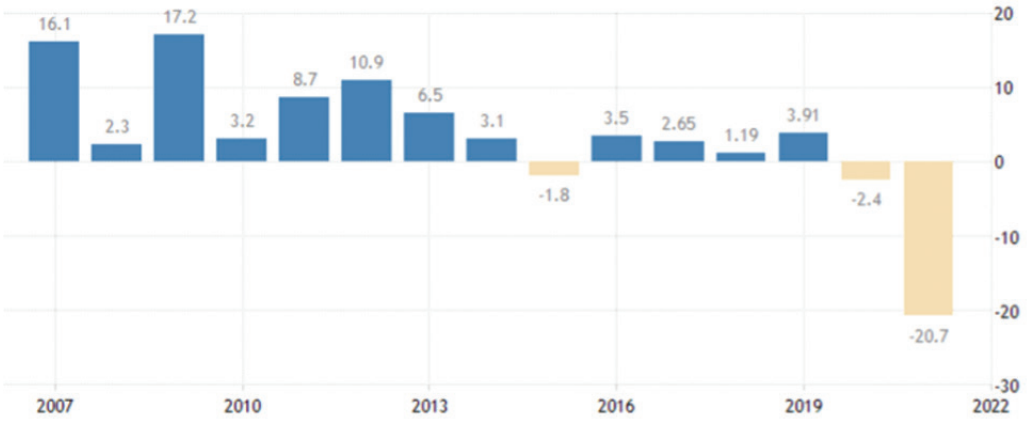


Диаграмма 1: Темпы роста Афганистана в период 2007-2020 гг. и возможные прогнозы роста на 2020-2022 гг. Источник**:** Trading Economics, 2022.

График 1: Показаны темпы роста экономики Афганистана в период с 2007 по 2020 год, а также возможные прогнозы темпов роста на период с 2020 по 2022 год. Поскольку нет точной и четкой информации по периодам 1996-2001 и 2006 годов, эти периоды будут интерпретироваться с учетом текущих условий и политических и экономических событий, произошедших в этот период. Таким образом, при анализе общего хода развития экономики страны видно, что политическая нестабильность, переживаемая страной, привела к переломам в экономике. Можно предположить, что в стране, где в период оккупации наблюдалась экономическая стабильность, хотя и весьма незначительная, с приходом к власти талибов она вновь ухудшилась. Причину этого можно объяснить тем, что значительная часть экономики страны зависит от иностранной помощи, а также прекращением иностранной помощи и санкций в период правления талибов. Показатели роста, которые продолжали двигаться в общем русле в период 2007-2019 годов, видно, что экономика страны сильно пострадала от вспышки Ковид-19 в 2019 году, и ее последствия все еще продолжаются во второй период правления талибов. В 2019-2022 годах наблюдается полный спад экономики страны до отрицательных значений.

Как видно, экономика Афганистана попала в ловушку равновесия низкого уровня: с одной стороны, очень медленный экономический рост, а с другой - экономический спад в разные периоды (Byrd, 2022).

С другой стороны, экономика Афганистана считается одной из самых бедных в мире, а также признана ООН наименее развитой страной. Полное разрушение инфраструктуры в результате многолетней оккупации негативно сказалось на транспортной, логистической и производственной деятельности в стране. Поэтому восстановление экономики Афганистана, понесшей огромный ущерб по разным причинам, зависит от создания в стране базовых теоретических основ современной экономики и восстановления рыночных отношений (Fujimura, 2004). Конечно, помимо этих, в экономике Афганистана есть и другие проблемы, сохраняющиеся с прошлого до настоящего времени. Первая из них - это проблема инфляции, которая сегодня стала самой большой экономической проблемой всех стран мира. За всю историю Афганистана инфляция всегда была на двух- или трехзначном уровне. Вторая - постоянное обесценивание национальной валюты Афганистана, афгани, и снижение покупательной способности населения. Третья - высокий уровень безработицы, вызванный этими проблемами (Byrd, 2016).

Известно, что ВВП Афганистана составляет около 20 миллиардов долларов. ВВП на душу населения колеблется между 529,74 и 555,14 долларами. Такая ситуация относит Афганистан к группе стран с самым низким уровнем дохода. С другой стороны, видно, что ВВП, начавший тенденцию к росту в период 2004-2012 годов, достиг максимального уровня в стране в период 2012-2019 годов и продолжил движение в этом направлении (Trading Economics, 2022). Однако в период после 2019 года показатели ВВП в экономике Афганистана, на которую существенно

повлияла вспышка Ковид-19, начали снижаться. Видно, что эта тенденция к снижению сохраняется и при правлении талибов. Таким образом, глядя на общие макроэкономические показатели страны, можно сделать вывод, что экономика страны не могла хорошо управляться во время правления талибов.



Рисунок 2. ВВП на душу населения в Афганистане 2004-2020 гг. Источник**:** Trading Economics, 2022

Рассматривая макроэкономические показатели афганской экономики, нельзя говорить о стабильном экономическом росте или развитии. Как уже говорилось выше, хотя тенденция роста экономики не является постоянной, она реализуется было удаленно в периоды внешней помощи или иностранных капиталовложений. Таким образом, данная ситуация свидетельствует о том, что экономика страны полностью зависит от иностранной помощи, а с прекращением внешней помощи и движения иностранного капитала во время правления талибов экономика стагнировала и даже сокращалась.

Пробелы в управлении страной привели к тому, что уже существующие экономические кризисы постепенно переросли в гуманитарные. Кроме того, эта ситуация вызвала серьёзную обеспокоенность в мире. В связи с этим ООН предупредила администрацию талибов о том, что в Афганистане могут возникнуть гуманитарные кризисы и что необходимо принять необходимые меры для их предотвращения (UNHCR, 2021). Однако недостаточный бюджет талибской администрации, введённые экономические санкции и блокировка денежных средств на счетах за рубежом ещё больше ослабили позиции талибов. Таким образом, утрата функциональности нынешней администрации в стране привела к коллапсу финансовой системы, закрытию банков, невозможности доступа населения к наличным деньгам, невыплате зарплат и полному параличу жизни (Тимофеев, 2021.).

Ещё одна важная проблема Афганистана - коррупция, охватившая практически все районы страны. Согласно результатам исследования, проведённого Integrity Watch, шестьдесят два процента опрошенных граждан заявили, что во время правления талибов коррупция в государственных кадрах возросла и что бюрократия не может решать проблемы без взяток (Kılıç, 2022). Ещё одна важная проблема - проблемы безопасности, которые ещё больше обострились при правлении талибов. Как известно, в те дни, когда талибы во второй раз захватили власть, борьба за жизнь и смерть людей, которые хотели бежать из страны ценой своей жизни, была на повестке дня во всем мире. Кроме того, существование других организаций, помимо угрозы со стороны «Талибана», в контексте проблем безопасности в стране и укрепление этих организаций благодаря их тесным связям с «Талибаном» создают угрозу безопасности для народа Афганистана, с одной стороны, и угрозу безопасности для соседних стран - с другой (ICG, Asia Report, 2022). С другой стороны, продолжающаяся длительная засуха и экономический кризис в Афганистане превратились в серьёзную продовольственную угрозу. Из-за этой ситуации двадцать миллионов человек, почти половина населения страны, столкнулись с проблемой голода (Организация Объединённых Наций, 2022). Кроме того, отдельной угрозой для экономики и населения Афганистана стала пандемия вируса Ковид-19, которая наблюдалась в 2019 году и продолжает действовать до сих пор.

На самом деле существует социальная проблема, которая важнее экономических кризисов, политической нестабильности, проблем безопасности, коррупции, голода и бедности в период правления талибов. Это формирование гендерной дискриминации, нарушение прав женщин и угрозы, возникшие во время правления талибов, которые никогда не были приняты в мире. Эта формация также полностью изолировала женщин от общества и лишила их права на деловую жизнь, образование и другие законные права. Поэтому такое отношение талибов привело к маргинализации женщин, полностью исключив их из общества (Musaddik and Toremark, 2022). В связи с этим Сима Бахус, исполнительный директор «ООН-Женщины», в своем заявлении отметила: «Десятилетия прогресса в области гендерного равенства и прав женщин исчезли всего за несколько месяцев. Мы должны продолжать действовать вместе, объединившись в своем стремлении обеспечить соблюдение всех прав женщин» (Un Women, 2022). Кроме того, из-за очень низкого уровня грамотности в обществе, лишения девочек права на образование, полной изоляции женщин от деловой жизни, большого количества женщин, умирающих во время родов, низкого уровня благосостояния, короткой средней продолжительности жизни, отсутствия достойных человеческих условий жизни и других подобных причин Афганистан находится на самом дне «Индекса человеческого развития», занимая сто восьмидесятое место в рейтинге стран (Human Development, 2021/2022).

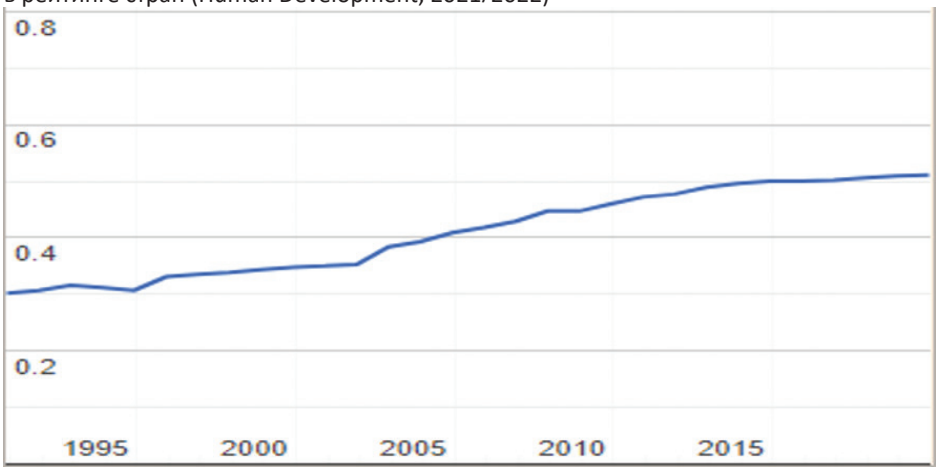


Рисунок 3. Индекс человеческого развития Афганистана в 1995-2019 гг. Источник: Countryeconomy, 2022

Согласно рисунку 3, в 1996-2001 годах, в период первого правления талибов, индекс человеческого развития (ИЧР) составлял от 0,335 до 0,353. Однако после прекращения правления талибов и начала оккупационного периода с 2001 года наблюдается устойчивый рост ИРЧП до 2019 года, в то же время этот показатель достиг уровня 0,511 с 0,353. После 2019 года наблюдается очередное снижение индекса человеческого развития в Афганистане, что связано с перерастанием эпидемии ковида в экономический кризис и приходом к власти талибов после 2021 года. Такое мнение было высказано с учетом социально-экономических последствий вспышки Ковида-19 и возвращения к власти режима талибов, ссылаясь на перерывы в экономическом росте после 2019 года.

При общей оценке социально-экономического положения Афганистана с прошлого по настоящее время, к сожалению, видно, что глубокие раны, нанесенные неприятными событиями в стране, распространились, как эпидемия, на все области страны; видно, что это полностью парализовало политическую жизнь, экономическую ситуацию и социальную жизнь.

Заключение

Как видно, Афганистан - это территория где на протяжении долгого времени происходили глобальные и региональные конфликты интересов, с прошлого по настоящее время обречён иностранными державами на одну и ту же горькую участь. С другой стороны, согласен

с замечанием и удалил неспособность создать национальное государство превратили геоэкономические и геостратегические богатства Афганистана в проблему, с которой Афганистан не может справиться самостоятельно. Поэтому можно сказать, что Афганистан, который постоянно вынужден иметь дело с хаосом, представляет собой редкий в мире профиль страны. Афганистан никогда не мог использовать свое богатство и мощь в интересах своей страны и общества. Таким образом, очевидно, что этот болезненный процесс, через который Афганистан проходит на протяжении веков, состоит исключительно из бедности, голода, социально-экономических кризисов, войн, смертей, миграций, оккупаций и, как следствие, гуманитарных кризисов, которые на самом деле являются самыми важными.

С другой стороны, как уже говорилось в статье в целом, видно, что общая экономическая структура Афганистана имеет очень сильную экономическую структуру, особенно в плане сельского хозяйства и животноводства, а также богатые подземные ресурсы. Однако можно сказать, что политическая нестабильность и оккупация страны сделали ее экономику полностью зависимой от иностранных государств как в доталибский, так и в посттталибский период. Таким образом, экономика Афганистана в целом выживала за счет внешней помощи, иностранных инвестиций или помощи, предоставляемой силами оккупационной коалиции. В результате этого политическая и экономическая нестабильность в стране напрямую влияет на ее жителей. С другой стороны, нарушения прав человека в период правления талибов, тот факт, что женщины не считаются членами общества, и строгие запреты, наложенные на женщин, еще больше усугубляют уже существующий гуманитарный кризис в стране. Кроме того, запреты, наложенные на женщин, представляют большой риск для экономики страны. Тот факт, что значительная часть мужского населения страны сократилась из-за гибели в войнах или миграции в разные страны, ставит под угрозу человеческий капитал страны. Таким образом, лишение женщин возможности трудиться вместе с уменьшением человеческого капитала в стране приводит к различным социально-экономическим кризисам в стране.

Однако видно, что динамика социальных ожиданий, такая как желание жить в мире и спокойствии, все еще жива. Народ Афганистана, который не в состоянии преодолеть существующие в стране проблемы при нынешней структуре управления и внутренней динамике, нуждается в помощи демократических стран и постоянных решениях.

Мы являемся свидетелями того, что территория Афганистана, которая на протяжении веков была ареной столкновения интересов разных стран, все еще находится вдали от мира, спокойствия и стабильности, будучи переданной террористическим организациям. С другой стороны, видно, что в стране еще есть надежда. Известно, что динамизм социальных ожиданий, такой как желание жить в мире и спокойствии, все еще жив. На самом деле, народ Афганистана, чья способность преодолеть существующие в стране проблемы при нынешней структуре управления и внутренней динамике недостаточна, остро нуждается в помощи демократических стран и необходимых шагах, которые должны быть предприняты для обеспечения прочного мира в стране.

ЛИТЕРАТУРА

ABDÜLKERİM, A. (2019). Afganistan'ın Ekonomik Kalkınmasının Engelleri ve Çözüm Önerileri, https://hdl.handle.net/20.500.11776/3373.

ARSLAN, M. (2016). Afganistan'da İstikrarsızlık Ve Temel Sebepleri. Uluslararası İşletme, Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi.

ATİQULLAH, B. (2020). Afganistan Siyasi Coğrafyası Ekseninde Tarih ve Toplum, Karabük Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, https://acikbilim.yok.gov.tr/handle/20.500.12812/99408.

AZİZİ, A. (2021). Dış Ekonomik Yardımların Afganistan Ekonomik ve Toplumsal Gelişmesine Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı Uluslararası Politik Ekonomi, İstanbul.

BOZATAY, D. A., ve MERİÇ, İ. (2013). Afganistan'da Şiddet Ve Terörün Toplumsal ArkaPlanı,http://www.akademikortadogu.com/belge/ortadogu14makale/deniz_anbarli_bozatay_ismail_meric.pdf.

BRUCE, AMSTUTZ. (1986). *Afghanistan; The First Year Of The Soviet Occupation*, National Defense University, Washington.

BYRD, WİLLİAM A. (2022). *What Can Be Done To Revive Afghanistan's Economy?*, Unıted States Instıtute Of Peace, Specıal Report, 2016., Https://Www.Usip.Org/Sites/Default/Files/Sr387-What-Can-Be-Done-To-Revive-Afghanistans-Economy.Pdf, Erişim Tarihi: 10.11.2022.

BYRD, WİLLİAM, A. (2022). The economy is no longer in free fall, but most Afghans cannot afford food and other necessities, https://www.usip.org/publications/2022/08/one-year-later-taliban-unable-reverse-afghanistans-economic-decline, 2022, Erişim Tarihi: 10.11.2022.

Countryeconomy, Afghanistan - Human Development Index – HDI, 2022., https://countryeconomy.com/hdi/afghanistan, Erişim tarihi: 11.11.2022.

DOGHAN, A. H. (2021). 2001'den Günümüze Amerika Birleşik Devletleri (ABD) İşgalinin Afganistan'daki Sosyo-Ekonomik Yansımaları. 21. Yüzyılda Eğitim Ve Toplum, 10(30), 743-762.

EZATULLAH, M. (2021). Afganistan Ekonomisinin Genel Görünümü Ve Afganistan-Türkiye Ekonomik İlişkileri, T.C. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar.

FUJİMURA, MANABU. (2004). *Post-Conflict Reconstruction: the Afghan Economy*, Tokyo, 2004. https://www.adb.org/publications/post-conflict-reconstruction-afghan-economy, Erişim Tarihi: 10.11.2022.

HAN, A. K. (2011). *Sovyet İşgali ve Sürekli Özgürlük: Afganistan'da Süpergüç Müdahalelerinin Uluslararası Sisteme Etkileri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Jeopolitik İnceleme,* Ortadoğu Etütleri, Cilt 2, Sayı 2.

HUMAN DEVELOPMENT. (2022). *Human Development Report 2021-2022*, file:///C:/Users/Win10/Downloads/hdr2021-22pdf_1_7.pdf, Erişim Tarihi: 11.11.2022.

International Crisis Group, (2022). *Afghanistan's Security Challenges under the Taliban*, Asia Report N°326, 12 August 2022.

JOYA, O. (2011). *Macroeconomic İnstability İn Afghanistan*: Causes And Solutions, Master Thesis, University of Bordeaux France.

KAYA, H. (2023). *Dış Yardımların Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: Afganistan Örneği,* Bitlis Eren Sosyal Araştırmalar Dergisi (BERSAD),1(2),pp.20-39.

KILIÇ, MÜCAHİT. (2022). *Afganistan'da İnsani Durum*, İNSAMER, https://www.insamer.com/tr/afganistanda-insani-durum.html, Erişim Tarihi: 11.11.2022.

KİENBERGER, S., SPİEKERMANN, R., TİEDE, D., ZEİLER, I., & BUSSİNK, C. (2017). Spatial risk assessment of opium poppy cultivation in Afghanistan: integrating environmental and socio-economic drivers. International Journal of Digital Earth, 10(7), 719–736. https://doi.org/10.1080/17538947.2016.1250828.

KÖÇER, M. (2019). Afganistan'da Taliban Sonrası Sosyal Değişim. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi(46), 369-381.

MİTTO. (2021). Mitto Consultancy, Dünyanın Gözü Afganistan Maden Rezervlerinde, https://www.mitto.com.tr/2021/08/26/24-08-2021-tarihli-duyuru-ve-haberler/.

MOHAMMADİ, A. (2010). *Afganistan Ekonomik Durumu*, Ankara Üniversitesi, Üniversite Öğrencilerinin Din Anlayışı, (Afganistan-Kabil Üniversitesi Örneği).

MUSADDIK, H. VE TOREMARK, L. (2022). *Women's Rights Under Threat in Taliban-Run afghanistan,* 2022.,https://www.chathamhouse.org/2022/06/womens-rights-under-threat-taliban-run-afghanistan, Erişim Tarihi: 11.11.2022.

NASRAT, Q. (2020). *Parlamenter Hükümet Sistemleri ve Afganistan İçin Parlamenter Hükümet Sisteminin Uygulanabilirliği*, Doktora Tezi, İst. Üni. S.B.E., Kamu Hukuku A.A.D., İstanbul.

NOORZOY, M.S. (1987)" Soviet Economic Interest in Afghanistan" Problems of Communism MayJune.

OBAYD, N. (2017). 11 Eylül Saldırısı Sonrası Afganistan'daki Ekonomik Kalkınma Dönüşümü. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 4(9), 131-158.

RAŞİD, AHMED. (2001). İslamiyet Petrol ve Orta Asya'da Yeni Büyük Oyun, Mozaik Yayınları, İstanbul.

RAUOFI, NASİBULLAH. (2019). *2009 Sonrası Afganistan Güvenliğinde ABD ve İran'ın Rolü,* T.C. Sakarya Üniversitesi Ortadoğu Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Mayıs.

SAMADİ, A. W. (2019). Doğrudan yabancı yatırımların afganistan ekonomisi üzerindeki rolü (Order No. 29173760). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (2700373434). Retrieved from https://www.proquest.com/dissertations-theses/doğrudan-yabancı-yatırımların-afganistan/docview/2700373434/se-2.

SENLİ, BURHANETTİN. (2022). *Afganistan'ın Jeopolitik ve Stratejik Durumu*, https://www.burhanettinsenli.com/afganistanin-jeopolitik-ve-stratejik-durumu/, İnternet Erişim Tarihi: 07.11.2022.

SHAIQ, G. (2014). Afganistan'ın İktisadi Gelişimi ve Türkiye ile Olan Ekonomik İlişkilerinin Değerlendirilmesi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.

SİVRİOĞLU, T. VE TÜRKOĞLU. (2017). A.J. Afganistan Tarihi, Yayınevi: Kalkedon.

STEİNHARDT, L.C., WATERS, H., RAO, K. D. Vd. The effect of wealth status on care seeking and health expenditures in Afghanistan, *Health Policy and Planning*, Volume 24, Issue 1, January 2009, Pages 1–17, https://doi.org/10.1093/heapol/czn043

ŞEYHANOĞLU, H. (2018). *18. Yüzyıldan Günümüze Kadar Afganistan'ın Önemi*, T.C. Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı, Avrasya Etütleri.

T.C. KABİL BÜYÜKELÇİLİĞİ TİCARET MÜŞAVİRLİĞİ. (2017). Afganistan Ülke Raporu, https://www.kutso.org.tr/wp-content/uploads/2017/06/Afganistan.pdf.

TRADING ECONOMİCS. (2022). *Afganistan GSYİH ve Yıllık Büyüme Oranları*, 2022., https://tr.tradingeconomics.com/afghanistan/gdp.

UNHCR, (2022). *Afganistan'da olası insani kriz konusunda uyarıda bulunuyor*, 2021, https://www.unhcr.org/tr/29759-unhcr-afganistanda-olasi-insani-kriz-konusunda-uyarida-bulunuyor.html.

UNITED NATIONS. (2022). *Afghanistan: Nearly 20 million going hungry*, 2022, https://news.un.org/en/story/2022/05/1117812.

WAKIR, A. (2017). Afganistan Ekonomisi ve Dış Yardımların Etkisi, T.C. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Ankara.

YAWAR, M. E. (2023). Afganistan'ın Sosyo-Kültürel Yapısı ve Jeopolitik Gücü. SOCIAL SCIENCES STUDIES JOURNAL (SSSJournal).

YEGİN, A. (2015). Afganistan Siyasetini Anlama Klavuzu, SETA Yayınları, https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=I61YCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=afganistan+ekonomi&ots=i7_GvKr_Mp&sig=flStmaPHtcXc-qsgalCANelMrZQ&redir_esc=y#v=onepage&q=afganistan%20ekonomi&f=false.

АКИМБЕКОВ, С.М. (2015). Истории Афганистана, 2015. 848 с. ISBN 978-601-7550-02-8.

АРУНОВА, М.Р. (2000). Афганская политика США в 1945–1999.

ВАХАБОВ, З.Т. (2017). Значение Великого Шелкового Пути Для Развития Связей Между Странами Востока И Запада, Материалы Iii Международной Научно-Практической Конференции 5–7 Октября.

ВИКТОР, *Б*. ve *НАДЕЖДИН*, *Г*. (2019). История участия СССР в афганском конфликте.

ВИКТОР, С.Б. ve МАТИЕВ, Ф.П. (2019). СССР и Афганистан в период войны 1979-1989 гг. экономическое и гуманитарное сотрудничество.

ДАВИДОВ, А.Д. (2000). Война и проблемы восстановления экономики Афганистана проблемы войны и мира.

ЖАВЕД, А.М. (2022). Афганистан и кризис против Европы: перспективы мира, Валдай, Международный дискусонный клуб.

ЗАЙНУТДИНОВ, Х. (1966). Развитие внешнеторговых связей СССР с Афганистаном в 1950-1965 гг.

КАЗАНЦЕВ, А. (2021). Перспективы и сценарии развития ситуации в Афганистане: интересы России и Китая. Аналитика и комментарии.

КОРГУН, В.Г. (1999). История Стран Востока Xx Век, Российская Академия Наук Институт Востоковедения, Серия основана в 1999 г.

КОРГУН, В.Г. (2004). История Афганистана. XX век., Исторические пути формирования образа России в Афганистане.

ЛЕЕ, Ж.Л. (2020). Афганистан: История страны с 1260 г. по настоящее время, Caa Network.

МЕЙЛИ, У. (2011). Афганистан с точки зрения истории и географии, Избранные статьи из номеров 880–881, декабрь 2010 г.– март 2011 г.

ОКИМВЕКОВ, У.В. (2016). Экономика Афганистана, Российская Академия Наук Институт Востоковедения, (Производственная Инфраструктура), Москва.

ПЕЙСИ, С. (2023). История Афганистана. С древнейших времен, Издательство «Центрполиграф».

СИКОЕВ, Р.Р. (2004). Религиозно-политический портрет.

СНЕСАВЕРА, А.Е. (2003). Выводы для будущего в свете идейного наследия, Афганские Уроки, на страже национально" государственных интересов и военной мощи россии.

ТИМОФЕЕВ, И. (2021). Афганистан V Тискакс Санкций, Валдай, https://ru.valdaiclub.com/a/highlights/afganistan-v-tiskakh-sanktsiy/.

ТОРОПИГИГН, А.Б. (2012). *Великий Шелковый путь. Перезагрузка.*

Summary

From the Afghan Empire founded by Ahmed Shah Durrani in 1747 until today, it is seen that a long-term environment of peace, tranquility, and stability has not been achieved in Afghanistan. It can be said that Afghanistan is constantly at the center of attention of the entire world because of the painful events it has experienced throughout history. The "Great Game" between England and the USSR during the 18th and 19th centuries saw England initially gaining influence, but ultimately losing it to the USSR in the 1918s. Similar to the past, the future saw Afghanistan's ancient geography facing the same destiny. The country's profile is shaped by ongoing internal rebellions, uprisings, occupations, and constant conflicts of interest involving the Western Bloc and other nations. Therefore, there are certain reasons for the long-term chaos experienced in the country from the past to the present. It is possible to explain that it is directly related to Afghanistan's location in an important interregional and intercontinental geostrategic and geoeconomic position. Afghanistan is also an important factor that it is among the powerful countries in the region such as China, Russia, India, and Iran, and that it is on important trade routes with its rich mineral resources. However, while these important factors increase the strategic importance of the country, they also increase the risks it carries. In fact, these important and helpful factors have turned into disadvantages that Afghanistan cannot bear and handle alone because of its general structure.

When examining the overall socio-economic structure of Afghanistan, the advantages that once existed in the country have transformed into disadvantages. This is primarily because of the historical pattern of constant invasions and wars, which has hindered the establishment of a stable nation state in the region. In terms of economy, it is seen that the country is very rich in terms of rich minerals and natural underground resources. It can also be said that the country has very favorable opportunities in terms of agriculture and animal husbandry. However, it is seen that these rich resources cannot be brought into the country's economy sufficiently because of the chaos and difficult geographical conditions in the country. It is known that the country's economy is often made dependent on the economies of occupying countries or foreign aid. In addition, the country's economy, which is trying to be kept afloat with foreign aid, continues to suffer even greater wounds because of the civil wars in the country and the strict bans imposed by the Taliban. The social crises that emerged because of the economic crises and civil wars in the country, as well as the inhumane strict prohibitions imposed by the Taliban, stand out as the biggest problems that the country must overcome today. In addition, that women are not considered as members of the society in the country and their rights to work and many other personal rights are taken away from them naturally leads to the emergence of humanitarian crises. In addition, the wars, and occupations in the country, as well as the gradual decrease in the male population, and outward migration pose great risks for the future of the country. These risks, besides the inadequacy in human capital that occurs with the decrease in the male population in the country's economy, cause large-scale socio-economic crises in the society by depriving women

of working life. In addition, there are still good hopes for the people in Afghanistan. It is known that important human dynamism such as the desire to live together in peace and harmony are still alive in society. Therefore, Afghanistan's current administrative structure and internal dynamics and its ability to overcome the problems existing in the country are not sufficient. In this context, it should be underlined that the people of Afghanistan and this ancient geography need the help of democratic countries and the establishment of permanent solutions in the country to ensure stability.

Özet

1747 yılında Ahmet Şah Durrani tarafından kurulan Afgan İmparatorluğundan günümüze kadar geçen süre içerisinde, Afganistan da uzun dönemli bir barış, huzur ve istikrar ortamının sağlanamadığı görülmektedir. Öte yandan Afganistan'ın tarih boyunca yaşamış olduğu acı olaylardan dolayı, sürekli olarak tüm dünyanın ilgi odağında olduğu da söylenebilir. 18. ve 19. yüzyıllarda İngiltere ve SSCB arasında görülen ve "Büyük Oyun" olarak adlandırılan ekonomik, siyasi ve askeri çıkar çatışmalarının yaşandığı bölgede, ilk dönemlerde nüfuzu İngiltere sağlar iken ilerleyen dönemlerde yani 1918'li yıllarda bunu SSCB'ne kaptırdığı görülmektedir. İleriki süreçlerde ise yine benzer kaderi yaşayan kadim coğrafya Afganistan; sürekli olarak iç isyanların, ayaklanmaların, işgallerin yanında, Batı Bloğu ve diğer ülkelerin çıkar çatışmalarının yaşandığı bir ülke profili çizmektedir. Dolayısı ile geçmişten günümüze kadar ülkede yaşanan uzun dönemli kaosların belli başlı nedenleri bulunmaktadır. Bunları; Afganistan'ın bölgelerarası ve kıtalararası önemli jeostratejik ve jeoekonomik bir konumda yer alması ile doğrudan ilişkili olduğu yönü ile açıklamak mümkündür. Öte yandan Afganistan'ın; Çin, Rusya, Hindistan ve İran gibi bölgedeki güçlü nüfuz sahibi ülkelerin arasında yer alması ve ayrıca sahip olduğu zengin mineral kaynakları ile beraber önemli ticaret yolları üzerinde bulunması da önemli bir faktördür. Fakat bu önemli faktörlerin ülkenin sahip olduğu stratejik önemi bir yandan artırırken öteki taraftan ise taşıdığı riskleri de artırmaktadır. Aslında bu önemli ve avantajlı faktörlerin Afganistan'ın genel yapısından dolayı tek başına taşıyamayacağı ve kaldıramayacağı dezavantajlara dönüştüğü görülmektedir.

Ülkede var olan avantajların, dezavantajlara dönüşmesinin bir sonucu olarak, Afganistan'ın genel sosyo-ekonomik yapısına bakıldığında ise; tarih boyunca sürekli olarak işgaller ve savaşlarla bütünleşik bir ülke yapısının olduğunu ve dolayısı ile bölgede asla bir ulus devletinin kurulamadığını söylemek mümkündür. Öte yandan ekonomi bağlamında ülkenin zengin mineraller ve doğal yer altı kaynakları bakımından oldukça zengin olduğu görülmektedir. Ayrıca ülkenin tarım ve hayvancılık bakımından da oldukça elverişli imkânlara sahip olduğu da söylenebilir. Fakat bu zengin kaynakların ülkede yaşanan kaoslar ve zor coğrafya koşulları nedeni ile ülke ekonomisine yeterince kazandırılamadığı görülmektedir. Ülke ekonomisinin genellikle işgalci ülke ekonomilerine veya dış yardımlara bağımlı hale getirildiği bilinmektedir. Ayrıca dış yardımlar ile ayakta tutulmaya çalışılan ülke ekonomisi, öte yandan ülkede yaşanan iç savaşlar ve Taliban'ın uygulamış olduğu katı yasaklar ile daha da büyük yaralar almaya devam etmektedir.

Ülkede yaşanan ekonomik krizlerin ve iç savaşlarla beraber Taliban'ın uygulamış olduğu insanlık dışı katı yasakların bir sonucu olarak ortaya çıkan toplumsal krizler günümüzde ülkenin aşması gereken en büyük sorunlar olarak ön plana çıkmaktadır. Ayrıca Ülkede kadınların toplumun bir bireyi olarak sayılmaması ve ellerinden çalışma hakları ile beraber daha birçok özlük haklarının alınması, doğal olarak insani krizlerin de ortaya çıkmasına da neden olmaktadır. Ayrıca ülkede yaşanan savaşlar ve işgaller ile beraber erkek nüfusunun giderek azalmasının ötesinde dışa verilen göçler ülkenin geleceği açısından büyük riskler teşkil etmektedir. Bu riskler ülke ekonomisinde erkek nüfusun azalması ile beraber baş gösteren beşeri sermayedeki yetersizliğe ek olarak kadınlarında çalışma hayatından mahrum edilmesi ile toplumda geniş çaplı sosyo-ekonomik krizlerin yaşanmasına neden olmaktadır. Bunun yanında Afganistan'daki insanlarda halen güzel ümitlerin var olduğu görülmektedir. Toplumda huzur ve barış içerisinde birlikte yaşama arzusu gibi önemli insani dinamizmlerin halen canlı olduğu bilinmektedir. Dolayısı ile Afganistan'ın günümüzdeki yönetimsel yapısı ve içsel dinamikleri ile ülkede var olan sorunların üstesinden gelme becerisinin yeterli olmadığı görülmektedir. Bu kapsamda Afganistan halkının ve bu kadim coğrafyanın demokratik ülkelerin yardımlarına ve ülkede kalıcı çözümlerin tesis edilerek istikrarın sağlanmasına ihtiyaçları olduğunun altı çizilmelidir.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);98-119
DOI: 10.17336/igusbd.1406509

ORIGINAL ARTICLE / ÖZGÜN ARAŞTIRMA

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Türkiye, Orta Doğu ve Kuzey Afrika (MENA) Ülkelerinin Lojistik Performans Endekslerinin Kümeleme Analizi Yöntemi ile İncelenmesine Yönelik Bir Çalışma

A Study to Examine the Logistics Performance Indices of Turkey, the Middle East and North Africa (MENA)Countries using the Cluster Analysis

Gonca Reyhan Akkartal

Öz

Amaç: Bu çalışmada, Türkiye ve MENA (Orta Doğu ve Kuzey Afrika) ülkelerinin lojistik performansları kümeleme analizi yöntemi kullanılarak karşılaştırılmıştır. Çalışmanın amacı, bu ülkelerin lojistik performanslarını değerlendirmek ve geliştirmeleri gereken alanları belirlemektir.

Yöntem: Çalışmada, kümeleme analizi yöntemi kullanılarak Lojistik Performans Endeksi›ndeki veriler analiz edilmiştir. Bu analiz yöntemi, ülkelerin lojistik performanslarının kategorilere göre gruplandırılmasını ve karşılaştırılmasını sağlamıştır.

Bulgular: MENA ülkeleri arasında lojistik performansı en iyi olan ülke, bütün kategorilerde Birleşik Arap Emirlikleri olarak belirlenmiştir. Genel sıralamada Kuveyt, Katar ve Suudi Arabistan öne çıkmaktadır. Türkiye, Birleşik Arap Emirlikleri'nden sonra en yüksek lojistik performansa sahip ülkedir. Lojistik performansı en düşük ülkeler ise Irak, Libya, Suriye, İran, Fas ve Yemen olarak tespit edilmiştir. İthalat ve ihracata hazırlık süreleri açısından Irak, İran ve Cezayir daha yüksek sürelerle öne çıkmaktadır. Türkiye, Birleşik Arap Emirlikleri ve Katar ile benzer şekilde daha düşük ithalat ve ihracata hazırlık sürelerine sahiptir.

Sonuç: Çalışmanın sonucunda elde edilen verilere göre, MENA ülkelerinin lojistik performanslarını ilerletebilmeleri için çeşitli önerilerde bulunulmuştur. Bu öneriler, lojistik altyapının geliştirilmesi, tedarik zinciri yönetiminin iyileştirilmesi ve gümrük işlemlerinin hızlandırılması gibi alanlara odaklanmaktadır.

Anahtar Kelimeler

Uluslararası Lojistik, uluslararası Ticaret, tedarik Zinciri Yönetimi, Lojistik Yönetimi, Kümeleme Analizi

Jel Sınıflandırılması: L91, L99

Ph. D., İstanbul Medipol Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, Lojistik Yönetimi Bölümü, İstanbul, Türkiye.
✉ gonca.akkartal@medipol.edu.tr

Geliş/Received: 18.12.2023
Kabul/Accepted: 12.08.2024

Gonca Reyhan Akkartal, "A Study to Examine the Logistics Performance Indices of Turkey, the Middle East and North Africa (MENA)Countries using the Cluster Analysis ", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 98-119.

Abstract

Aim: This study compares the logistics performance of Turkey and MENA (Middle East and North Africa) countries using the clustering analysis method. The aim of the study is to evaluate the logistics performance of these countries and identify areas that need improvement.

Method: The study uses the clustering analysis method to analyze data from the Logistics Performance Index. This analysis method allows for the grouping and comparison of countries' logistics performance by category.

Findings: The country with the best logistics performance among MENA countries, in all categories, is the United Arab Emirates.In the overall ranking, Kuwait, Qatar, and Saudi Arabia stand out.Turkey is the country with the highest logistics performance after the United Arab Emirates.The countries with the lowest logistics performance are Iraq, Libya, Syria, Iran, Morocco, and Yemen.In terms of import and export preparation times, Iraq, Iran, and Algeria have the longest preparation times.Turkey is similar to the United Arab Emirates and Qatar and has shorter import and export preparation times.

Results: Based on the results of the study, various recommendations have been made for countries to improve their logistics performance. These recommendations focus on areas such as developing logistics infrastructure, improving supply chain management, and speeding up customs procedures.

Keywords

International Logistics, International Trade, Supply Chain Management, Logistics Management, Cluster Analysis

Jel Classification: L91, L99

Giriş

Lojistik, hammaddenin tedarikinde son tüketiciye varıncaya kadar ki tedarik, üretim, depolama, ulaştırma, katma değerli işlemler, vs. tüm faaliyetleri kapsar. Ayrıca Ülkelerin ekonomik kalkınmalarında lojistiğin önemi her geçen gün artmaktadır. Bu bağlamda özellikle pandemi ile lojistik sektörüne artan talep, sadece firmalar için değil aynı zamanda ülkeler için rekabet unsuru oluşturmuştur. Lojistik, yapısal olarak içsel ve dışsal etkilere son derece hassastır. Özellikle 2018 yılı ağustos ayında yaşanan kur şokundan sonra iç piyasada daralan talep, faizlerin artması, küresel piyasalarda yaşanan dalgalanmalar, küresel lojistiği etkilemiştir. Bu konuyla ilgili literatürde çalışmalar mevcuttur. Bir çalışmada (Fırat, 2023), lojistiğin, tarihsel gelişim süreci boyunca çokça dışsal faktörlerden etkilendiğini belirtmiştir.

Bir çalışmada Kahveci 2022, lojistik sektörünün ülke ekonomileri ve uluslararası pazarlar için giderek daha önemli hale geldiğini belirterek, ülkelerin lojistik performanslarının ve performanslarını artırmak için yapabilecekleri çalışmaların giderek önem kazandığını vurgulamaktadır (Kahveci , 2022) . Bununla birlikte küresel anlamda rekabetin arttığı lojistik sektöründe ülkelerin lojistik performansı değerlendirmek için Dünya Bankası tarafında 2 senede bir yayınlanan Lojistik Performans Endeksini yayınlamaktadır. **"**Lojistik performansın önemi nedeniyle ülkeler, kendi lojistik performanslarını sürekli takip ederek güçlü ve zayıf yönlerini analiz ederler. Böylece, lojistik performanslarını artırmak için stratejiler, planlar, politikalar, yöntemler ve faaliyetler geliştirirler. (Altıntaş, Lojistik Performans Endeksi Kapsamında Ülkelerin K-Ortalamalar Kümeleme Analizi ile İncelenmesi, 2022)**.**

*"*Sanayileşmiş ülkelerin bugünkü sanayileşme ve kalkınma hamlelerini tamamlamak için altyapı yatırımlarına ve özellikle etkin bir ulaştırma altyapısına önem verdikleri görülmektedir" (Erdoğan, 2016)**.**

Tedarik zincirinde artan rekabetle ülkelerin lojistik performansı artırma stratejileri de gelişmiştir. Buna göre ülkelerin lojistik performansının artış göstermesi aynı zamanda o ülkelerin ekonomilerinin düzeyinin gelişme gösterdiği anlamına gelmektedir. Manavgat ve Demirci çalışmasında ülkelerin lojistik faaliyetleri ile uluslararası ticaret süreçleri ve gelirleri arasında sıkı bir ilişki olduğunu vurgulamaktadır. Lojistiğin ekonomik faaliyetler üzerinde önemli bir etkisi olduğu ve uluslararası ticaretin başarısı için etkili lojistik sistemlerin önemli olduğu anlatmaktadır (Manavgat ,et al,. 2021).

Altınbaş çalışmasında lojistik performansın önemine vurgu yaparak, ülkelerin kendi lojistik performanslarını sürekli takip ederek eksikliklerini, yeterliliklerini ve üstünlüklerini analiz ettiklerini belirtmektedir. Bu analizler sonucunda, ülkeler lojistik performanslarını artırmak için stratejiler, planlar, politikalar, yöntemler, yönetimler ve faaliyetler geliştirdiklerini ifade etmiştir. (Altıntaş, Lojistik Performans Endeksi Kapsamında Ülkelerin K-Ortalamalar Kümeleme Analizi ile İncelenmesi, 2022). Macit çalışmasında, küresel düzende artan rekabetin ülkeleri dış piyasalara yönlendirmesiyle birlikte ulaştırma faaliyetlerinin gelişimine ivme kazandığını ve bu faaliyetlere duyulan ihtiyacın arttığını belirtmektedir. Dünya ticaretinde ve ülke ekonomilerinde önemli bir yere sahip olan ulaştırma ekonomisinin gün geçtikçe daha da önem kazandığı ifade etmektedir (Macit, 2020).

Ülkelerin lojistik performanslarındaki başarıları, o ülkelerin aynı zamanda verimlilik ve üretkenlikte rekabet avantajına sahip olduklarını göstermektedir. Ustalı ve Tosun çalışmalarında verimlilik ve üretkenlik kavramlarının sıklıkla karıştırıldığını ve birbirinin yerine kullanıldığını belirtmektedir. Ancak, her iki kavramın da performans göstergesi olduğu fakat farklı anlamlara sahip olduğu vurgulanmaktadır (Ustalı , et al, 2020).

Dünya bankası tarafından hesaplanan Lojistik performans endeksi (LPI) ülkelerin lojistik performans açısından strateji geliştirmelerine olanak sağlar. Bununla birlikte lojistik maliyetler özellikle enerjide dışa bağımlı olan ülkeleri zorlamaktadır. Bu faaliyetlerin başında ulaştırma vardır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin enerjide dışa bağımlı olmaları, lojistik performanslarını geliştirmelerinde zorluklar yaşamalarına sebep olur. Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerinden meydana gelen MENA ülkeleri (Middle East ve North Africa) kelimelerinden oluşmuştur. Bu ülkeler Mısır, Ürdün, Lübnan, Fas, Tunus, Cezayir, İran, Yemen, Suriye, Irak, Sudi Arabistan, Katar, Umman, Birleşik Arap Emirlikleri, Kuveyt, Bahreyn ve Libya tır. Bu çalışmada gelişmekte olan MENA ülkeleri ile Türkiye'nin LPI verilerine göre lojistik performansları karşılaştırılacaktır.

Bu bağlamda çalışmanın amacı, Türkiye ve MENA ülkelerinin Lojistik Performans Endeksi'ne göre lojistik performansı karşılaştırılmasıdır. Çalışmada amaca ulaşmak için kümeleme analizi yöntemi kullanılmıştır.

Çalışmada ilgili kriterlerin ülkelerin lojistik performanslarını değerlendirirken, çalışmanın sonucunda MENA ülkelerinin ve Türkiye'nin lojistik performansını hangi yönde geliştirmeleri gerektiğine dair çözüm önerilerinde bulunulacaktır. Bu çalışma ile lojistik performansı düşük olan ülkeler belirlenecek, literatüre katkı sağlanacak ve çözüm önerilerinde bulunulacaktır.

Literatür Taraması

Çalışmada MENA Ülkelerinin ve Türkiye'nin LPI'ya (Lojistik Peroformans Endeksi) göre lojistik performansları karşılaştırılacaktır. Çalışmanın literatürdeki diğer çalışmalardan farkı olarak MENA ülkelerinin ele alınmasıdır. Çalışmanın orijinalliği ve literatüre katkısı daha önce MENA ülkeleri ve Türkiye'nin Lojistik performansını karşılaştıran az sayıda çalışmanın olmasıdır. Bu bağlamda çalışma, kendinden sonraki çalışmalara ışık tutacaktır.

Performans ölçülmesi ile ilgili güncel bir çalışmada, günümüz küreselleşmiş ekonomisinde lojistik performansın ölçümünün gerekliliği hakkında bir literatür taraması sunar. Yazarlar, lojistik performansın ölçülmesinin, tedarik zinciri verimliliğini artırmak, maliyetleri azaltmak ve müşteri memnuniyetini artırmak için önemli olduğunu savunurlar (Kandil, Sanadhya, 2021).

MENA ülkelerindeki lojistik performansı ile ilgili yapılan ampirik bir analizde yazarlar, Dünya Bankası'nın Lojistik Performans Endeksi'nden elde edilen verileri kullanarak 14 MENA ülkesinin lojistik performansını incelemektedirler. Makale, bölgedeki lojistik performansın ana etkenlerini, altyapı, gümrük verimliliği ve lojistik yeterlilik gibi konuları tartışmaktadır. Yazarlar, MENA ülkelerinin lojistik performansını diğer dünya bölgeleri ile karşılaştırır ve gelişim için alanlar belirler (Jaballah , et al, 2021).

Orta Doğu ve Kuzey Afrika (MENA) bölgesindeki lojistik performansı değerlendiren bir başka ampirik çalışmada yazarlar, Dünya Bankası'nın Lojistik Performans Endeksi'nden elde edilen verileri kullanarak 17 MENA ülkesinin lojistik performansını değerlendirmektedir. Makale, bölgedeki lojistik performansın ana etkenlerini, altyapı, düzenleyici ortam ve lojistik yeterlilik gibi konuları tartışmaktadır (El Safty, et al 2021).

Kim ve diğerleri çalışmasında lojistik performansı ve rekabet açısından Asya-Pasifik bölgesindeki ülkeleri kümelemek için küme analizi kullanır. Yazarlar, LPI ve diğer kaynaklardan verileri analiz ederek farklı ülkeler ve bölgeler arasında lojistik performansındaki desenleri belirler (Kim , et al, 2018).

Kuşak ve Yol ülkelerindeki lojistik performansını değerlendiren bir diğer çalışmada ise yeni bir kümeleme yaklaşımı sunar. Yazarlar, benzer lojistik performans özellikleri gösteren ülkelerin gruplarını belirlemek için k-means kümeleme ve bulanık kümeleme yöntemlerinin bir kombinasyonunu kullanırlar (Li, et al,. 2020).

Mardani ve diğerleri çalışmalarında İran'daki deniz taşımacılığının lojistik performansını analiz etmek için küme analizi kullanır. Yazarlar, LPI ve diğer kaynaklardan verileri analiz ederek İran'ın farklı liman ve bölgelerindeki lojistik performansındaki desenleri belirler (Mardani, et al,. 2019).

Thang ve diğerleri inceledikleri başka bir çalışmada ise, ASEAN ülkelerini lojistik performansına göre gruplandırmak için kümeleme analizi kullanır. Yazarlar, LPI ve diğer kaynaklardan verileri analiz ederek ASEAN bölgesindeki farklı ülkeler arasındaki lojistik performansındaki desenleri belirlerler (Thang , et al,. 2020).

Yapılan incelemeler sonucunda literatürde MENA ülke.leri ile Türkiye'nin lojistik performansının kümeleme analizi yöntemi ile karşılaştırılması ile ilgili kısıtlı sayıda çalışma bulunmaktadır.

Yöntem

Bu çalışmada, MENA ülkeleri olarak adlandırılan ve bir önceki başlıkta detayları verilen 17 ülke ile Türkiye'nin, dünya bankası tarafından yayınlanan lojistik performans endeksi verilerinden yola çıkarak kümele analizleri ile karşılaştırılması amaçlanmıştır. İlk defa 2007'de yayınlanan lojistik performans endeksi verileri sonrasında 2010'da yayınlanmış ve her iki senede bir düzenli olarak yayınlanmaya başlamıştır. 2007, 2010, 2012, 2014, 2016 ve 2018 yılları için toplamda 6 farklı dönemi kapsayan veriler dünya bankasının web sitesinde erişime açıktır.[1] Ülkelerin lojistik performans değerlerinin 1 ile 5 arasında bir değer ile derecelendirildiği bu veri setinde 1 değeri en düşük 5 değeri en yüksek puanı ifade etmektedir. Toplam bir lojistik performans indeks değeri olduğu gibi aynı zamanda aşağıda gösterilen tabloda belirtilen farklı ölçümlere ait lojistik performans indeks değerleri de yer almaktadır. Ayrıca ülkelerin ithalat ve ihracata hazırlık süreleri gün cinsinden medyan değeri olarak verilmiştir. İthalat ve ihracat için hazırlık süresinin daha düşük olması lojistik performans açısından daha yüksek bir lojistik performans göstergesidir.

Tablo 1. Lojistik Performans Endeksleri

Lojistik Hizmetlerinin Yeterliliği ve Kalitesi (1=Düşük İla 5=Yüksek)
Rekabetçi Fiyatlara Sahip Gönderileri Düzenleme Kolaylığı (1=Düşük İla 5=Yüksek)
Sevkiyatların Planlanan veya Beklenen Süre İçinde Alıcıya Ulaşma Sıklığı (1=Düşük İla 5=Yüksek)
Ticaret ve Ulaşımla İlgili Altyapının Kalitesi (1=Düşük İla 5=Yüksek)
Sevkiyatları İzleme ve Takip Etme Yeteneği (1=Düşük İla 5=Yüksek)
Gümrükleme Sürecinin Etkinliği (1=Düşük İla 5=Yüksek)
Toplam Lojistik Performans Endeksi (1=düşük ila 5=yüksek)
İhracat İçin Hazırlık Süresi, Medyan Vaka (Gün)
İthalat İçin Hazırlık Süresi, Medyan Vaka (Gün)

MENA ülkelerinin Tablo 1'de belirtilen lojistik performans değerleri ve ithalat ve ihracat için hazırlık süreleri kümeleme yöntemi kullanılarak değerlendirilmiştir. Kümeleme yöntemi, veriler arasındaki benzerliklerden yola çıkarak gruplama yapmayı sağlayan bir veri madenciliği yöntemidir. Kümeleme analizi ile veri setinde yer alan alt sınıfların tespit edilmesi amaçlanır. Kümeleme analizi için geliştirilmiş birçok farklı yöntem vardır. Her yöntemin performansı veri setine göre farklılık gösterebilir.

Temelde hiyerarşik ve hiyerarşik olmayan kümeleme yöntemleri olarak ikiye ayrılan kümeleme yöntemlerinde hiyerarşik kümeleme de kendi arasında iki farklı sınıfa ayrılır. Bu sınıflama yöntemleri birleştirici (aglomeratif) ve bölücü (divisive) yöntemlerdir (Gülağız , et al, 2017). Bölücü kümeleme

[1]https://data.worldbank.org/indicator/LP.LPI.OVRL.XQ

yöntemi başta bütün gözlem değerlerini tek bir küme olarak ele alır ve aşamalı olarak tek bir kümeyi ayrı kümeler olarak ortaya çıkarır. Birleştirici kümeleme yöntemi ise tam tersi şekilde öncelikle her bir gözlem değerini bir küme olarak ele alır ve sonrasında gözlem değerlerini birleştirerek kümeler oluşturur (Roux, 2018). Hiyerarşik olmayan kümeleme yöntemleri ise bütünleme, ızgara tabanlı, yoğunluk tabanlı ve diğer yaklaşımlar olarak dört farklı yöntem olarak ortaya çıkar (Taşkın , et al, 2010).

Bu çalışmada hiyerarşik olmayan yöntemler sınıfından bölümleme yönteminin bir yaklaşımı olan K-ortalamalar (K-Means) yöntemi kullanılmıştır. Ayrıca hiyerarşik bir yöntem olan birleştirici yöntem de kullanılmıştır. Birleştirici yöntemde, gözlem değerleri arasındaki ilişkinin gösterilmesi amacıyla dendogram olarak adlandırılan ve şematik bir temsille gösterilen grafik kullanılmıştır.

K-ortalamalar algoritması, gözlem değerleri arasındaki uzaklığı baz alarak, kümelerin merkezine göre yeni kümeler oluşturulması gerektiği düşüncesiyle çalışır. Elde edilen her veri kümesi için bu kümenin elemanları ile kümelerin belirlenen merkezi arasındaki mesafe kümeleme hata oranını verir. K-ortalamalar merkez değerlerinin oluşturulması, gözlem değerleri ve merkezler arasındaki uzaklığa göre merkezin dışındaki her kümeye puan atanması, yeni merkezlerin hesaplanması ve karar verilen küme sayısı kadar küme elde edilene kadar bu işlemlerin tekrarlanması adımlarından oluşur (Kaya , et al, 2008).

Bu çalışmada Tablo 1'de detayları verilen lojistik performans endekslerinin her biri ve ithalat ve ihracata hazırlık süreleri için 17 MENA ülkesi ve Türkiye'nin 2007, 2010, 2012, 2014, 2016 ve 2018 yılları için toplamda 6 farklı dönemi kapsayan verileri analiz edilmiştir. K-ortalamalar yöntemiyle elde edilen kümeler grafik olarak görselleştirilmiştir. Ayrıca dendogram grafiği elde edilerek ülkelerin nasıl kümelendiği hiyerarşik olarak da gösterilmiştir. K-ortalamalar yönteminde kaç küme elde edileceğine elbow (dirsek) yöntemi kullanılarak karar verilmiştir. Dirsek yöntemi, küme sayısın bir fonksiyonu olarak, açıklanan varyans yüzdesine göre çalışan bir yöntemdir. Bu yöntem, başka bir küme eklemenin verilerin çok daha iyi modellemesini sağlamayacağı fikrine dayanmaktadır. Kümelerin açıkladığı varyans yüzdesi, küme sayısına göre çizilir. İlk kümeler açıklanan varyansı arttırır ancak bir noktada marjinal kazanç önemli ölçüde düşer ve dirsek yöntemiyle elde edilen grafikte bu durum görsel olarak görülebilir (Bholowalia , Kumar, 2014). Küme sayısı belirlendikten sonra elde edilen kümelerdeki gözlem değerleri, görsel olarak da görülecek şekilde grafiklerle gösterilmiştir. K-ortalamalar yöntemiyle elde edilen grafikler ile dendogram grafikleri R programlama dili kullanılarak elde edilmiştir.

R programlama dili kullanılarak elde edilen grafikler için "factoextra" paketi kullanılmıştır. Bu paket çok değişkenli verilerin analiz edilmesi ve sonuçlarının görselleştirilmesi için çeşitli kodlar içeren bir pakettir. Öncelikle bu paket indirilerek kütüphaneye alınmıştır. Bunun için kullanılan kod bloğu aşağıdaki gibidir.

```
install.packages("factoextra")
library(factoextra)
```

Veri setinin R studio'ya alınması sonrasında grafiklerde kullanılmak üzere ülke isimlerinin yer aldığı değişken "ulke_isimleri" adıyla oluşturulmuştur. Daha sonra varsa sayısal olmayan değişkenler veri setinden çıkartılmıştır. Sonrasında veriler ölçeklendirilmiş ve gözlem değerleri arasında uzaklıklar elde edilmiştir. Bu işlemler için aşağıdaki kod bloğu kullanılmıştır.

```
#gözlem değerlerinin isimleri (veri ismi: "Veri_Seti")
ulke_isimleri=Veri_Seti$`Country Name`
#sayısal olmayan değerlerin çıkartılması
Ihracata_hazirlik1= Veri_Seti[, -c(1:2)]
#verilerin ölçeklendirilmesi
Ihracata_hazirlik1.1=scale(ihracata_hazirlik1, center = FALSE)
#uzaklığın hesaplanması
Ihracata_hazirlik1.1_u=get_dist(ihracata_hazirlik1.1)
```

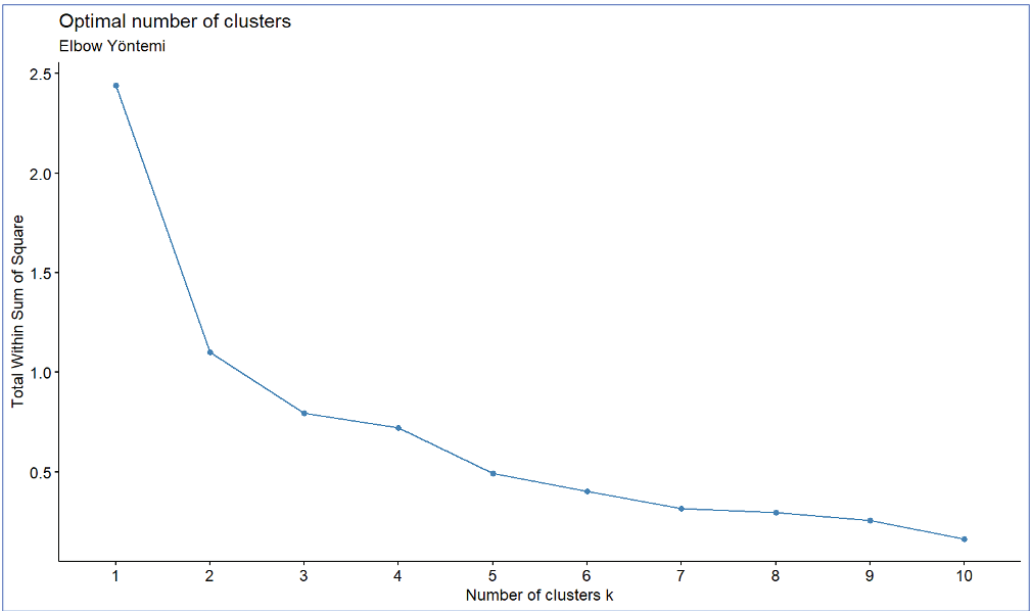
Verinin kümeleme analizine hazır hale getirilmesinden sonra öncelikle elbow yöntemi kullanılarak küme sayısı belirlenmiştir. Daha sonra belirlenen küme sayısına göre ülkeler kümelere ayrılmıştır. Kümeler belirlendikten sonra bu kümelerin grafik olarak elde edilmesi için gerekli kodlar çalıştırılmıştır. Son olarak dendogram grafiği elde etmek amacıyla gerekli kodlar çalıştırılmıştır. Bu işlemler için kullanılan kod blokları aşağıdaki gibidir.

```
#küme sayısının hesaplanması, wss=within sum squares=toplam kareler
fviz_nbclust(ihracata_hazirlik1, kmeans, method = "wss")+labs(subtitle = "Elbow Yöntemi")
#kmeans ile kümelerin belirlenmesi
kmean_cikti=kmeans(ihracata_hazirlik1,centers = 3, nstart = 100)
#elde edilen kümelerin görselleştirilmesi
km_kumeleri=kmean_cikti$cluster
rownames(ihracata_hazirlik1)=ulke_isimleri
#ülke isimlerinin satır isimleri olarak tanımlanması
fviz_cluster(list(data=ihracata_hazirlik1, cluster= km_kumeleri))
#dendogram grafiğinin elde edilmesi
hc=hclust(dist(ihracata_hazirlik1), "ave")
plot(hc, labels = ulke_isimleri1)
```

Kodlar çalıştırıldıktan sonra küme sayısının belirlenmesi için bir grafik, gözlem değerlerinin yer aldığı kümelerin tablosu ve grafiği ve dendogram grafiği elde edilmiştir. Bu işlemler, yukarıdaki kod bloklarında ülkelerin ihracata hazırlık süresinin belirlenmesi örneği üzerinden gösterilmiştir. Her bir lojistik performans göstergesi için buradaki işlemler tekrarlanmıştır.

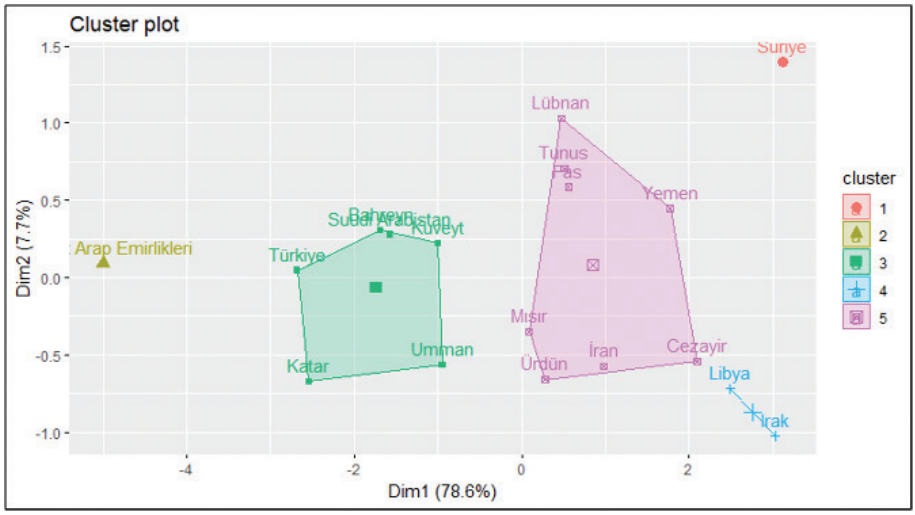
Toplam Lojistik Performans Endeksine Göre Ülkelerin Kümelenmesi

MENA ülkelerinin toplam lojistik performansına göre kümelenmesi amacıyla yapılan analizler sonucunda optimal küme sayısı 5 olarak belirlenmiştir. "Elbow" yöntemi kullanılarak belirlenen optimal küme sayısına ait şekil aşağıdaki şekil 1'deki gibidir.



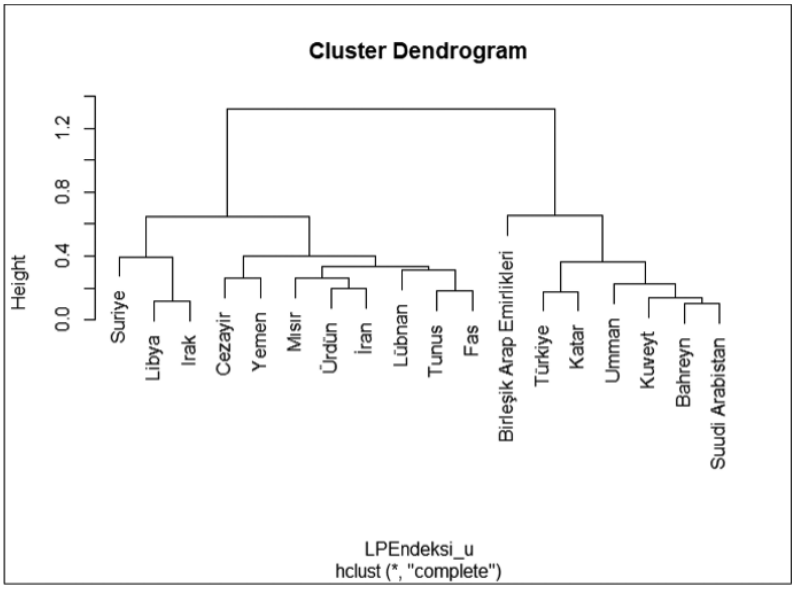
Şekil 1. Toplam Lojistik Performans Endeksi için Optimal Küme Sayısı

Şekil 1'deki grafikte optimal küme sayısı kırılmanın durduğu sayı olarak belirlenebilir. Grafikteki keskin kırılmanın 5'inci kümeden sonra bittiği görülmektedir. Buna göre verilerin 5 kümeye ayrılması optimal küme sayısı olarak belirlenebilir. Optimal küme sayısı belirlendikten sonra oluşan kümeler aşağıdaki şekil 2'deki gibidir.



Şekil 2. Toplam Lojistik Performans Endeksi için Oluşan Kümeler

Şekil 2 incelendiğinde oluşan 5 farklı kümede Suriye'nin tek başına bir küme oluşturduğu; Libya ve Irak'ın da tek kümede oldukları görülmektedir. Kalan ülkeler kendi aralarında 3 farklı küme oluşturmuştur. Türkiye; Katar, Umman, Bahreyn, Suudi Arabistan ve Kuveyt'in yer aldığı kümededir. Bu durumda Türkiye'nin toplam lojistik performansında bu ülkelerle benzeştiği söylenebilir. Ayrıca şekil 2'de yer alan görseldeki ülkeler, toplam lojistik performanslarına göre sağdan sola doğru artan bir performansa sahiptir. Bu durumda en solda yer alan Birleşik Arap Emirlikleri en yüksek toplam lojistik performans endeksiyle diğer ülkelerden ayrışmıştır. Türkiye ikinci en yüksek toplam lojistik performansına sahip ülkedir. Suriye, Libya ve Irak ise en düşük toplam lojistik performans endeksine sahip ülkeler arasında yer almıştır. Bu durum aşağıdaki dendogram grafiğinde de görülebilir.

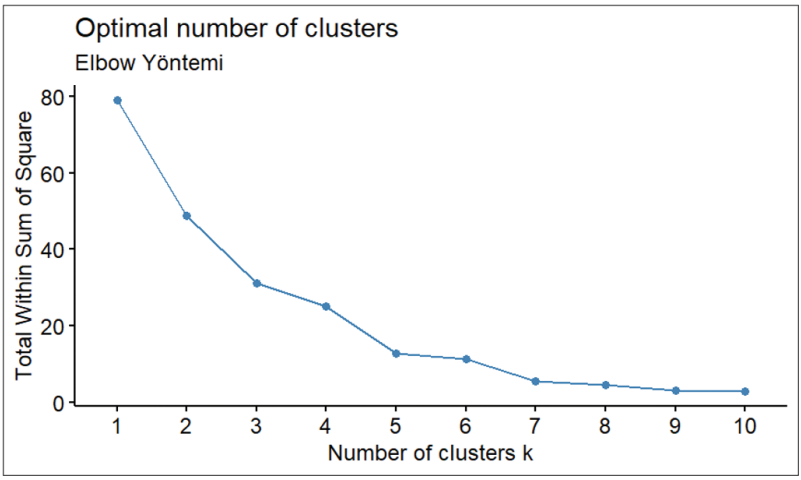


Şekil 3. Toplam Lojistik Performans Endeksi için Oluşan Kümeler (Dendogram)

Dendogram grafiğinde de Birleşik Arap Emirlikleri'nin diğer ülkelerden ayrıştığı görülebilir. Türkiye; Katar, Umman, Bahreyn, Suudi Arabistan ve Kuveyt'in yer aldığı kümededir ancak en çok benzeştiği ülkenin Katar olduğu görülmektedir. Dendogram grafiği toplam lojistik performansının yüksek veya düşük olmasıyla ilgili bir bilgi vermez ancak ülkelerin toplam lojistik performansı açısından ne kadar benzeştiği görülebilir.

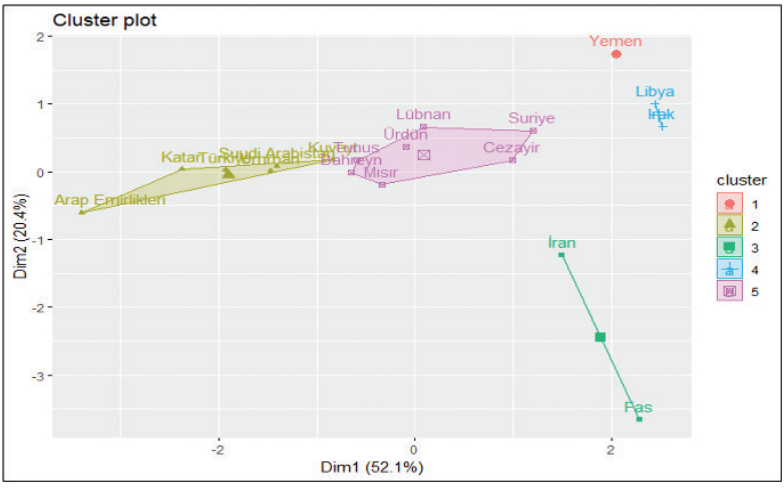
Sevkiyatların Planlanan veya Beklenen Süre İçinde Alıcıya Ulaşma Sıklığı Endeksine Göre Ülkelerin Kümelenmesi

MENA ülkelerinin Sevkiyatların Planlanan veya Beklenen Süre İçinde Alıcıya Ulaşma Sıklığı performansına göre kümelenmesi amacıyla yapılan analizler sonucunda optimal küme sayısı 5 olarak belirlenmiştir. "Elbow" yöntemi kullanılarak belirlenen optimal küme sayısına ait grafik aşağıdaki Şekil 4'teki gibidir.



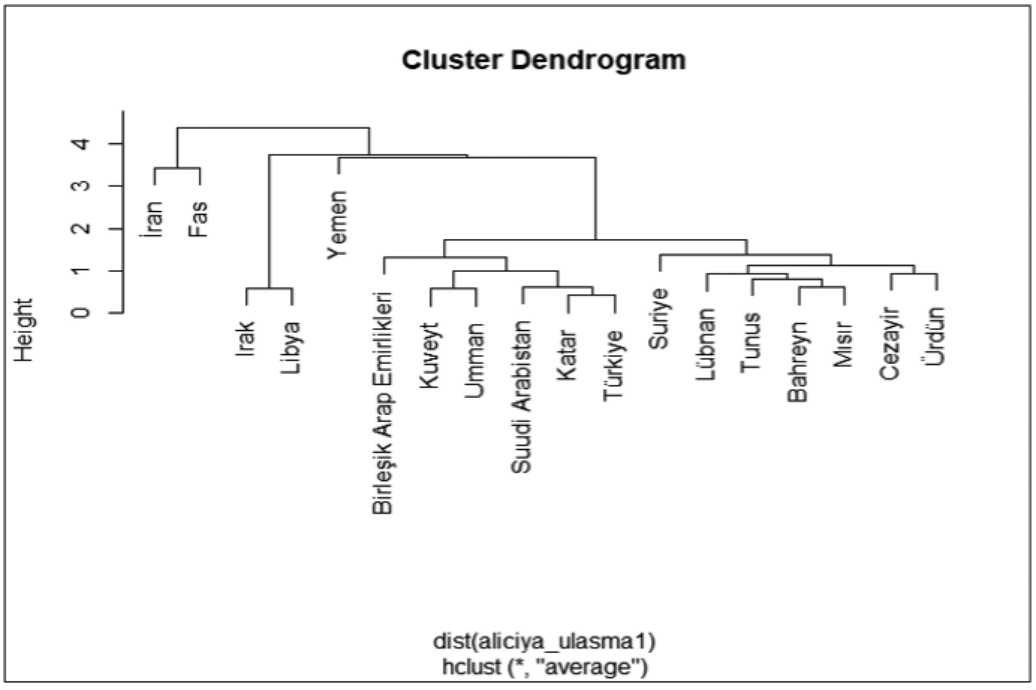
Şekil 4. Sevkiyatların Planlanan veya Beklenen Süre İçinde Alıcıya Ulaşma Sıklığı Endeksi için Optimal Küme Sayısı

Şekil 4'teki grafikte optimal küme sayısı kırılmanın durduğu sayı olarak belirlenebilir. Grafikteki keskin kırılmanın 5.inci kümeden sonra bittiği görülmektedir. Buna göre verilerin 5 kümeye ayrılması optimal küme sayısı olarak belirlenebilir. Optimal küme sayısı belirlendikten sonra oluşan kümeler aşağıdaki şekil 5'teki gibidir.



Şekil 5. Sevkiyatların Planlanan veya Beklenen Süre İçinde Alıcıya Ulaşma Sıklığı Endeksine Göre Oluşan Kümeler

Şekil 5 incelendiğinde oluşan 5 farklı kümede Yemen'in tek başına bir küme oluşturduğu; Libya ve Irak ile İran ve Fas'ın da tek kümede oldukları görülmektedir. Kalan ülkeler kendi aralarında 2 farklı küme oluşturmuştur. Türkiye; Suudi Arabistan, Umman, Kuveyt, Katar ve Birleşik Arap Emirlikleri'nin yer aldığı kümededir. Bu durumda Türkiye'nin sevkiyatlarının planlanan ve beklenen süre içinde alıcıya ulaştırılması performansı bu ülkelerle benzeşmektedir. Ayrıca şekil 5'te yer alan görseldeki ülkeler, sevkiyatlarının planlanan ve beklenen süre içinde alıcıya ulaştırılması performanslarına göre sağdan sola doğru artan bir performansa sahiptir. Bu durumda en solda yer alan ve Türkiye'nin de yer aldığı kümedeki ülkelerin sevkiyatlarının planlanan ve beklenen süre içinde alıcıya ulaştırılması performansı diğer ülkelere göre daha yüksektir. Türkiye üçüncü en yüksek performansa sahip ülkedir. Yemen, Libya, Irak, Fas ve İran ise en düşük performansa sahip ülkeler olarak ortaya çıkmıştır. Ülkelerin yer aldıkları kümeler aşağıdaki dendogram grafiğinde de görülebilir.

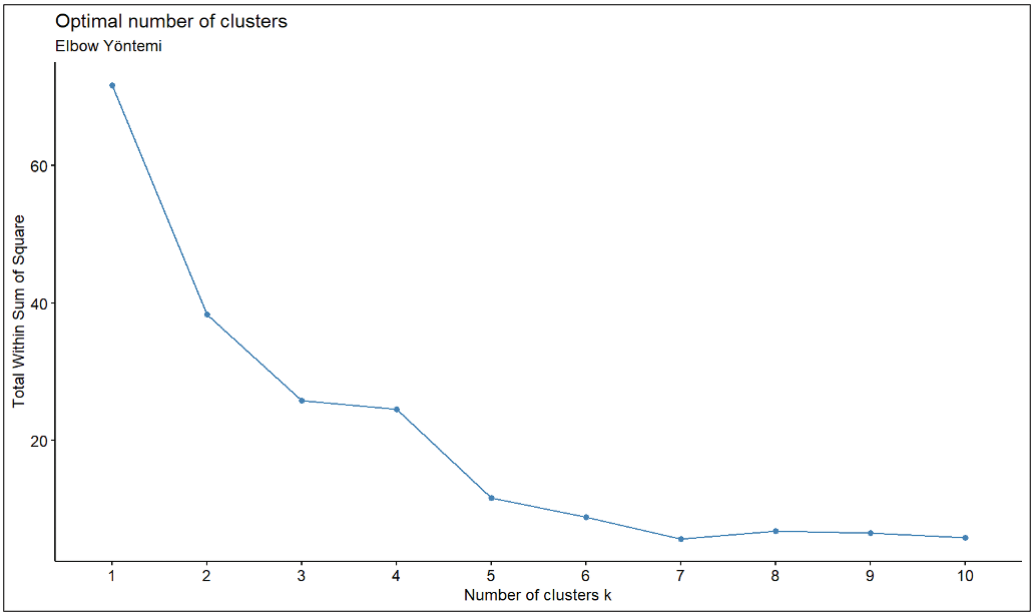


Şekil 6. Sevkiyatların Planlanan veya Beklenen Süre İçinde Alıcıya Ulaşma Sıklığı Endeksine Göre Oluşan Kümeler (Dendogram)

Dendogram grafiğinde de Türkiye; Suudi Arabistan, Umman, Kuveyt, Katar ve Birleşik Arap Emirlikleri'nin yer aldığı kümededir ancak en çok benzeştiği ülkenin Katar olduğu görülmektedir. Dendogram grafiği yüksek veya düşük performansla ilgili bir bilgi vermese de ülkelerin ilgili performans endeksine göre ne kadar benzeştiği görülebilir.

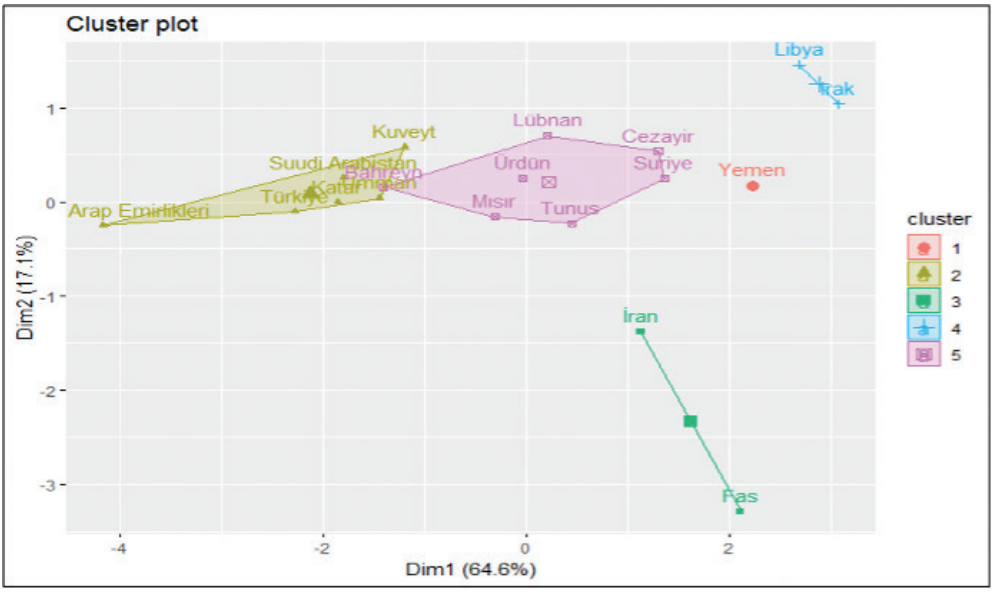
Ticaret ve Ulaşımla İlgili Altyapının Kalitesi Endeksine Göre Ülkelerin Kümelenmesi

MENA ülkelerinin Sevkiyatların Planlanan veya Beklenen Süre İçinde Alıcıya Ulaşma Sıklığı performansına göre kümelenmesi amacıyla yapılan analizler sonucunda optimal küme sayısı 5 olarak belirlenmiştir. "Elbow" yöntemi kullanılarak belirlenen optimal küme sayısına ait grafik aşağıdaki Şekil 7'deki gibidir.



Şekil 7. Ticaret ve Ulaşımla İlgili Altyapının Kalitesi Endeksi için Optimal Küme Sayısı

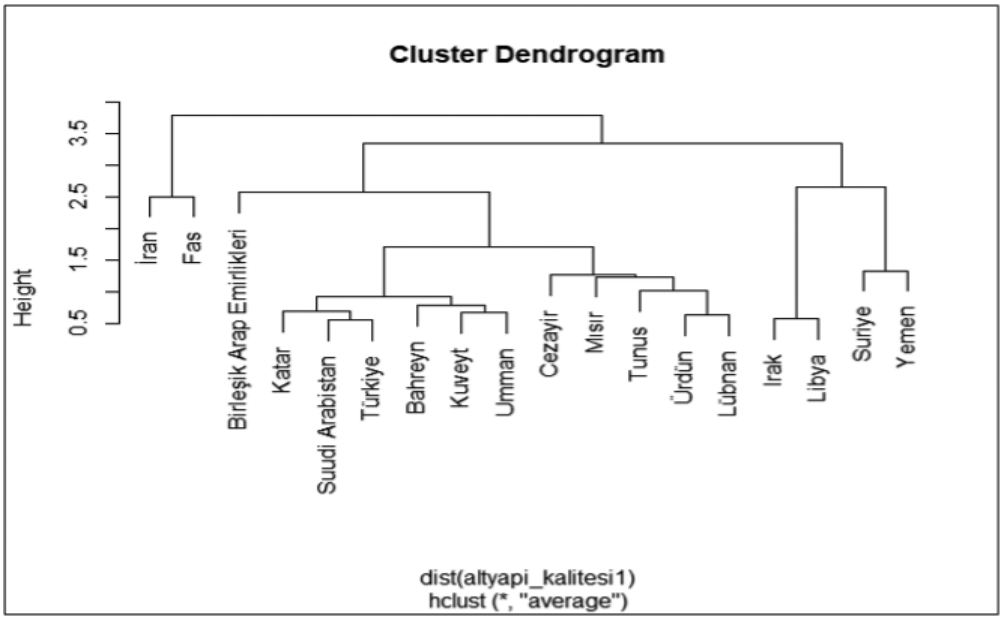
Şekil 7'deki grafikte optimal küme sayısı kırılmanın durduğu sayı olarak belirlenebilir. Grafikteki keskin kırılmanın 5'inci kümeden sonra bittiği görülmektedir. Buna göre verilerin 5 kümeye ayrılması optimal küme sayısı olarak belirlenebilir. Optimal küme sayısı belirlendikten sonra oluşan kümeler aşağıdaki şekil 5'teki gibidir.



Şekil 8. Ticaret ve Ulaşımla İlgili Altyapının Kalitesi Endeksine Göre Oluşan Kümeler

Şekil 8 incelendiğinde oluşan 5 farklı kümede Libya ve Irak, Yemen ile İran ve Fas'ın birer kümede yer alarak 3 ayrı küme oluşturdukları görülebilir. Kalan ülkeler kendi aralarında 2 farklı küme oluşturmuştur. Türkiye; Suudi Arabistan, Umman, Kuveyt, Katar, Bahreyn ve Birleşik Arap Emirlikleri'nin yer aldığı kümededir. Bu durumda Türkiye'nin ticaret ve ulaşımla ilgili altyapının kalitesi performansı bu ülkelerle benzeşmektedir. Ayrıca şekil 5'te yer alan görseldeki ülkeler, ticaret ve ulaşımla ilgili altyapının kalitesi performanslarına göre sağdan sola doğru artan bir performansa sahiptir. Bu durumda en solda yer alan

ve Türkiye'nin de yer aldığı kümedeki ülkelerin ticaret ve ulaşımla ilgili altyapı kalitesi performansları diğer ülkelere göre daha yüksektir. Türkiye ikinci en yüksek performansa sahip ülkedir. Yemen, Libya, Irak, Fas ve İran ise en düşük performansa sahip ülkeler olarak ortaya çıkmıştır. Ülkelerin yer aldıkları kümeler aşağıdaki dendogram grafiğinde de görülebilir.

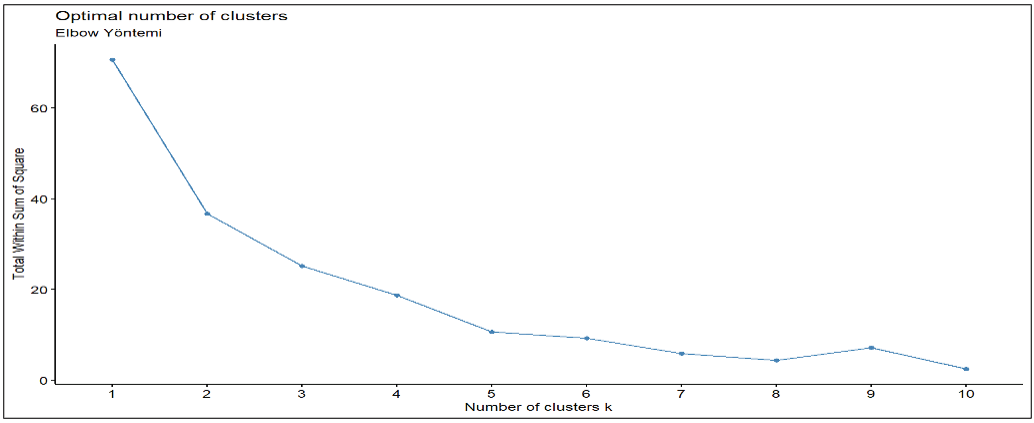


Şekil 9. Ticaret ve Ulaşımla İlgili Altyapının Kalitesi Endeksine Göre Oluşan Kümeler (Dendogram)

Dendogram grafiğinde de Türkiye; Suudi Arabistan, Umman, Kuveyt, Katar, Bahreyn ve Birleşik Arap Emirlikleri'nin yer aldığı kümededir ancak en çok benzeştiği ülkelerin Suudi Arabistan ve Katar olduğu görülmektedir. Dendogram grafiği ticaret ve ulaşımla ilgili altyapının kalitesi performansının yüksek veya düşük olmasıyla ilgili bir bilgi vermez ancak ülkelerin ticaret ve ulaşımla ilgili altyapının kalitesi performansı açısından ne kadar benzeştiği görülebilir.

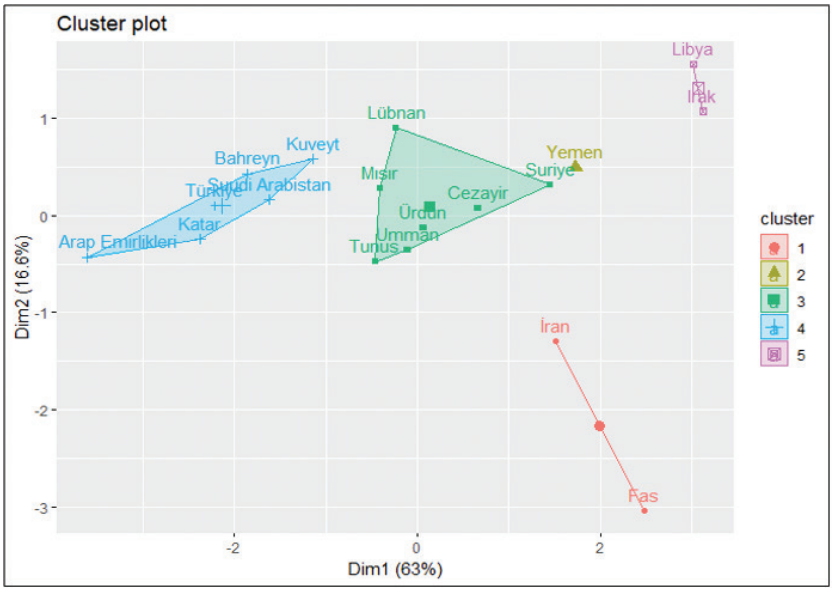
Sevkiyatları İzleme ve Takip Etme Yeteneği Endeksine Göre Ülkelerin Kümelenmesi

MENA ülkelerinin Sevkiyatları İzleme ve Takip Etme Yeteneği performansına göre kümelenmesi amacıyla yapılan analizler sonucunda optimal küme sayısı 5 olarak belirlenmiştir. "Elbow" yöntemi kullanılarak belirlenen optimal küme sayısına ait grafik aşağıdaki Şekil 10'daki gibidir.



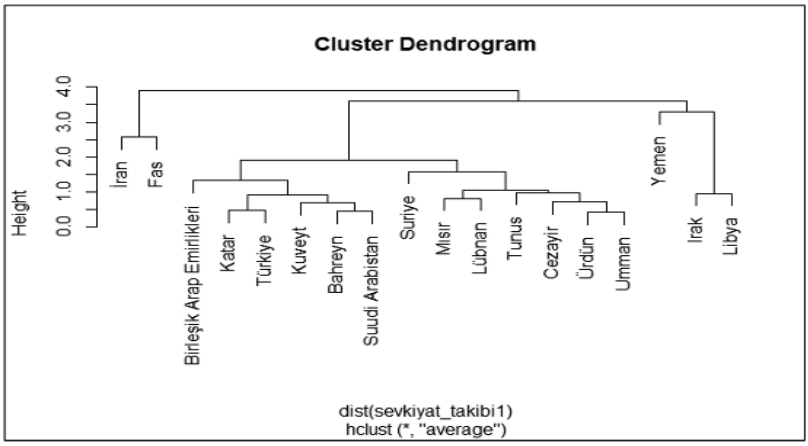
Şekil 10. Sevkiyatları İzleme ve Takip Etme Yeteneği Endeksi için Optimal Küme Sayısı

Şekil 10'daki grafikte optimal küme sayısı kırılmanın durduğu sayı olarak belirlenebilir. Grafikteki keskin kırılmanın 5'inci kümeden sonra bittiği görülmektedir. Buna göre verilerin 5 kümeye ayrılması optimal küme sayısı olarak belirlenebilir. Optimal küme sayısı belirlendikten sonra oluşan kümeler aşağıdaki şekil 11'deki gibidir.



Şekil 11. Sevkiyatları İzleme ve Takip Etme Yeteneği Endeksine Göre Oluşan Kümeler

Şekil 11 incelendiğinde oluşan 5 farklı kümede Libya ve Irak, Suriye ve Yemen ile İran ve Fas'ın birer kümede yer alarak 3 ayrı küme oluşturdukları görülebilir. Kalan ülkeler kendi aralarında 2 farklı küme oluşturmuştur. Türkiye; Suudi Arabistan, Kuveyt, Katar, Bahreyn ve Birleşik Arap Emirlikleri'nin yer aldığı kümededir. Oluşan kümeler ticaret ve ulaşımla ilgili altyapının kalitesi performansında oluşan kümelerle oldukça benzerdir. Bu durumda Türkiye'nin ticaret ve ulaşımla ilgili altyapının kalitesi ve sevkiyatları izleme ve takip etme yeteneği performansı şekilden görülen ülkelerle benzeşmektedir. Ayrıca şekil 11'de yer alan görseldeki ülkeler, sevkiyatları izleme ve takip etme yeteneği performanslarına göre sağdan sola doğru artan bir performansa sahiptir. Bu durumda en solda yer alan ve Türkiye'nin de yer aldığı kümedeki ülkelerin sevkiyatları izleme ve takip etme yeteneği performansları diğer ülkelere göre daha yüksektir. Türkiye, Birleşik Arap Emirlikleri ve Katar'dan sonra ikinci en yüksek performansa sahip ülkedir. Yemen, Libya, Irak, Fas, Suriye ve İran ise en düşük performansa sahip ülkeler olarak ortaya çıkmıştır. Ülkelerin yer aldıkları kümeler aşağıdaki dendogram grafiğinde de görülebilir.

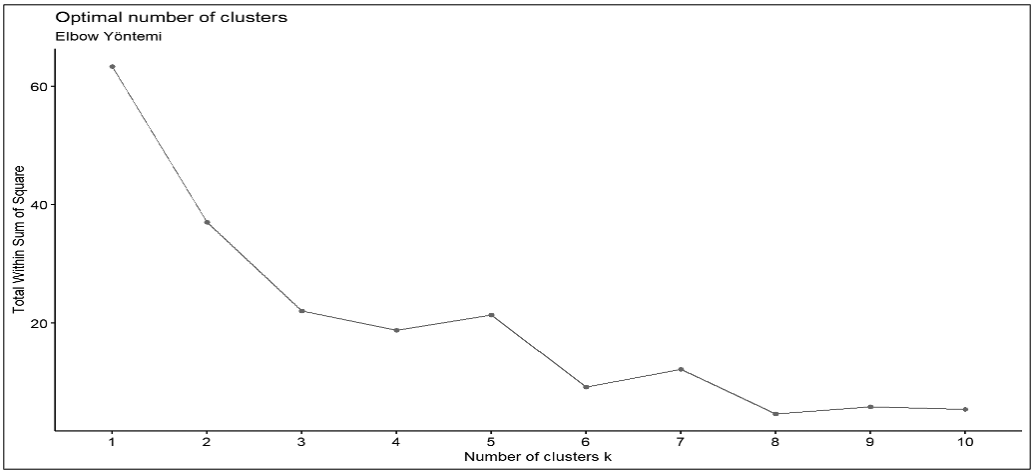


Şekil 12. Sevkiyatları İzleme ve Takip Etme Yeteneği Endeksine Göre Oluşan Kümeler (Dendogram)

Dendogram grafiğinde de Türkiye; Suudi Arabistan, Kuveyt, Katar, Bahreyn ve Birleşik Arap Emirlikleri'nin yer aldığı kümededir ancak en çok benzeştiği ülkenin Katar olduğu görülmektedir. Dendogram grafiği sevkiyatları izleme ve takip etme yeteneği performansının yüksek veya düşük olmasıyla ilgili bir bilgi vermez ancak ülkelerin sevkiyatları izleme ve takip etme yeteneği performansı açısından ne kadar benzeştiği görülebilir.

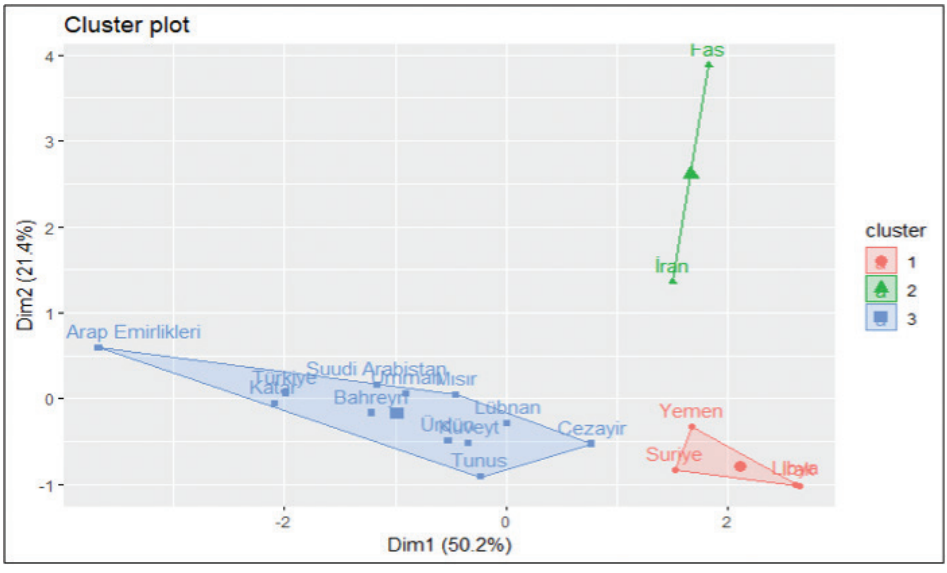
Rekabetçi Fiyatlara Sahip Gönderileri Düzenleme Kolaylığı Endeksine Göre Ülkelerin Kümelenmesi

MENA ülkelerinin Rekabetçi Fiyatlara Sahip Gönderileri Düzenleme Kolaylığı performansına göre kümelenmesi amacıyla yapılan analizler sonucunda optimal küme sayısı 3 olarak belirlenmiştir. "Elbow" yöntemi kullanılarak belirlenen optimal küme sayısına ait grafik aşağıdaki Şekil 13'teki gibidir.



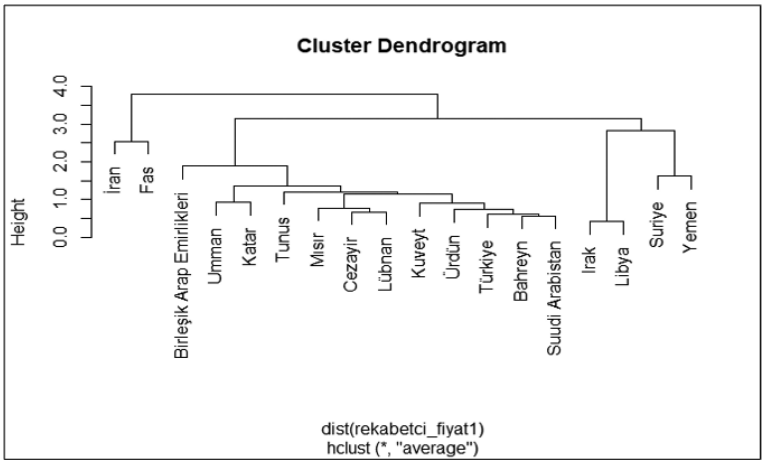
Şekil 13. Rekabetçi Fiyatlara Sahip Gönderileri Düzenleme Kolaylığı Endeksi için Optimal Küme Sayısı

Şekil 13'teki grafikte optimal küme sayısı kırılmanın durduğu sayı olarak belirlenebilir. Grafikteki keskin kırılmanın 3'üncü kümeden sonra bittiği görülmektedir. Buna göre verilerin 3 kümeye ayrılması optimal küme sayısı olarak belirlenebilir. Optimal küme sayısı belirlendikten sonra oluşan kümeler aşağıdaki şekil 14'teki gibidir.



Şekil 14. Rekabetçi Fiyatlara Sahip Gönderileri Düzenleme Kolaylığı Endeksine Göre Oluşan Kümeler

Şekil 14 incelendiğinde oluşan 3 farklı kümede Libya, Irak, Suriye ve Yemen'in bir kümede İran ve Fas'ın birer kümede yer alarak 2 ayrı küme oluşturdukları görülebilir. Kalan ülkeler tek bir küme oluşturmuştur. Türkiye, kalan ülkelerin yer aldığı kümededir. Bu durumda Türkiye'nin rekabetçi fiyatlara sahip gönderileri düzenleme kolaylığı performansı şekilde görülen ülkelerle benzeşmektedir. Şekil 11'de yer alan görsel Birleşik Arap Emirlikleri'nin diğer ülkelere göre rekabetçi fiyatlara sahip gönderileri düzenleme kolaylığı performansı daha yüksektir. Sonrasında en yüksek performanslı ülkeler olarak Türkiye ve Katar gelmektedir. Yemen, Libya, Irak, Fas, Suriye ve İran ise en düşük performansa sahip ülkeler olarak ortaya çıkmıştır. Ülkelerin yer aldıkları kümeler aşağıdaki dendogram grafiğinde de görülebilir.

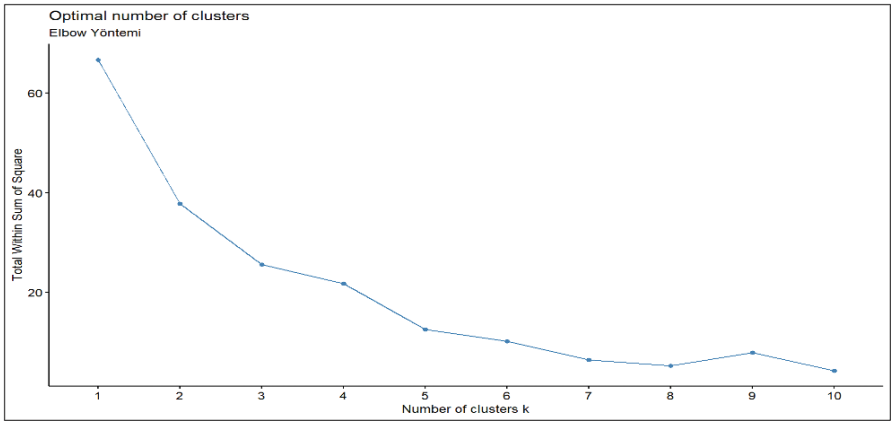


Şekil 15. Rekabetçi Fiyatlara Sahip Gönderileri Düzenleme Kolaylığı Endeksine Göre Oluşan Kümeler (Dendogram)

Dendogram grafiğine göre Türkiye'nin en çok benzeştiği ülkelerin Bahreyn, Suudi Arabistan, Ürdün ve Kuveyt olduğu görülmektedir. Dendogram grafiği rekabetçi fiyatlara sahip gönderileri düzenleme kolaylığı performansının yüksek veya düşük olmasıyla ilgili bir bilgi vermez ancak ülkelerin rekabetçi fiyatlara sahip gönderileri düzenleme kolaylığı performansı açısından ne kadar benzeştiği görülebilir.

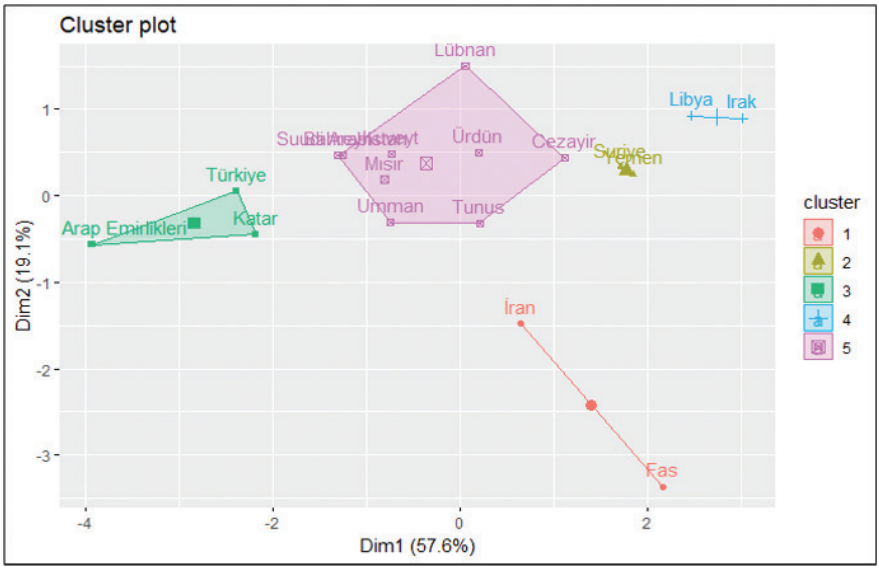
Lojistik Hizmetlerinin Yeterliliği ve Kalitesi Endeksine Göre Ülkelerin Kümelenmesi

MENA ülkelerinin Lojistik Hizmetlerinin Yeterliliği ve Kalitesi performansına göre kümelenmesi amacıyla yapılan analizler sonucunda optimal küme sayısı 5 olarak belirlenmiştir. "Elbow" yöntemi kullanılarak belirlenen optimal küme sayısına ait grafik aşağıdaki Şekil 13'teki gibidir.



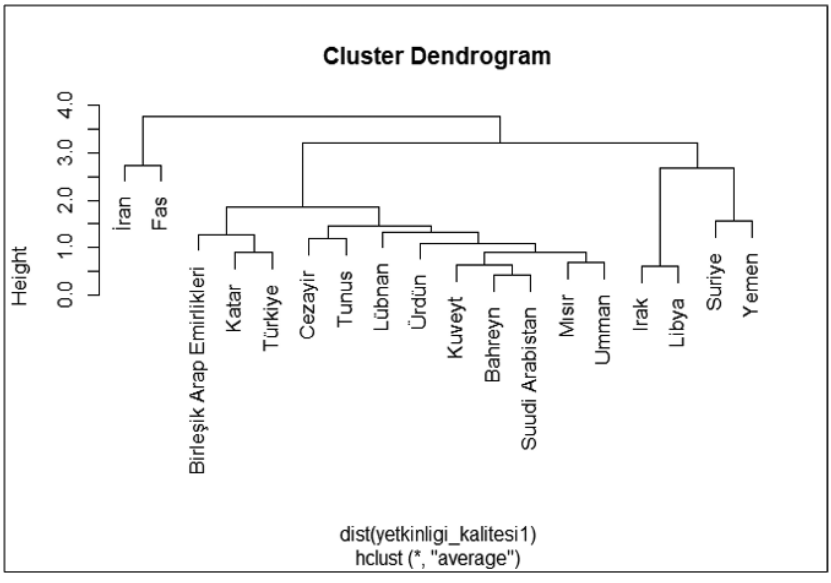
Şekil 16. Lojistik Hizmetlerinin Yeterliliği ve Kalitesi Endeksi için Optimal Küme Sayısı

Şekil 16'daki grafikte optimal küme sayısı kırılmanın durduğu sayı olarak belirlenebilir. Grafikteki keskin kırılmanın 5'inci kümeden sonra bittiği görülmektedir. Buna göre verilerin 5 kümeye ayrılması optimal küme sayısı olarak belirlenebilir. Optimal küme sayısı belirlendikten sonra oluşan kümeler aşağıdaki şekil 14'teki gibidir.



Şekil 17. Lojistik Hizmetlerinin Yeterliliği ve Kalitesi Endeksine Göre Oluşan Kümeler

Şekil 17 incelendiğinde oluşan 5 farklı kümede Libya ve Irak, Suriye ve Yemen ile İran ve Fas'ın birer kümede yer alarak 3 ayrı küme oluşturdukları görülebilir. Kalan ülkeler kendi aralarında 2 farklı küme oluşturmuştur. Türkiye; Katar ve Birleşik Arap Emirlikleri'nin yer aldığı kümededir. Bu durumda Türkiye'nin lojistik hizmetlerinin yeterliliği ve kalitesi performansı bu ülkelerle benzeşmektedir. Bu durumda en solda yer alan ve Türkiye, Birleşik Arap Emirlikleri ve Katar'ın yer aldığı kümedeki ülkelerin lojistik hizmetlerinin yeterliliği ve kalitesi performansları diğer ülkelere göre daha yüksektir. Yemen, Libya, Irak, Fas, Suriye ve İran ise en düşük performansa sahip ülkeler olarak ortaya çıkmıştır. Ülkelerin yer aldıkları kümeler aşağıdaki dendogram grafiğinde de görülebilir.

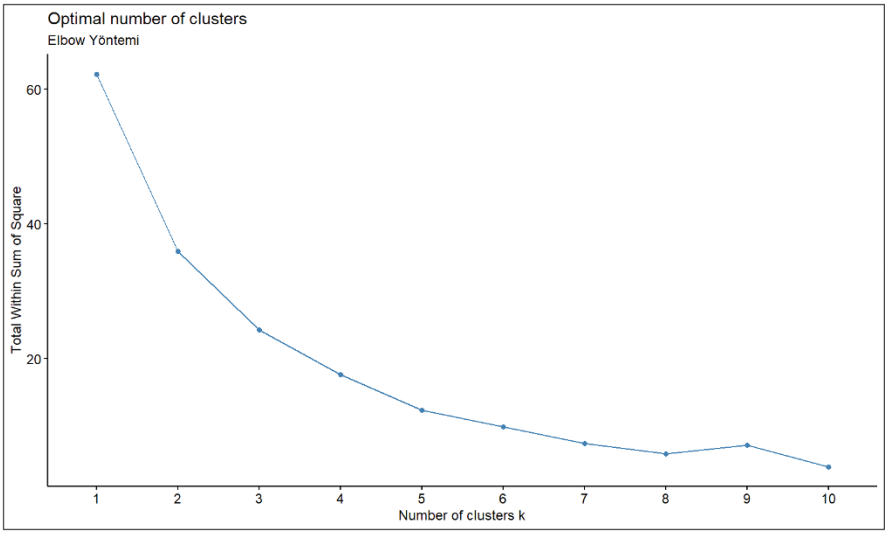


Şekil 18. Lojistik Hizmetlerinin Yeterliliği ve Kalitesi Endeksine Göre Oluşan Kümeler (Dendgram)

Dendogram grafiğinde de Türkiye; Katar ve Birleşik Arap Emirlikleri'nin yer aldığı kümededir ancak en çok benzeştiği ülkenin Katar olduğu görülmektedir. Dendogram grafiği lojistik hizmetlerinin yeterliliği ve kalitesi performansının yüksek veya düşük olmasıyla ilgili bir bilgi vermez ancak ülkelerin lojistik hizmetlerinin yeterliliği ve kalitesi performansı açısından ne kadar benzeştiği görülebilir.

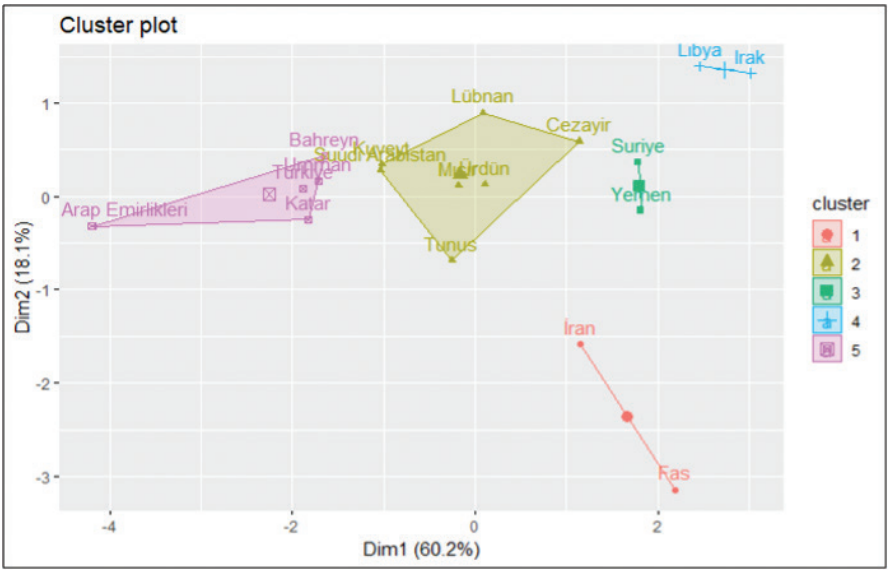
Gümrükleme Sürecinin Etkinliği Endeksine Göre Ülkelerin Kümelenmesi

MENA ülkelerinin Gümrükleme Sürecinin Etkinliği performansına göre kümelenmesi amacıyla yapılan analizler sonucunda optimal küme sayısı 5 olarak belirlenmiştir. "Elbow" yöntemi kullanılarak belirlenen optimal küme sayısına ait grafik aşağıdaki Şekil 19'daki gibidir.



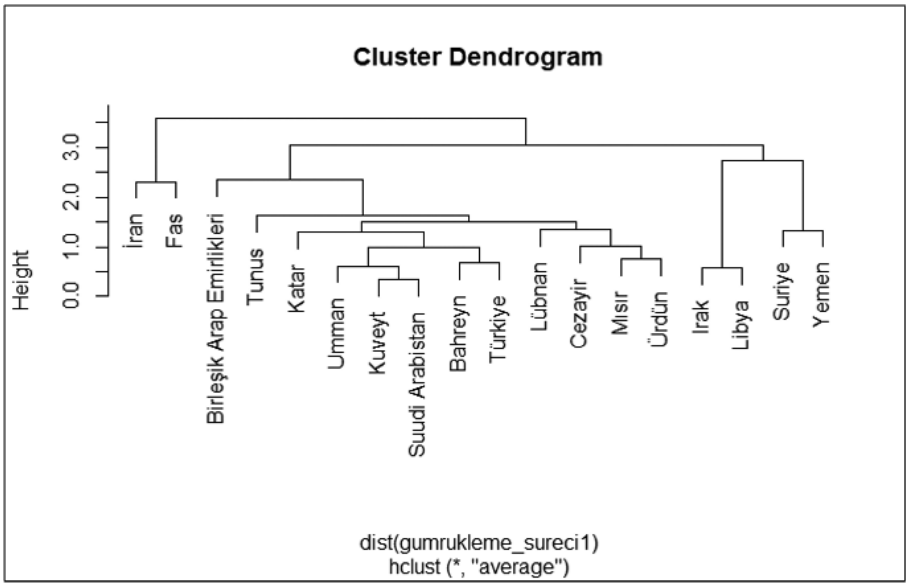
Şekil 19. Gümrükleme Sürecinin Etkinliği Endeksi için Optimal Küme Sayısı

Şekil 19'daki grafikte optimal küme sayısı kırılmanın durduğu sayı olarak belirlenebilir. Grafikteki kırılmanın 5'inci kümeden sonra bittiği görülmektedir. Buna göre verilerin 5 kümeye ayrılması optimal küme sayısı olarak belirlenebilir. Optimal küme sayısı belirlendikten sonra oluşan kümeler aşağıdaki şekil 20'deki gibidir.



Şekil 20. Gümrükleme Sürecinin Etkinliği Endeksine Göre Oluşan Kümeler

Şekil 20 incelendiğinde oluşan 5 farklı kümede Libya ve Irak, Suriye ve Yemen ile İran ve Fas'ın birer kümede yer alarak 3 ayrı küme oluşturdukları görülebilir. Kalan ülkeler kendi aralarında 2 farklı küme oluşturmuştur. Türkiye; Katar, Umman, Bahreyn ve Birleşik Arap Emirlikleri'nin yer aldığı kümededir. Bu durumda Türkiye'nin gümrükleme sürecinin etkinliği performansı bu ülkelerle benzeşmektedir. Grafiğin solunda yer alan ve Türkiye, Birleşik Arap Emirlikleri, Katar, Umman ve Bahreyn'in yer aldığı kümedeki ülkelerin gümrükleme sürecinin etkinliği performansları diğer ülkelere göre daha yüksektir. Yemen, Libya, Irak, Fas, Suriye ve İran ise en düşük performansa sahip ülkeler olarak ortaya çıkmıştır. Ülkelerin yer aldıkları kümeler aşağıdaki dendogram grafiğinde de görülebilir.

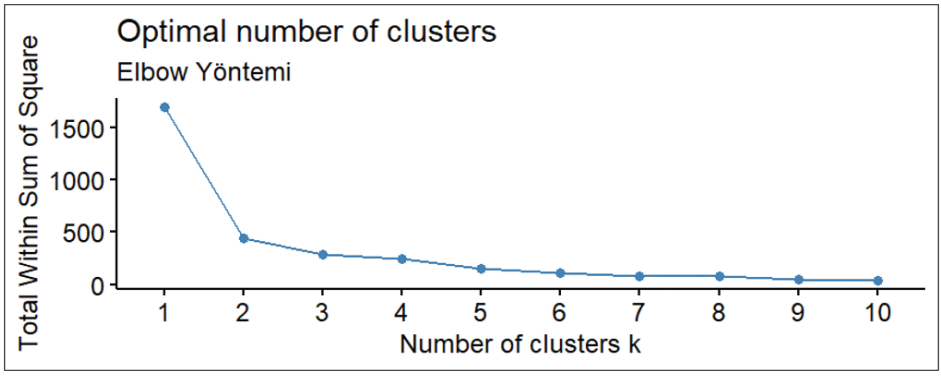


Şekil 21. Gümrükleme Sürecinin Etkinliği Endeksine Göre Oluşan Kümeler (Dendgram)

Dendogram grafiğinde Türkiye; Bahreyn, Umman, Kuveyt ve Suudi Arabistan'ın yer aldığı kümededir ancak en çok benzeştiği ülkenin Bahreyn olduğu görülmektedir. Dendogram grafiğinde ülkelerin grupları daha farklı gözükse de temelde çok benzer gruplar olduğu görülebilir. Dendogram grafiği, gümrükleme sürecinin etkinliği performansının yüksek veya düşük olmasıyla ilgili bir bilgi vermez ancak ülkelerin gümrükleme sürecinin etkinliği performansı açısından ne kadar benzeştiği görülebilir.

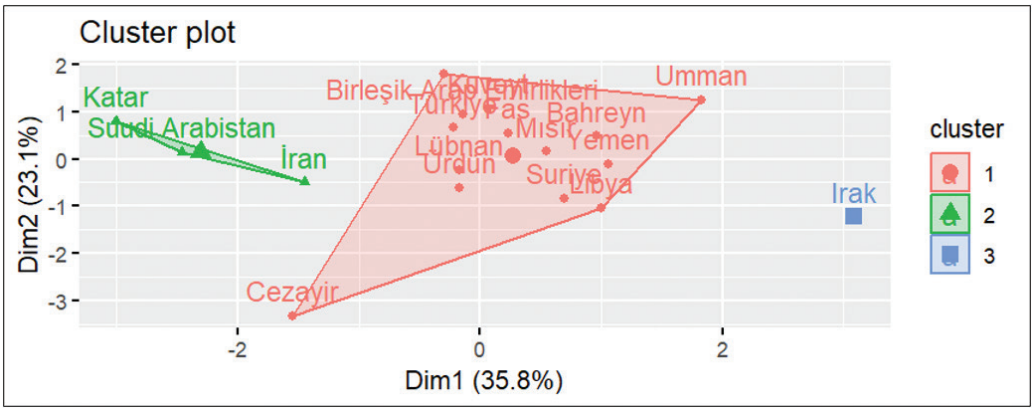
İhracat İçin Hazırlık Süresine Göre Ülkelerin Sınıflandırılması

MENA ülkeleri ve Türkiye'nin ihracat için hazırlık sürelerine göre kümelenmesi amacıyla yapılan analizler sonucunda optimal küme sayısı 3 olarak belirlenmiştir. "Elbow" yöntemi kullanılarak belirlenen optimal küme sayısına ait grafik aşağıdaki Şekil 22'deki gibidir.



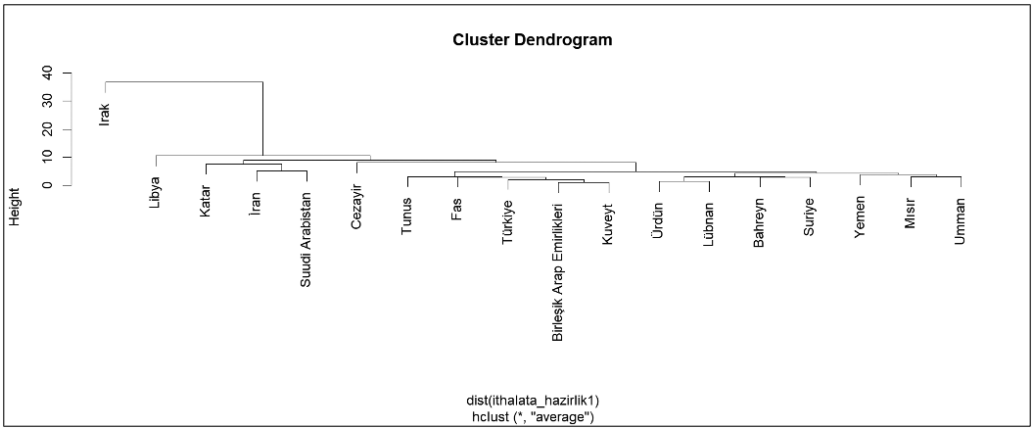
Şekil 22. İhracata Hazırlık Süreleri için Optimal Küme Sayısı

Şekil 19'daki grafikte optimal küme sayısı kırılmanın durduğu sayı olarak belirlenebilir. Grafikteki kırılmanın 3'üncü kümeden sonra bittiği görülmektedir. Buna göre verilerin 3 kümeye ayrılması optimal küme sayısı olarak belirlenebilir. Optimal küme sayısı belirlendikten sonra oluşan kümeler aşağıdaki şekil 23'teki gibidir.



Şekil 23. İhracata Hazırlık Süreleri için Oluşan Kümeler

Şekil 23 incelendiğinde Irak'ın tek başına bir küme olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Katar, Suudi Arabistan ve İran ise aynı kümede yer almaktadır. Türkiye'nin de yer aldığı diğer ülkeler ise aynı kümede yer almıştır. Veriler incelendiğinde tek başına bir küme oluşturan Irak'ın ihracata hazırlık sürelerinin diğer ülkelerden daha yüksek olduğu görülmektedir. Sonrasında ise Katar, Suudi Arabistan ve İran gelmektedir. Türkiye'nin de yer aldığı gruptaki ülkelerin ise ihracata hazırlık süreleri en kısa ülkelerdir. İhracata hazırlık süresinin kısa olması lojistik performansının yüksek olması açısından daha olumludur.

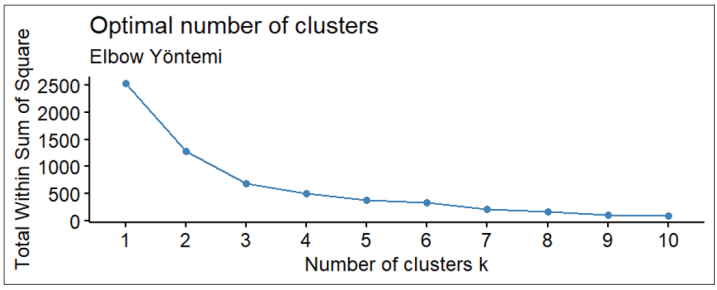


Şekil 24. İhracata Hazırlık Süreleri için Oluşan Kümeler (Dendogram)

Dendogram grafiğinde Irak dışındaki ülkelerin birbirinden büyük oranda ayrışmadığı görülebilir. Katar, İran ve Suudi Arabistan'ın dendogram grafiğinde de diğer ülkelerden kısmen ayrıldığı görülebilir. Türkiye'nin en çok benzeştiği ülkelerin ise Tunus, Fas, Birleşik Arap Emirlikleri ve Kuveyt olduğu görülebilir.

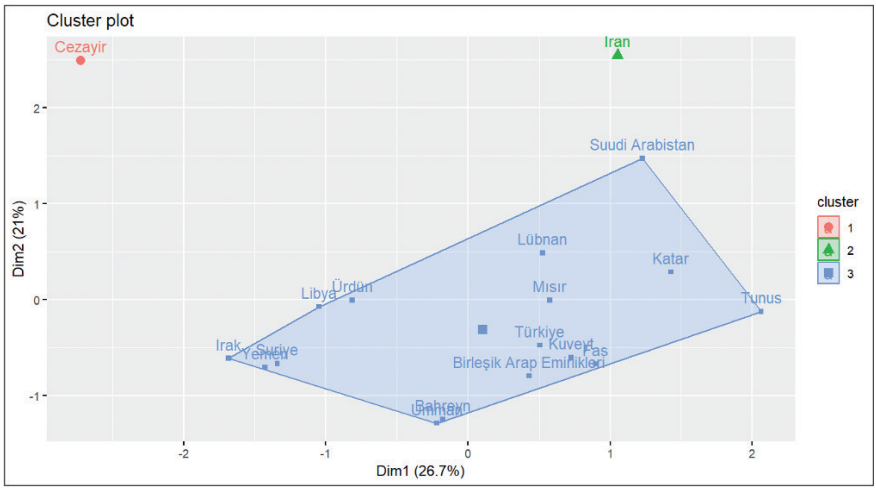
İthalat İçin Hazırlık Süresine Göre Ülkelerin Sınıflandırılması

MENA ülkeleri ve Türkiye'nin ithalat için hazırlık sürelerine göre kümelenmesi amacıyla yapılan analizler sonucunda optimal küme sayısı 3 olarak belirlenmiştir. "Elbow" yöntemi kullanılarak belirlenen optimal küme sayısına ait grafik aşağıdaki Şekil 25'teki gibidir.



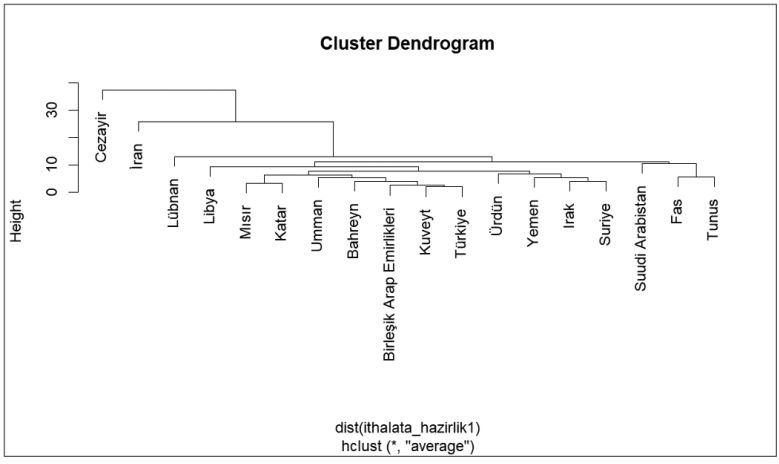
Şekil 25. İthalata Hazırlık Süreleri için Optimal Küme Sayısı

Şekil 19'daki grafikte optimal küme sayısı kırılmanın durduğu sayı olarak belirlenebilir. Grafikteki kırılmanın 3'üncü kümeden sonra bittiği görülmektedir. Buna göre verilerin 3 kümeye ayrılması optimal küme sayısı olarak belirlenebilir. Optimal küme sayısı belirlendikten sonra oluşan kümeler aşağıdaki şekil 26'daki gibidir.



Şekil 26. İthalata Hazırlık Süreleri için Oluşan Kümeler

Şekil 26 incelendiğinde ithalata hazırlık süresi bakımından İran ve Cezayir'in diğer ülkelerden ayrıştığı görülmektedir. Veriler incelendiğinde bu iki ülkenin ithalata hazırlık sürelerinin diğer ülkelerden daha yüksek olduğu görülmüştür. Türkiye ithalata hazırlık süresi bakımından daha iyi bir performansa sahip diğer ülkelerin arasında yer almaktadır.



Şekil 27. İthalata Hazırlık Süreleri için Oluşan Kümeler (Dendogram)

Dendogram grafiğinde de Cezayir ve İran'ın diğer ülkelerden ayrıştığı görülebilir. Türkiye'nin ithalata hazırlık süresi bakımından en çok benzeştiği ülkelerin ise Kuveyt ve Birleşik Arap Emirlikleri olduğu görülmektedir.

Sonuç ve Öneriler

MENA ülkeleri ve Türkiye'nin lojistik performans endekslerinin karşılaştırıldığı bu çalışmada kümeleme analiziyle ülkelerin lojistik performans endeksleri açısından benzerlikleri ve farklılıkları ortaya çıkarılmıştır. Metodoloji başlığı altında tablo 1'de gösterilen 7 farklı lojistik performans endeksi ve ithalat ve ihracat için hazırlık sürelerine göre Türkiye ve 16 MENA ülkesinin kümeleme analiziyle ortaya çıkarılan grafikleri üzerinden sonuçlar yorumlanmıştır.

Türkiye, toplam lojistik performans endeksi ve lojistik performans endekslerinin alt göstergelerinin tümünde iyi bir performans gösteren ülkeler arasında yer almıştır. Birleşik Arap Emirlikleri'nin 7 farklı lojistik performans endeksinde de en yüksek performansa sahip olduğu, Türkiye'nin ise ikinci veya üçüncü ülke olduğu görülmüştür. İthalat ve ihracat için hazırlık süresine göre de Türkiye en kısa sürelerle iyi bir performansa sahiptir.

Toplam lojistik performans endeksine bakıldığında, Birleşik Arap Emirlikleri en yüksek toplam lojistik performans endeksiyle diğer ülkelerden ayrışmıştır. Türkiye ikinci en yüksek toplam lojistik performansına sahip ülkedir. Suriye, Libya ve Irak ise en düşük toplam lojistik performans endeksine sahip ülkeler arasında yer almıştır. Sevkiyatlarının planlanan ve beklenen süre içinde alıcıya ulaştırılması performansına bakıldığında Türkiye Birleşik Arap Emirlikleri ve Katar'dan sonra üçüncü en yüksek performansa sahip ülkedir. Yemen, Libya, Irak, Fas ve İran ise en düşük performansa sahip ülkeler olarak ortaya çıkmışlardır. Ticaret ve ulaşımla ilgili altyapı kalitesi performanslarına bakıldığında Türkiye Birleşik Arap Emirlikleri'nden sonra ikinci en yüksek performansa sahip ülkedir. Yemen, Libya, Irak, Fas, Suriye ve İran ise en düşük performansa sahip ülkeler olarak ortaya çıkmışlardır. Sevkiyatları izleme ve takip etme yeteneği performanslarına bakıldığında Türkiye, Birleşik Arap Emirlikleri ve Katar'ın da yer aldığı kümedeki ülkelerin diğer ülkelere göre daha yüksek performansa sahip oldukları görülebilir. Türkiye, Birleşik Arap Emirlikleri ve Katar'dan sonra ikinci en yüksek performansa sahip ülkedir. Yemen, Libya, Irak, Fas, Suriye ve İran ise sevkiyatları izleme ve takip etme yeteneği performansları bakımından en düşük performansa sahip ülkeler olarak ortaya çıkmıştır. Rekabetçi fiyatlara sahip gönderileri düzenleme kolaylığı performansına bakıldığında Birleşik Arap Emirlikleri'nin diğer ülkelere göre performansı daha yüksektir. Sonrasında en yüksek performanslı ülkeler olarak Türkiye ve Katar gelmektedir. Yemen, Libya, Irak, Fas, Suriye ve İran ise en düşük performansa sahip ülkeler olarak ortaya çıkmıştır. Lojistik hizmetlerinin yeterliliği ve kalitesi performanslarına bakıldığında Türkiye, Birleşik Arap Emirlikleri ve Katar'ın diğer ülkelere göre daha yüksek bir performansa sahip olduğu görülmüştür. Yemen, Libya, Irak, Fas, Suriye ve İran ise en düşük performansa sahip ülkeler olarak ortaya çıkmıştır. Gümrükleme sürecinin etkinliği performansına bakıldığında Türkiye, Birleşik Arap Emirlikleri, Katar, Umman ve Bahreyn'in diğer ülkelere göre daha yüksek performansa sahip olduğu görülmüştür. Yemen, Libya, Irak, Fas, Suriye ve İran ise en düşük performansa sahip ülkeler olarak ortaya çıkmıştır.

İhracata hazırlık sürelerine bakıldığında Irak'ın ihracata hazırlık süresi diğer ülkelerden daha yüksektir. Sonrasında ise Katar, Suudi Arabistan ve İran gelmektedir. Türkiye'nin de yer aldığı diğer gruptaki ülkelerin ise ihracata hazırlık süreleri en kısa ülkelerdir. İthalata hazırlık süresi bakımından ise İran ve Cezayir'in ithalata hazırlık sürelerinin diğer ülkelerden daha yüksek olduğu görülmüştür. Türkiye ithalata hazırlık süresi bakımından daha iyi bir performansa sahip diğer ülkelerin arasında yer almaktadır.

Özetle toplam lojistik performans ve lojistik performansında diğer alt göstergeleri en yüksek lojistik performansa sahip ilk üç ülkenin Birleşik Arap Emirlikleri, Türkiye ve Katar olduğunu göstermektedir. Yemen, Libya, Irak, Fas, Suriye ve İran ise en düşük lojistik performansa sahip ülkelerdir. İthalat ve ihracata hazırlık süresi göstergelerinde de benzer durum vardır. Sadece Katar ihracata hazırlık süresi bakımından, lojistik performansına kıyasla daha düşük bir performans göstermiştir.

Lojistik performansları düşük olan Yemen, Libya, Irak, Suriye ve Fas'ın içinde yer aldığı ülkelerin lojistik performanslarını geliştirmeleri için ülkelerinde lojistik altyapıya ayrılan ödeneğin artırılması ve lojistik bilişim sistemlerini geliştirmeleri gerekmektedir. Diğer başlıklar ise:

1. Ön Altyapıyı Güçlendirmek: Lojistik performansın önemli bir faktörü, ülkedeki altyapıdır. Bu nedenle, Ortadoğu ülkeleri, ulaşım ağı, limanlar ve havaalanları gibi altyapılarını iyileştirmeli ve çağdaşlaştırmalıdır.
2. Gümrük İşlemlerini Basitleştirmek: Gümrük işlemleri, lojistik faaliyetlerinin en önemli bileşenlerinden biridir. Ortadoğu ülkeleri, gümrük işlemlerini basitleştirerek, lojistik süreci hızlandırabilir ve maliyetleri azaltabilir.
3. Teknolojik Yatırımlar Yapılması: Lojistik sürecinde teknolojik yatırımlar, verimliliği artırabilir ve maliyetleri azaltabilir. Bu nedenle, Ortadoğu ülkeleri, teknolojik yatırımlar yaparak, lojistik sürecini daha verimli hale getirmelidir.
4. Eğitim ve İşgücü Geliştirilmesi: Lojistik faaliyetleri için eğitimli ve nitelikli işgücü, lojistik performansı artırmak için önemlidir. Ortadoğu ülkeleri, işgücü eğitimi ve geliştirme programları yoluyla, lojistik sektöründe nitelikli işgücü yetiştirmeli ve istihdam edilmelerini sağlamalıdır.
5. Lojistik Şirketler-8/9*in Teşvik Edilmesi: Lojistik şirketleri, lojistik sürecindeki en önemli oyunculardan biridir. Ortadoğu ülkeleri, yerli lojistik şirketlerini teşvik ederek, yerli üretim ve ihracatı artırabilir ve lojistik sektörünü daha rekabetçi hale getirebilir.
6. İş birliği ve Bölgesel Entegrasyon: Ortadoğu ülkeleri, bölgesel entegrasyon ve iş birliği yoluyla, lojistik faaliyetleri için daha uygun bir ortam yaratabilirler. Bu nedenle, bölgesel ticaret anlaşmaları ve lojistik iş birliği anlaşmaları gibi çeşitli mekanizmalar kullanarak, lojistik faaliyetlerin entegrasyonunu artırmalıdırlar.

Rekabetin her alanda kendini gösterdiği çağımızda ülkeler yabancı yatırımı ülkelerine çekebilmeleri için kombine taşımacılığın merkezi olmaları gerekir. Bu bağlamda küreselleşen dünyada mal ve hizmet sağlayıcılar için transit taşımacılığın önemi artmaktadır. Özellikle Ortadoğu Ülkelerinin içinde bulunduğu coğrafi konumun stratejik önemine göre stratejik ve de verimli ulaşımın bir parçası olmalıdır.

Uluslararası lojistik hiçbir zaman tek taraflı bir operasyon değildir. Zincirdeki her bir üyenin, etkin ve verimli süreçleri yönetebilmesi için iş birliği içinde olmaları gerekmektedir. Bu sebeple bilişim teknolojileri altyapılarını geliştirmeleri önerilir. Bilgi teknolojilerinin sağladığı anlık bilgi paylaşımı sayesinde tüm dünya ülkelerindeki şirketlerle entegrasyon sağlanır. Lojistik faaliyetlerin, ithalat ve ihracatın gelişmesine paralel olarak lojistik performansları yükselecek ülkelerin, ekonomik gelişimleri de ivme kazanacaktır.

Bu öneriler, Ortadoğu ülkelerinin lojistik performansını artırmak için önemli adımlar olabilir. Ancak, her ülkenin kendine özgü lojistik sorunları ve farklı bir öncelik listesi olabilir. Bu nedenle, her ülkenin kendi koşullarına uygun olarak özelleştirilmiş bir strateji belirlemesi gerekmektedir.

Kaynakça

ALTINTAŞ, F. F. (2022, Eylül 21). Lojistik Performans Endeksi Kapsamında Ülkelerin K-Ortalamalar Kümeleme Analizi ile İncelenmesi. *Journal of Yaşar University, s. 878-891.*

BHOLOWALIA, P., & KUMAR, A. (2014, Kasım 1). EBK-Means: A Clustering Technique based on Elbow Method and K-Means in WSN. International Journal of Computer Applications, s. 17-24.

EL SAFTY, , T., & ELWEKEIL, R. (2021). Assessing Logistics Performance in the Middle East and North Africa Region: An Empirical Study. Sustainability, 13(11).

ERDOĞAN, H. T. (2016, nisan). Ulaşım Hizmetlerinin Ekonomik Kalkınma Üzerine Etkisi. İGÜSBD, s. 188-215.

FIRAT, S. (2023). Küresel Krizlerin Türk Lojistik Sektörüne Etkileri: 2008 Küresel. Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, s. 89-102.

GÜLAĞIZ, F., & ŞAHİN, S. (2017, Haziran). Comparison of Hierarchical and Non-Hierarchical Clustering Algorithms. International Journal of Computer Engineering and Information Technology, s. 6-14.

JABALLAH, J., & ZOUHAIER, H. B. (2021). Logistics Performance of MENA Countries: An Empirical Analysis. Journal of Supply Chain Management Systems, 10(2), s. 8-17.

KAHVECİ , Ş. (2022, Nisan 20). Ekonomik ve Kurumsal Faktörlerin Kei Ülkelerinin Lojistik Performansına Etkisi. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, s. 97-112.

KANDİL, A., &SANADHYA , S. (2021). Necessity of measuring logistics performance: A literature review. Operations and Supply Chain Management: An International Journal, 14(1), s. 14-28.

KAYA, H., & KÖYMEN, K. (2008, Mart 30). Veri Madenciliği Kavramı ve Uygulama Alanları . Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi, s. 159 - 164.

KIM, D., & KIM, J. (2018). Cluster analysis for logistics performance and competitiveness in Asia-Pacific region. Sustainability, 10(9).

LI S., LI, M., & LI, Y. (2020). Logistics performance evaluation of the Belt and Road countries based on a novel clustering approach. Journal of Cleaner Production.

MACIT, D. (2020, Eylül 17). Karayolu Yük Taşımacılığının Ekonomik Büyüme ve Ticaret Hacmi Üzerindeki Etkisine Yönelik Ampirik Bir Analiz. Alanya Akademik Bakış Dergisi, s. 843-860.

MANAVGAT, G., & DEMİRCİ, A. (2021, Ağustos 24). Lojistik Performans Endeksi Tutarlılığının Sıralı Lojistik Regresyon Modeliyle İncelenmesi. Journal of Yasar University,, s. 1856-1871.

MARDANİ, A., JUSOH, A., &ZAVADSKAS , E. K. (2019). Logistics performance analysis using cluster analysis: A case of maritime transportation in Iran. Sustainability, 11(10).

ROUX, M. (2018, Ağustos 7). A Comparative Study of Divisive and Agglomerative Hierarchical Clustering Algorithms. Journal of Classification, s. 345–366.

TAŞKIN, Ç., & EMEL, G. (2010, Eylül 01). Veri Madenciliğinde Kümeleme Yaklaşımları ve Kohonen Ağları ile Perakendecilik Sektöründe Bir Uygulama. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, s. 395 - 409.

THANG N. H., & HAI, D. D. (2020). Clustering analysis of logistics performance in ASEAN countries. Journal of Asian Finance, Economics and Business, 7(2), s. 157-165.

USTALI, N. K., & TOSUN, Ö. (2020, Kasım 5). Investigation of Logistcis Performance Of G-20 Countries using Data Envolvement Analysis and Malmquist Total Factor Productivity Analysis. Journal of Mehmet Akif Ersoy University Economics and Admisintrative Sciences Faculty, s. 755-781.

Summary

These days, when we feel the importance of the logistics sector in every sense, it is becoming increasingly important for countries to increase their logistics performance. The logistics performance index, organized by the World Bank and published every two years, shows the competence of logistics shipment and other services in the context of logistics performance of countries. Turkey's strategic location connects the north to the south, the east to the west, is also connected to Europe and the Middle East, and is surrounded by seas on three sides. Its contribution to world logistics is great.

In this study, the logistics performances of Turkey and MENA (Middle East and North Africa) countries included in the Logistics Performance Index were compared using the cluster analysis method. Considering the results obtained, it was seen that the country with the best logistics performance among the MENA countries was the United Arab Emirates in all categories. Although it varies depending on the categories, it is generally seen that Kuwait, Qatar and Saudi Arabia come next. Türkiye has emerged as the country with the highest logistics performance among the MENA countries after the United Arab Emirates. The countries with the lowest logistics performance are Iraq, Libya, Syria, Iran, Morocco and Yemen, again varying by category. According to import and export preparation times, Iraq, Iran and Algeria have higher import and export preparation times. Turkey is similar to the United Arab Emirates and Qatar and has lower import and export lead times. The reflections of the fluctuation in global markets as a result of the exchange rate shock in August 2018 on logistics were investigated. According to the results of the study, various suggestions were made for countries to improve their logistics performance.

In summary, total logistics performance and other sub-indicators of logistics performance show that the first three countries with the highest logistics performance are the United Arab Emirates, Turkey and Qatar. Yemen, Libya, Iraq, Morocco, Syria and Iran are the countries with the lowest logistics performance. There is a similar situation in the import and export preparation time indicators. Only Qatar showed a lower performance in terms of export preparation time compared to its logistics performance.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);120-132
DOI: 10.17336/igusbd.1490153

ORIGINAL ARTICLE / ÖZGÜN ARAŞTIRMA

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Адаптация шкалы общей самоэффективности к условиям кыргызской культуры и исследование психометрических свойств[1]

Adapting the General Self-Efficacy Scale to Kyrgyz Culture and Examining its Psychometric Properties[2]

Genel Öz-Yeterlik Ölçeği'nin Kırgız Kültürüne Uyarlanması ve Psikometrik Özelliklerinin İncelenmesi

Yavuz Ercan GÜL

[1]**Примечание:** Разрешение на использование оригинальной шкалы было получено от исследователей по электронной почте. Кроме того, на официальном сайте исследователей указано, что для использования и адаптации этой шкалы не требуется дополнительного разрешения. Для получения дополнительной информации см.: http://userpage.fu-berlin.de/%7Ehealth/faq_gse.pdf.

Для использования данной кыргызской версии Шкалы общей самоэффективности в научных исследованиях письменное разрешение не требуется. Данная статья может быть использована в научных исследованиях без письменного разрешения при условии указания соответствующих ссылок.

[2]**Note:** Permission to use the original scale was obtained from the researchers via e-mail. In addition, the researchers' official website states that no additional permission is required to use and adapt this scale. For more information see: http://userpage.fu-berlin.de/%7Ehealth/faq_gse.pdf.

Written permission is not required to use this Kyrgyz version of the General Self-Efficacy Scale in scientific research. This article may be used in research without written permission, provided that appropriate citations are provided.

Assoc. Prof. Kyrgyzstan-Türkiye Manas University, Educational Sciences, Bishkek, Kyrgyzstan.
✉ ydidim@gmail.com

Geliş/Received: 23.05.2024
Kabul/Accepted: 02.12.2024

Абстракт

Цель: Целью данного исследования была адаптация шкалы общей самоэффективности (ШОС) к кыргызской культуре и изучение ее психометрических свойств. Самоэффективность - это вера в то, что человек может влиять на различные аспекты своей жизни и справляться с трудностями, возникающими в различных сферах.

Методы: Исследование было разработано в соответствии с дизайном опроса, одним из количественных исследовательских дизайнов. Данные были собраны на четырех различных выборках. для определения выборок использовался метод простой случайной выборки. Для анализа данных использовались программы SPSS и AMOS.

Выводы: Исследование включает в себя этапы проверки валидности и надежности шкалы в контексте кыргызской культуры, а также изучение уровня общей самоэффективности студентов университета в зависимости от различных переменных. Валидность и надежность шкалы проверялись с помощью эксплораторного и конфирматорного факторного анализа, значения альфа Кромбаха, и полученные значения были признаны достаточными для подтверждения.

Результаты: В результате проведенного анализа оригинальная немецкая шкала общей самоэффективности была адаптирована к кыргызской культуре валидным и надежным образом.

Ключевые слова

самоэффективность, кыргызская культура, студенты университета, адаптация шкалы, валидность и надежность

Yavuz Ercan Gül, "Adapting the General Self-Efficacy Scale to Kyrgyz Culture and Examining its Psychometric Properties ", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 120-132.

Abstract

Aim: The aim of this study was to adapt the General Self-Efficacy Scale (GSE) to Kyrgyz culture and examine its psychometric properties. Self-efficacy is the belief in one's ability to influence various aspects of one's life and to cope with difficulties that arise in various areas.

Method: The study was designed according to survey design, one of the quantitative research designs. Data were collected from four different samples. Simple random sampling technique was used to determine the samples. SPSS and AMOS programs were used to analyze the data.

Results: The study included the stages of testing the validity and reliability of the scale in the context of Kyrgyz culture as well as examining the general self-efficacy levels of university students according to various variables. The validity and reliability of the scale were tested using exploratory and confirmatory factor analyses and Crombach's Alpha value, and the values obtained were found to provide sufficient evidence.

Conclusion: As a result of the analysis, the original German general self-efficacy scale was adapted to the Kyrgyz culture in a valid and reliable way.

Keywords

Self-Efficacy, Kyrgyz Culture, University Students, Scale Adaptation, Validity and Reliability

Öz

Amaç: Bu çalışmanın amacı Genel Öz-Yeterlik Ölçeği'ni (GSE) Kırgız kültürüne uyarlayıp psikometrik özelliklerini incelemektir. Öz-yeterlik, kişinin yaşamının çeşitli yönlerini etkileyebileceğine ve çeşitli alanlarda ortaya çıkan zorluklarla baş edebileceğine olan inancıdır.

Yöntem: Çalışma nicel araştırma desenlerinden survey desenine göre tasarlanmıştır. Araştırmada dört farklı örneklemden veriler toplanmıştır. Örneklemlerin belirlenmesinde basit tesadüfi örnekleme tekniğinden yararlanılmıştır. verilerin analizinde SPSS ve AMOS programları kullanılmıştır.

Bulgular: Araştırma, ölçeğin Kırgız kültürü bağlamında geçerlik ve güvenirliğinin test edilmesinin yanı sıra üniversite öğrencilerinin genel öz-yeterlik düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi aşamalarını da içermektedir. Ölçeğin geçerlik ve güvenirliği açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri, Crombach's Alpha değeri kullanılarak test edildi ve elde edilen değerlerin yeterli kanıt oluşturduğu görüldü.

Sonuç: Analiz sonucunda orjinali Almanca olan genel öz yeterlik ölçeği Kırgız kültürüne geçerli ve güvenilir bir şekilde uyarlandı.

Anahtar Kelimeler

Öz-Yeterlik, Kırgız Kültürü, Üniversite Öğrencileri, Ölçek Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik

Введение

Самоэффективность как основной компонент социальной когнитивной теории (Forsyth & Carey, 1998), получившей широкое признание в последние годы, является структурой, которая активно исследуется в научной литературе (Bandura, 2000). Самоэффективность означает веру человека в свою способность предпринимать необходимые действия и достигать желаемых результатов (Bandura, 1986). Она оказывает влияние на качество жизни, направляя мышление, эмоции, поведение и восприятие в критические периоды жизни (Bandura, 1995). Самоэффективность активно поддерживается научными исследованиями в различных областях. Например, в психологии здоровья она находит применение в таких аспектах, как лечение хронических заболеваний (Freund et al., 2013; O'Leary et al., 1988), иммунный ответ на стресс (O'Leary, 1992), преодоление хронической инвалидности (Marks et al., 2005), контроль рискованного сексуального поведения и зависимостей (Kleinman et al., 2002), а также преодоление алкогольной и табачной зависимости(Christiansen et al., 2002).

В отличии от многих психологических конструктов самоэффективность - это не свойство личности, а набор убеждений (Farley, 2020). Особенно важно, чтобы люди сталкивающиеся с трудными ситуациями в своей жизни, должны иметь убеждение, что они могут выйти из этой трудной ситуации. В противном случае недостаток уверенности может создать определенные эффекты своими действиями, не смогут противостоять сложным ситуациям. Кроме того, для достижения своих целей необходимо верить в свою компетентность (Bandura, 2018).

Самоэффективность проявляется во всех сферах жизни, таких как учеба, работа, социальные отношения и здоровье. Если человек не сдается перед трудностями и продолжает стремиться к своим целям, это указывает на высокий уровень самоэффективности. Убежденность в своих силах играет ключевую роль в мышлении, поведении и эмоциях человека (Bandura, 1977). Поэтому самоэффективность часто рассматривается как специфическое понятие для конкретной области и оценивается с помощью специальных шкал, измеряющих конкретные области, которые, как считается, являются предикторами поведения (Wang & Richarde, 1988). Другими словами, общая самоэффективность концептуализируется как устойчивое чувство компетентности, позволяющее справляться со стрессовыми ситуациями (Zajacova et al., 2005), а также как значимый фактор академических успехов студентов (Bouih et al., 2021), обеспечивающий самооценку и успех в карьере (Ahmed et al., 2019; Irviana & Azliyanti, 2023) и состояние, улучшающее качество жизни (Luszczynska et al., 2005).

Цель данного исследования - адаптировать Шкалу общей самоэффективности к кыргызской культуре и изучить уровень общей самоэффективности студентов вузов Кыргызстана. При анализе литературы видно, что самоэффективность чаще всего исследуется на уровне академического персонала вузов и учителей школ (Akbaş & Çelikkaleli, 2014; Aydoğdu & Saban, 2018; Bergman & Morphew, 2015; Dolapçı, 2013; Ekinci, 2013; Eymur & Çetin, 2017; Flores, 2015; Gunning & Mensah, 2011; Jovanović et al., 2014; Kutluca & Aydın, 2016; Mutlu-Bozkurt, 2013) и на уровне учителя (Barut, 2011; Bozbaş, 2015; Erden, 2007; Gibson & Dembo, 1984; Henson, 2001) Общая самоэффективность, которая относится к способности человека выполнять и достигать определенных целей (Bahar, 2023), связана с такими качествами студентов университета, как умение справляться с трудностями, применять позитивные стратегии преодоления, ставить амбициозные цели и возлагать большие надежды на успех как в учебной, так и в социальной жизни. В кыргызской литературе подобные исследования по самоэффективности отсутствуют. Исследователи начали данное исследование с предположения, что это связано с отсутствием адаптированной шкалы для измерения показателя самоэффективности.

Метод

Цель исследования заключалась в адаптации Шкалы общей самоэффективности (GSES) к кыргызской культуре. Данное исследование выполнено в рамках количественного подхода, основанного на позитивистской традиции (Gül, 2023a), которая утверждает, что реальность объективна и не зависит от поведения человека. Методологической основой стал реляционный дизайн опроса, один из количественных исследовательских дизайнов, Который предполагает изучение взаимосвязей между общими самоэффективностью переменными. Метод опроса - это часто используемый исследователями для изучения человеческих отношений и анализа данных, собранных на определенной выборочной группе (Agnew & VanderDrit, 2009). В данном исследовании применялся поперечный тип исследования, который имеет два вида: поперечный и продольный. Поперечное исследование предполагает сбор данных у одной группы респондентов в течении одного временного периода (Gul, 2023b). В данном случае данные были собраны у студентов университетов Кыргызстана в 2023-2024 учебном году.

Исследовательская группа

Для исследования были сформированы четыре группы участников, каждая из которых выполняла определённую задачу, связанную с адаптацией шкалы. Данные были собраны в весеннем семестре 2023-2024 учебного года с привлечением студентов различных университетов Кыргызстана.

Первая исследовательская группа состояла из 20 участников, которая учавствовала в пилотном исследовании, цель которого заключалась в проверке языковой валидности адаптированной шкалы.

Вторая исследовательская группа состояла из 310 участников, среди которых 259 (83,5%) женщин и 51 (16,5%) мужчин. На данных этой группы был проведен эксплораторный факторный анализ (ЭФА). Для повышения надёжности результатов размер выборки должен соответствовать рекомендациям, согласно которым ЭФА требуется более 300 участников (McCrosky & Young, 1979; Worthington & Whittaker, 2006).

Третья исследовательская группа включала 328 участников, из которых 249 (75,9%) женщин и 79 (24,1%) мужчин. На этой выборке проводился подтверждающий факторный анализ (ПФА), что соответствует рекомендации использовать разные выборки для (Fabrigar et al., 1999).

Таблица 1. Исследовательские группы, участвовавшие в исследовании

Исследовательская группа	**Применяемые шкалы**	**Статистические процедуры**	
Первая группа	Немецкая и кыргызская версии ШОС	Проверка языковой валидности адаптированной шкалы, с использованием корреляционного анализа Пирсона.	
Вторая группа	ШОС	Обеспечение конструктной валидности и применение ЭФА	Коэффициента надежности альфа Кронбака был рассчитан на объединенной выборке, включающей данные первой и второй исследовательских групп, для оценки внутренней согласованности шкалы.
Третья группа	ШОС	Проведение ПФА для проверки валидности конструкции и расчета композитных коэффициентов надежности	

Инструменты для сбора данных

Демографическая информационная форма: Эта форма была разработана авторами с целью оценки уровня общей самоэффективности будущих учителей через различные переменные. В форму были включены независимые переменные, такие как пол, класс, возраст, социально-экономический уровень, которые, как предполагается, влияют на уровень общей самоэффективности преподавателей.

Шкала общей самоэффективности (ШОС): Шкала была впервые разработана Шварцером и Иерусалимом (1995) на немецком языке под названием «Общая самоэффективность». Шкала общей самоэффективности была разработана для оценки воспринимаемой общей самоэффективности, чтобы определить, насколько хорошо человек адаптируется к повседневной жизни, справляясь с ежедневными трудностями и всевозможными стрессовыми жизненными ситуациями. Этот инструмент был адаптирован для использования в 23 разных культурах. В результате анализа надежности, проведенного в группах выборки из 23 стран, коэффициент Кронбаха Альфа для всей шкалы варьировался от .76 до .90. В ходе анализа, проведенного на группах выборки из 23 стран, было выявлено, что суммарные корреляции пунктов находятся в диапазоне от .30 до .77. Шкала состоит из 10 пунктов, которые образуют один фактор. Результаты исследований валидности и надежности данной шкалы в кыргызской культуре приведены ниже.

Анализ данных

Для анализа данных использовались программные пакеты SPSS 26 и Amos 26. Разработке и адаптации шкал являются достаточно сложными и ответственными процессами, требующие тщательного продумывания и планирования каждого этапа, вплоть до мельчайших деталей. Адаптация шкалы относительно менее сложна, чем её разработка. Адаптация уже широко

используемой и проверенной шкалы будет более надежной, чем разработка новой (Deniz, 2007). На этапе адаптации данного исследования сначала были выполнены следующие шаги: получены необходимые разрешения от владельца шкалы, определена структура для адаптации и сформирована команда переводчиков (Gudmundsson, 2009).

Выводы

Языковая валидность

На этапе обеспечения языковой валидности осуществляется перевод пунктов шкалы с исходного языка на целевой, анализ и сравнение переводов, обратный перевод, а также создание окончательной формы шкалы и пилотное применение (Geisinger, 1994). В рамках адаптации шкалы для кыргызской культуры сначала была сформирована команда переводчиков, в которую вошел психолог, свободно владеющий немецким и кыргызским языками.

Четыре эксперта, свободно владеющих немецким и кыргызским языками, обладающих глубокими знаниями о кыргызской культуре и являющиеся экспертами в области перевода, перевели шкалу с немецкого языка на кыргызский. Это объясняется тем, что в процессе адаптации шкал рекомендуется, чтобы переводчики свободно владели обоими языками, обладали культурными знаниями и имели представление об измеряемом конструкте (Cha et al., 2007). После завершения этапа перевода была разработана форма для оценки языковой согласованности, и каждому переводчику был присвоен номер для пунктов шкалы, которые должны быть вписаны в форму. Для каждого пункта шкалы фиксировались совпадения знаком (+) и расхождения знаком (-) между переводами. Сумма совпадений делились на общее количество переводчиков для расчёта уровня согласованности перевода.

Экспериментальное применение

Этап экспериментального применения был реализован в соответствии с рекомендациями Хэмблтона и др. (Hambleton et al., 2009), согласно которым для проверки валидности перевода шкалы используется выборочная группа, свободно владеющая обоими языками. Для этого был подготовлен шаблон окончательной формы шкалы, который был применен к выборочной группе из 20 студентов, обучающихся на факультете немецкого языка и литературы Кыргызского государственного университета, свободно владеющих как немецким, так и кыргызским языками. Результаты корреляции между обоими приложениями, представлены в таблице 2.

Шкалы на обоих языках были предложены группе из 20 участников с интервалом в две недели, и была проанализирована корреляция между ними. В результате было установлено, что между шкалами существует высокая положительная корреляция (r=.714, p=.00). Другими словами, было понятно, что обе шкалы измеряют один и тот же конструкт. Это позволяет сделать вывод о достаточной языковой валидности кыргызской версии шкалы.

Таблица 2. Корреляционные данные для исходного и целевого языков

Шкала		**Шкала на немецком языке**	**Шкала на кыргызском языке**
Шкала на немецком языке	r	1	.714**
	p		.000
	n	20	20
Шкала на киргизском язык	r	.714**	1
	p	.000	
	n	20	20

Валидность конструкта

В результате эксплораторного факторного анализа (ЭФА), проведенного на данных, полученных от 310 участников, для кыргызской версии шкалы, которая изначально имела однофакторную структуру, аналогичную исходной шкале.

Таблица 3. Общая объясненная дисперсия

Элементы шкалы	Итого	Коэффициент вариации	Кумулятивный коэффициент
1	5.110	51.099	51.099
2	.870	8.697	59.797
3	.731	7.306	67.103
4	.673	6.734	73.837
5	.596	5.955	79.792
6	.527	5.274	85.066
7	.468	4.680	89.746
8	.402	4.019	93.765
9	.347	3.471	97.235
10	.276	2.765	100.000

Общая дисперсия, объясненная для одного полученного фактора, составила 51,09%. Информация об общей дисперсии представлена в таблице 3.

Таблица 4. Факторные нагрузки факторов и пунктов

Элементы шкалы	Фактор
1	.818
2	.793
3	.741
4	.738
5	.735
6	.725
7	.722
8	.692
9	.618
10	.520

В таблице 4 представлены пункты и нагрузки пунктов в едином факторе, полученном после ЭФА. Из таблицы видно, что факторные нагрузки варьируются между .818 и .520.

Таблица 5. Описательная статистика и корреляция между пунктами

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1.000									
2	.343	1.000								
3	.346	.389	1.000							
4	.371	.381	.511	1.000						
5	.343	.374	.507	.588	1.000					
6	.257	.332	.444	.496	.526	1.000				
7	.352	.390	.439	.497	.537	.474	1.000			

8	.338	.498	.484	.561	.606	.478	.672	1.000		
9	.215	.389	.526	.448	.548	.490	.425	.566	1.000	
10	.352	.402	.505	.372	.538	.415	.445	.537	.558	1.000
асимметрия	-.636	-.888	-.094	-.430	-.331	-.550	-.582	-.308	-.205	-.433
эксцесс	-.272	.246	-.862	-.667	-.761	-.508	-.643	-.706	-.583	-.598
Среднее значение	3.17	3.32	2.77	3.00	2.95	3.10	3.21	3.10	2.91	3.00
стандартное отклонение	.795	.751	.884	.865	.865	.840	.799	.744	.784	.855

Описательные статистики показатели, включая распределение (эксцесс и асимметрия) каждого пункта шкалы, представлены в таблице 5. Согласно Весту и др. (West et al., 1995), значения асимметричной статистики эксцесса должны быть менее 2, а значение асимметрии - менее 7. При анализе значений, приведенных в таблице, можно понять, что значения эксцесса и асимметрии находятся в допустимых пределах. Корреляция между пунктами варьировалась от .215 до .606, что свидетельствует об умеренной взаимосвязи.

В таблице 6 представлены различные индексы соответствия подтверждающей модели однофакторной ШОС. Как видно из таблицы, значения модели ШОС свидетельствуют о хорошем соответствии. На рисунке 2 показано, что факторные веса шкалы достаточно высоки (диапазон от .52 до .81).

Таблица 6. Индексы пригодности ПФА

Модель	**Chi² / df**	**NFI**	**CFI**	**TLI**	**PCFI**	**PNFI**	**RMSEA**	**AIC**
ШОС	3.022	.929	.951	.918	.571	.558	.081	174.493

В таблице 6 представлены данные, полученные после ПФА. В определенной модели все показатели, кроме RMSEA, имеют хорошее соответствие. Критерий Акаике (Akaike vd., 1987) (AIC) показывает, подходит модель или нет, низкое значение указывает на совместимость модели, а высокое - на несовместимость. Значение AIC для данной модели показывает, что показатели совместимы.

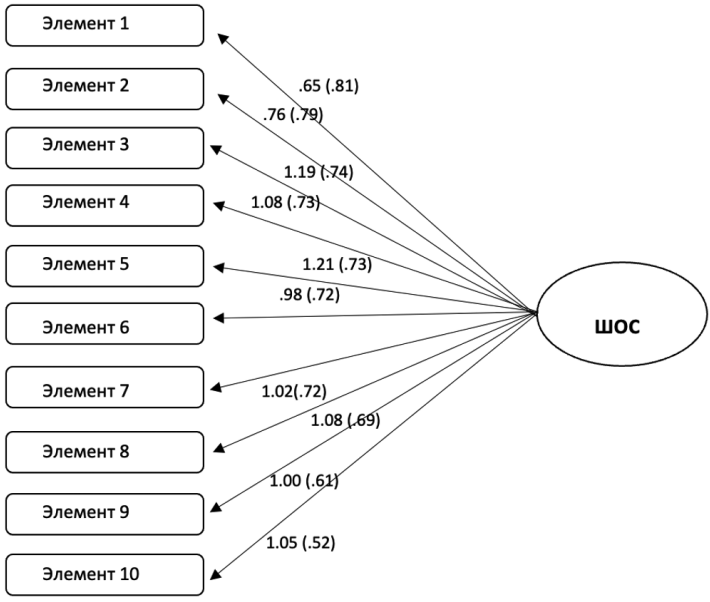


Рис. 1. Результат подтвержденного факторного анализа ШОС

Для проверки конвергентной валидности было рассчитано значение композитной валидности (CR), а для дивергентной валидности - значение средней извлеченной дисперсии (AVE) (Hair et al., 2009). В то время как значение CR должно быть больше .70, как у Кронбаха Альфа, значение AVE должно быть больше .50 (Fornell & Larcker, 1981). Кроме того, значение CR должно быть выше, чем значение AVE, чтобы обеспечить конвергентную валидность (Nunnally & Bernstein, 1994). Форнелл и Ларкер (Fornell & Larcker, 1981) заявили, что значение AVE, близкое к .50, может быть принято.

Таблица 7. Анализ надежности и значения AVE-CR для ШОС

ШОС	**AVE**	**CR**	**Cronbach Alpha**	**Omega**
	.68	.94	.89	.89

При анализе приведенной выше таблицы становится ясно, что значения CR и AVE, рассчитанные для ШОС, дают достаточные основания для конвергентной и дивергентной валидности.

Обсуждение результатов и выводы

Целью данного исследования было подтвердить валидности и надежности Шкалы общей самоэффективности в кыргызской культуре. Для этого, во-первых, была обеспечена валидность и надежность кыргызской версии оригинальной немецкой шкалы. Сначала оригинальная шкала, состоящая из 10 пунктов, была переведена экспертами на кыргызский язык, а затем была проведена процедура обратного перевода. Для выполнения этой работы были привлечены привлечены эксперты, являющиеся кыргызами, хорошо знающими кыргызскую культуру и владеющими немецким языком на уровне C1, что соответствует требованиям грамотного перевода. Это подтверждается мнением, представленным в литературе, о том, что на этапе перевода следует отдавать предпочтение людям, свободно владеющим обоими языками, знающим культуру языка перевода и обладающим знаниями об измеряемой структуре (Karakoç & Dönmez, 2014). По мнению Дениза (Deniz, 2007), для обеспечения языковой валидности необходимо перевести с исходного языка на целевой, а затем провести сравнение, переведя с целевого языка обратно на исходный. В данном исследовании этап языкового перевода осуществлялся с учетом литературных данных, перевод осуществлялся с исходного языка на целевой язык, затем перевод с целевого языка на исходный язык и сравнение переводов.

Подготовленный бланк шкалы на кыргызском языке был представлен исследователям, работающим в области образовательных наук, которые являются экспертами в своей области, чтобы оценить его с точки зрения соответствия цели и того, понятен он или нет. Джесун и Валенте (Jesun & Valente, 2016) предлагают проводить экспертную оценку после обратного перевода. В соответствии с этой рекомендацией исследование было представлено для экспертной оценки после обратного перевода и сопоставления переводов. В процессе оценки некоторые пункты были откорректированы экспертами, и эти пункты были исправлены.

После проверки языковой валидности кыргызская версия шкалы была применена к определенной группе выборки. Факторная структура шкалы была проанализирована методом факторного анализа на данных, полученных в результате этого применения. Это связано с тем, что необходимо определить, есть ли в измеряемой структуре одно или более одного фактора (DeVellis, 2003). Поскольку факторный анализ позволяет точно определить природу и количество скрытых переменных (факторов), лежащих в основе измеряемой структуры (Hooper, 2012). В результате анализа была получена одномерная структура, объясняющая 51,09 % общей дисперсии в соответствии с исходной шкалой. Затем для проверки одномерной структуры были собраны данные другой группы выборки, и на них был проведен подтверждающий факторный анализ. Наконец, в рамках анализа надежности был рассчитан коэффициент внутренней согласованности шкалы, который составил .89. В результате в кыргызской культуре появилась валидная и надежная шкала общей самоэффективности. Данная шкала измеряет только общую самоэффективность, и для определения уровня самоэффективности в разных профессиях рекомендуется использовать специализированные шкалы, ориентированные на соответствующие профессии.

Использованная литература

AGNEW, C., & VANDERDRIT, L. E. (2009). *Survey Methods in Relationship Research*. http://docs.lib.purdue.edu/psychpubs/21

AHMED, H., NAWAZ, S., & IMRAN RASHEED, M. (2019). Self-efficacy, Self-Esteem, and Career Success: The Role of Perceived Employability. *Journal of Management Sciences*, *6*(2), 18–32. https://doi.org/10.20547/jms.2014.1906202

AKAİKE, H. (1987). Factor analysis and AIC. *Psychometrika*, *52*(3), 317–332. https://doi.org/10.1007/BF02294359

AKBAŞ, A., & ÇELİKKALELİ, Ö. (2014). Sınıf öğretmeni adaylarının fen öğretimi özyeterlik inançlarının cinsiyet, öğrenim türü ve üniversitelerine göre incelenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *2*(1), 98–110. https://doi.org/10.17860/efd.53326

AYDOĞDU, B., & SABAN, Y. (2018). Öğretmen Adaylarının Fen Bilimleri Öğretimi Öz-Yeterlik İnançları ile Öğretmenlik Uygulaması Performansları Arasındaki İlişki. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, 9*(2), 120–133.

BAHAR, A. (2023). Determining the Relationship between the Level of Self-efficacy and Quality of Life on Coping with Depression. *Journal of Education and Research in Nursing*, 255–260. https://doi.org/10.14744/jern.2021.22363

BANDURA, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, *84*(2), 191–215. https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191

BANDURA, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice Hall.

BANDURA, A. (1995). *Exercise of personal and collective efficacy in changing societies*. Cambridge University.

BANDURA, A. (2000). Self-efficacy: the foundation of agency. In W. J. Perring (Ed.), *Control of human behavior mental processes and consciousness* (pp. 17–37). Erlbaum.

BANDURA, A. (2018). Toward a Psychology of Human Agency: Pathways and Reflections. *Perspectives on Psychological Science*, *13*(2), 130–136. https://doi.org/10.1177/1745691617699280

BARUT, E. (2011). *İlköğretim II. kademe sosyal bilgiler öğretmenlerinin öz yeterliliklerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi (Ankara İli Örneği)* [Master Thesis]. Niğde University.

BERGMAN, D., & MORPHEW, J. (2015). Research and Teaching: Effects of a Science Content Course on Elementary Preservice Teachers' Self-Efficacy of Teaching Science. *Journal of College Science Teaching*, *044*(03). https://doi.org/10.2505/4/jcst15_044_03_73

BOUİH, A., NADİF, B., & BENATTABOU, D. (2021). Assessing the Effect of General Self-efficacy on Academic Achievement Using Path Analysis: A Preliminary Study. *International Review of Applied Linguistics in Language Teaching*, *3*(4), 18–24. https://www.researchgate.net/publication/351112669_Assessing_the_Effect_of_General_Self-efficacy_on_Academic_Achievement_Using_Path_Analysis_A_Preliminary_Study

BOZBAŞ, Y. (2015). *Sınıf öğretmenlerinin öz yeterlilik inançları ve sınıf yönetimi beceri algıları arasındaki ilişki* [Master Thesis]. İstanbul Aydın University.

CHA, E., KİM, K. H., & ERLEN, J. A. (2007). Translation of scales in cross-cultural research: issues and techniques. *Journal of Advanced Nursing*, *58*(4), 386–395. https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2007.04242.x

CHRİSTİANSEN, M., VİK, P., & JARCHOW A. (2002). Addictive behaviors cognitive behavioral outreach program. *Journal of Community Psychology*, *25*(6), 519–533.

DENİZ, Z. (2007). The adaptation of psychological scales. *Ankara Universitesi Egitim Bilimleri Fakultesi Dergisi*, *1*(16), 40–41. https://doi.org/10.1501/Egifak_0000000160

DEVELLİS, R. F. (2003). *Scale Development: Theory and Applications* . Sage.

DOLAPÇI, S. (2013). *Öğretmen adaylarının öz-yeterlilik algıları ve kaynaştırma eğitime bakış açıları*. Dokuz Eylül University.

EKİNCİ, H. (2013). Öğretmen adaylarının öz yeterlik algıları: müzik, resim ve beden eğitimi. *Electronic Turkish Studies*, *8*(3), 189–196.

ERDEN, E. (2007). *Sınıf öğretmenlerinin fen öğretimi öz yeterlilik inançlarının öğrencilerin fen tutumları ve akademik başarıları üzerindeki etkisi* [Master Thesis]. Ege University.

EYMUR, G., & ÇETİN, P. S. (2017). Argümantasyon Tabanlı Sorgulayıcı Araştırma Yönteminin Öğretmen Adaylarının Fen Öğretimi Öz Yeterlik İnancına Etkisi. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 36–49. https://doi.org/10.17556/erziefd.315852

FABRİGAR, L. R., WEGENER, D. T., MACCALLUM, R. C., & STRAHAN, E. J. (1999). Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research. *Psychological Methods*, *4*(3), 272–299. https://doi.org/10.1037/1082-989X.4.3.272

FARLEY, H. (2020). Promoting self-efficacy in patients with chronic disease beyond traditional education: A literature review. *Nursing Open*, *7*(1), 30–41. https://doi.org/10.1002/nop2.382

FLORES, I. M. (2015). Developing preservice teachers' self-efficacy through field-based science teaching practice with elementary students. *Research in Higher Education*, *27*(1), 1–16. https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1056173.pdf

FORNELL, C., & LARCKER, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, *18*(1), 39. https://doi.org/10.2307/3151312

FORSYTH, A. D., & CAREY, M. P. (1998). Measuring self-efficacy in the context of HIV risk reduction: Research challenges and recommendations. *Health Psychology*, *17*(6), 559–568. https://doi.org/10.1037/0278-6133.17.6.559

FREUND, T., GENSİCHEN, J., GOETZ, K., SZECSENYİ, J., & MAHLER, C. (2013). Evaluating self-efficacy for managing chronic disease: psychometric properties of the six-item Self-Efficacy Scale in Germany. *Journal of Evaluation in Clinical Practice*, *19*(1), 39–43. https://doi.org/10.1111/j.1365-2753.2011.01764.x

GEİSİNGER, K. F. (1994). Cross-cultural normative assessment: Translation and adaptation issues influencing the normative interpretation of assessment instruments. *Psychological Assessment*, *6*(4), 304–312. https://doi.org/10.1037/1040-3590.6.4.304

GİBSON, S., & DEMBO, M. H. (1984). Teacher efficacy: A construct validation. *Journal of Educational Psychology*, *76*(4), 569–582. https://doi.org/10.1037/0022-0663.76.4.569

GUDMUNDSSON, E. (2009). Guidelines for translating and adapting psychological instruments. *Nordic Psychology*, *61*(2), 29–45. https://doi.org/10.1027/1901-2276.61.2.29

GUL, Y. E. (2023b). A theoretical perspective on survey method from quantitative research methods. *Universum:Psychology & Education*, *106*(4), 64–68. https://doi.org/10.32743/UniPsy.2023.106.4.15254

GÜL, Y. E. (2023a). Bilimsel Araştırma Yöntemlerinde Yaklaşımlar ve Felsefi İkilemler: Paradigma Savaşları. *Beytulhikme An International Journal of Philosophy*, *13:3*(13:3), 296–315. https://doi.org/10.29228/beytulhikme.68781

GUNNİNG, A. M., & MENSAH, F. M. (2011). Preservice Elementary Teachers' Development of Self-Efficacy and Confidence to Teach Science: A Case Study. *Journal of Science Teacher Education*, *22*(2), 171–185. https://doi.org/10.1007/s10972-010-9198-8

HAİR, J. F., BLACK, W. C., BABİN, B. J., & ANDERSON, R. E. (2009). *Multivariate Data Analysis*. Prentice-Hall, Inc.

HAMBLETON, R. K., MERENDA, P. F., & SPEİLBERGER, C. D. (2009). *Adapting educational and psychological tests for cross-cultural assessment*. Lawrence Erlbaum Publishers.

HENSON, R. K. (2001). Teacher self-efficacy: Substantive implications and measurement dilemmas. In *Annual Meeting of the Educational Research Exchange*. https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED452208.pdf

HOOPER, D. (2012). Exploratory Factor Analysis. In H. Chen (Ed.), *Approaches to Quantitative Research – Theory and its Practical Application: A Guide to Dissertation Students*. Oak Tree Press.

IRVİANA, L., & AZLİYANTİ, E. (2023). The Effect of Leader-Member Exchange (LMX), Organization-Based Self-Esteem and The Broad Role of Self-Efficacy on Predictors of Perception Employability. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, *18*(2), 197–2009.

JESUS, L. M. T., & VALENTE, A. R. (2016). *Cross-cultural adaptation of health assessment instruments*. SLH LAB Speech, Language and Hearing Laboratory. https://sweet.ua.pt/lmtj/lmtj/JesusValente2016.pdf

JOVANOVİĆ, L., KUDLÁČEK, M., BLOCK, M. E., & DJORDJEVİĆ, I. (2014). Self-efficacy of pre-service physical education teacher toward teaching students with disabilities in general physical education classes in Serbia. *European Journal of Adapted Physical Activity*, *7*(2), 32–46. https://doi.org/10.5507/euj.2014.009

KARAKOÇ, F. Y., & DÖNMEZ, L. (2014). Ölçek Geliştirme Çalışmalarında Temel İlkeler. *Tıp Eğitimi Dünyası*, *13*(40), 39–49. https://doi.org/10.25282/ted.228738

KLEİNMAN, B. P., MİLLERY, M., SCİMECA, M., & POLİSSAR, N. L. (2002). Predicting Long-term Treatment Utilization among Addicts Entering Detoxification: The Contribution of Help-seeking Models. *Journal of Drug Issues*, *32*(1), 209–230. https://doi.org/10.1177/002204260203200109

KUTLUCA, A. Y., & AYDIN, A. (2016). Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Öz-Yeterlik İnançlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi: Oluşturmacı Öğretimin Etkisi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *16*(1). https://doi.org/10.17240/aibuefd.2016.16.1-5000182919

LUSZCZYNSKA, A., GUTİÉRREZ-DOÑA, B., & SCHWARZER, R. (2005). General self-efficacy in various domains of human functioning: Evidence from five countries. *International Journal of Psychology*, *40*(2), 80–89. https://doi.org/10.1080/00207590444000041

MARKS, R., ALLEGRANTE, J. P., & LORİG, K. (2005). A Review and Synthesis of Research Evidence for Self-Efficacy-Enhancing Interventions for Reducing Chronic Disability: Implications for Health Education Practice (Part I). *Health Promotion Practice*, *6*(1), 37–43. https://doi.org/10.1177/1524839904266790

MCCROSKY, J. C., & YOUNG, T. J. (1979). The use and abuse of factor analysis in communication research. *Human Communication Research*, *5*(4), 375–382. https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1979.tb00651.x

MUTLU-BOZKURT, T. (2013). *Beden eğitimi öğretmeni adaylarının öz yeterliliklerinin incelenmesi* [Master Thesis]. Gazi Üniversitesi.

NUNNALLY, J. C., & BERNSTEİN, I. H. (1994). The Assessment of Reliability. *Psychometric Theory*, *3*, 248–292.

O'LEARY, A. (1992). Self-efficacy and health: Behavioral and stress-physiological mediation. *Cognitive Therapy and Research*, *16*(2), 229–245. https://doi.org/10.1007/BF01173490

O'LEARY, A., SHOOR, S., LORİG, K., & HOLMAN, H. R. (1988). A cognitive-behavioral treatment for rheumatoid arthritis. *Health Psychology*, *7*(6), 527–544. https://doi.org/10.1037/0278-6133.7.6.527

SCHWARZER, R., & JERUSALEM, M. (1995). Generalized Self-Efficacy scale. In J. Weinman, S. Wright, & M. Johnston (Eds.), *Measures in health psychology: A user's portfolio. Causal and control beliefs* (pp. 35–37). Windsor, NFER-NELSON.

WANG, A. Y., & RİCHARDE, R. S. (1988). Global versus task-specific measures of self-efficacy. *The Psychological Record*, *38*, 533–541. https://psycnet.apa.org/record/1989-21053-001

WEST, S. G., FİNCH, J. F., & CURRAN, P. J. (1995). Structural equation models with non-normal variables. In R. H. Hoyle (Ed.), *Structural equation modeling: Concepts, issues and applications* (pp. 56–75). Sage.

WORTHİNGTON, R. L., & WHİTTAKER, T. A. (2006). Scale Development Research. *The Counseling Psychologist*, *34*(6), 806–838. https://doi.org/10.1177/0011000006288127

ZAJACOVA, A., LYNCH, S. M., & ESPENSHADE, T. J. (2005). Self-Efficacy, Stress, and Academic Success in College. *Research in Higher Education*, *46*(6), 677–706. https://doi.org/10.1007/s11162-004-4139-z

Summary

The aim of the study is to adapt the General Self-Efficacy Scale to Kyrgyz culture. This study was designed according to a quantitative approach based on the positivist tradition, which emphasizes that reality is independent of human behavior. The chosen research method is the relational survey design, which is one of the quantitative research designs. Because this study is based on the assumption that there is a relationship between general self-efficacy and some variables. The survey method is a method that researchers frequently use to examine human relations and analyze data collected from a specific sample group. This study used a cross-sectional type of study, which has two types: cross-sectional and longitudinal. Cross-sectional research involves collecting data from a specific group at one time. Accordingly, in this study, data were collected from university students in Kyrgyzstan in the 2023-2024 academic year.

The research was conducted in four different research groups consisting of teacher candidates in the spring semester of the 2023-2024 academic year. The first study group, in which a pilot study was conducted to determine the language validity of the scale, consisted of 20 participants. The second study group consisted of 310 participants. Of this group, 259 (83.5%) were women and 51 (16.5%) were men.

SPSS 26 and Amos 26 package programs were used to analyze the data. Research on the development and adaptation of scales is a very complex and responsible task. Therefore, researchers need to carefully consider and plan every process down to the smallest detail. Scale adaptation studies are relatively simpler than scale development studies. Adapting a widely used and known scale will be more reliable than developing it. During the adaptation phase of this study, the necessary permissions were first obtained from the owner of the scale, the structure to be adapted was determined, and a team of translators was formed.

The aim of this study is to ensure the validity and reliability of the General Self-Efficacy Scale in Kyrgyz culture. In this regard, firstly, the validity and reliability of the Kyrgyz form of the original German scale was ensured. For this purpose, first of all, the original 10-point scale was translated into Kyrgyz language by experts, and then the reverse translation process was carried out. For this purpose, experts who were Kyrgyz and knew Kyrgyz culture well, but also spoke German at C1 level (could use it competently) were brought in. The reason for this is the view in the literature that people who are fluent in both languages, have knowledge of the culture of the target language, and are knowledgeable about the structure being measured should be preferred during the translation phase. In order to ensure language validity, it is necessary to translate from the source language to the target language, then translate from the target language back to the source language and make a comparison. In this study, the language translation phase was carried out by taking into account the literature data, a translation was made from the source language to the target language, then a translation was made from the target language to the source language and the translations were compared.

The scale template prepared in Kyrgyz was presented to educational researchers who are experts in the field in order to evaluate whether it is suitable for the purpose and understandable. Referee review is recommended after back translation. In line with this suggestion, the study was submitted to referee evaluation after back translation and comparison of the translations. During the evaluation process, some items were corrected by experts and corrections were made to these items.

After checking the language validity, the Kyrgyz form was applied to a specific sample group. The factor structure of the scale was analyzed by factor analysis on the data obtained from this application. Because it is necessary to determine whether there is one or more factors in the measured structure. Because factor analysis allows us to determine the nature and number of hidden variables (factors) underlying the measured structure. As a result of the analysis, a one-dimensional structure was obtained that explained 51.09% of the total variance compared to the original scale. To test the unidimensional structure, data were collected from another sample group and confirmatory

factor analysis was performed on them. Finally, within the scope of reliability analysis, the internal consistency coefficient of the scale was calculated as .89. As a result, a valid and reliable general self-efficacy scale in Kyrgyz culture has emerged. This scale only measures general self-efficacy, and it is recommended to use a scale focused on a specific profession to determine the level of self-efficacy in different professions.

Geniş Özet

Çalışmanın amacı Genel Öz-Yeterlik Ölçeği›nin Kırgız kültürüne uyarlanmasıdır. Bu çalışma, gerçekliğin insan davranışından bağımsız olduğunu vurgulayan pozitivist geleneğe dayanan nicel bir yaklaşıma göre tasarlanmıştır. Seçilen araştırma yöntemi, nicel araştırma tasarımlarından biri olan ilişkisel tarama tasarımıdır. Çünkü bu çalışma genel öz-yeterlik ile bazı değişkenler arasında bir ilişki olduğu varsayımına dayanmaktadır. Tarama yöntemi, araştırmacıların insan ilişkilerini incelemek ve belirli bir örneklem grubundan toplanan verileri analiz etmek için sıklıkla kullandıkları bir yöntemdir. Bu çalışma, enine ve boyuna olmak üzere iki türü olan kesitsel bir çalışma türü kullanmıştır. Kesitsel araştırma belirli bir gruptan aynı anda veri toplamayı içerir. Buna göre bu çalışmada 2023-2024 eğitim-öğretim yılında Kırgızistan›daki üniversite öğrencilerinden veriler toplanmıştır.

Araştırma 2023-2024 eğitim-öğretim yılı bahar döneminde öğretmen adaylarından oluşan dört farklı araştırma grubunda gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin dil geçerliğini belirlemek amacıyla pilot çalışma yapılan ilk çalışma grubu 20 katılımcıdan oluşmuştur. İkinci çalışma grubu ise 310 katılımcıdan oluşmuştur. Bu grubun 259'u (%83,5) kadın, 51'i (%16,5) erkekten oluşuyordu.

Verilerin analizi için SPSS 26 ve Amos 26 paket programları kullanılmıştır. Ölçeklerin geliştirilmesi ve uyarlanması ile ilgili araştırmalar oldukça karmaşık ve sorumluluk gerektiren bir iştir. Bu nedenle araştırmacıların her süreci en ince ayrıntısına kadar dikkatlice düşünmesi ve planlaması gerekir. Ölçek uyarlama çalışmaları ölçek geliştirme çalışmalarına göre nispeten daha basittir. Yaygın olarak kullanılan ve bilinen bir ölçeği uyarlamak, geliştirmekten daha güvenilir olacaktır. Bu çalışmanın uyarlama aşamasında öncelikle ölçeğin sahibinden gerekli izinler alınmış, uyarlanacak yapı belirlenmiş ve bir çevirmen ekibi oluşturulmuştur.

Bu çalışmanın amacı Genel Öz-Yeterlik Ölçeği'nin Kırgız kültüründe geçerlik ve güvenirliğini sağlamaktır. Bu doğrultuda öncelikle orijinal Almanca ölçeğin Kırgızca formunun geçerlik ve güvenirliği sağlanmıştır. Bunun için öncelikle 10 puandan oluşan orijinal ölçek uzmanlar tarafından Kırgız diline çevrilmiş, daha sonra ters çeviri işlemi gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla Kırgız olan ve Kırgız kültürünü iyi bilen, ancak C1 düzeyinde Almanca bilen (yetkin bir şekilde kullanabilen) uzmanlar getirildi. Bunun nedeni literatürde yer alan, çeviri aşamasında her iki dile de hâkim, hedef dilin kültürü hakkında bilgi sahibi, ölçülmekte olan yapı hakkında bilgi sahibi kişilerin tercih edilmesi gerektiği yönündeki görüştür. Dil geçerliliğinin sağlanması için kaynak dilden hedef dile çeviri yapılması, ardından hedef dilden tekrar kaynak dile çeviri yapılarak karşılaştırma yapılması gerekmektedir. Bu çalışmada literatür verileri dikkate alınarak dil çevirisi aşaması gerçekleştirilmiş, kaynak dilden hedef dile çeviri yapılmış, ardından hedef dilden kaynak dile çeviri yapılmış ve çevirilerin karşılaştırılması yapılmıştır.

Kırgızca hazırlanan ölçek şablonu, amaca uygunluğu ve anlaşılır olup olmadığı açısından değerlendirilmesi amacıyla alanında uzman eğitim araştırmacılarına sunulmuştur. Geri çeviriden sonra hakem incelemesini önerilmektedir. Bu öneri doğrultusunda çalışma, geri çeviri ve çevirilerin karşılaştırılması sonrasında hakem değerlendirmesine sunuldu. Değerlendirme sürecinde bazı maddeler uzmanlar tarafından düzeltilmiş ve bu maddelerde düzeltmeler yapılmıştır.

Dil geçerliliği kontrol edildikten sonra Kırgızca formu belirli bir örneklem grubuna uygulanmıştır. Ölçeğin faktör yapısı bu uygulamadan elde edilen veriler üzerinden faktör analizi ile analiz edilmiştir. Çünkü ölçülen yapıda bir veya birden fazla faktörün olup olmadığının belirlenmesi gerekmektedir. Çünkü faktör analizi, ölçülen yapının altında yatan gizli değişkenlerin (faktörlerin) niteliğini ve sayısını belirlememize olanak sağlar. Analiz sonucunda orijinal ölçeğe göre toplam varyansın %51,09'unu açıklayan tek boyutlu bir yapı elde edilmiştir. Tek boyutlu yapıyı test etmek için başka bir örneklem grubundan veriler toplanmış ve bunlara doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Son olarak güvenirlik analizi kapsamında ölçeğin iç tutarlılık katsayısı .89 olarak hesaplanmıştır. Sonuç olarak Kırgız kültüründe geçerli ve güvenilir bir genel öz yeterlik ölçeği ortaya çıkmıştır. Bu ölçek yalnızca genel öz yeterliliği ölçmektedir ve farklı mesleklerdeki öz yeterlik düzeyini belirlemek için belirli bir mesleğe odaklı bir ölçeğin kullanılması önerilmektedir.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);133-151
DOI: 10.17336/igusbd.1349814

ORIGINAL ARTICLE / ÖZGÜN ARAŞTIRMA

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

I Click, But I Don't Listen: Suggestions About University Radio Broadcast Streaming Model For Generation Z Via Turf Analysis*

Tıklıyorum Ama Dinlemiyorum: Turf Analizi Kullanarak Z Kuşağı İçin Üniversite Radyosu Yayın Akışı Model Önerisi

[1]Burçin YERSEL ÖZKARAYANIK
[2]Başak KALKAN
[3]Arzu ÇELEN ÖZER
[4]Aysel ULUKAN KORUL

* This study was produced from the project "Evaluation of University Radio's Corporate Communication through a Participatory Alternative Broadcasting Approach: ESTU Radyoweb Aktif (Rwa)" (Project No. 20GAP066), supported by Eskişehir Technical University.

[1]Assoc. Prof. Dr. Eskişehir Technical University, Porsuk Vocational School, Radio and Television Technology Program, Eskisehir, Turkiye.
✉ bispir@eskisehir.edu.tr

[2]Assoc. Prof. Dr. Eskişehir Technical University, Porsuk Vocational School, Department of Audiovisual Techniques and Media Production, Eskisehir, Turkiye
✉ basakkalkan@eskisehir.edu.tr

[3]Lecturer, Ph.D. Eskişehir Technical University, Porsuk Vocational School, Radio and Television Technology Program, Eskisehir, Turkiye.
✉ acozer@eskisehir.edu.tr

[4]Lecturer, Ph.D. Eskişehir Technical University, Porsuk Vocational School, Computer Programming,Eskisehir Turkiye.
✉ aulukan@eskisehir.edu.tr

Geliş/Received: 25.08.2023
Kabul/Accepted: 12.06.2024

Abstract

Objective: This study aims to present an original university radio broadcasting model structured within the framework of social responsibility theory, targeting Generation Z university students who are moving away from traditional media. The main goal is to identify and model a broadcasting flow strategy for an institutional university radio station.

Method: Within the scope of the study, a web-based survey was distributed via institutional email to students at Eskişehir Technical University. Approximately 4% of recipients responded to the digitally interactive survey, and a total of 415 student responses were analyzed. The survey examined students' daily radio listening durations, their focus levels on specific programs, and their preferences for music-based content. The analysis employed the TURF (TURF Analysis—defined as an optimization model) model, which enabled strategic programming to increase the reach of less preferred program types.

Findings: Based on the analysis, two primary broadcasting strategies were developed. The first strategy involves designing the broadcasting flow based on musical genre preferences to optimize underperforming program segments. The second strategy suggests organizing the broadcasting schedule based on program segments to improve the listenership of less preferred music genres. The developed broadcasting model preserves content diversity, prevents loss of originality, and enhances the listener's ability to make personalized choices.

Conclusion: By integrating social responsibility theory with TURF analysis, the proposed model provides an effective response to Generation Z's criticisms regarding lack of diversity and originality in

Burçin Yersel Özkarayanık, Başak Kalkan, Arzu Çelen Özer, Aysel Ulukan Korul, "I Click, But I Don't Listen: Suggestions About University Radio Broadcast Streaming Model For Generation Z Via Turf Analysis", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 133-151.

university radio broadcasts. The model aims to improve listener satisfaction and freedom of choice through innovative broadcasting strategies tailored to the expectations of modern university students.

Keywords

University Radios, Z Generation, TURF Analysis, Broadcast Streaming Model, Listening Habits

Öz

Amaç: Bu çalışma, geleneksel medyadan uzaklaşan Z Kuşağı üniversite öğrencilerine yönelik, sosyal sorumluluk kuramı çerçevesinde yapılandırılmış özgün bir üniversite radyo yayın modeli sunmayı amaçlamaktadır. Kurumsal bir üniversite radyosu için geliştirilecek yayın akışı stratejisini belirlemek ve modellemek hedeflenmiştir.

Yöntem: Çalışma kapsamında, Eskişehir Teknik Üniversitesi öğrencilerine kurumsal e-posta aracılığıyla web tabanlı bir anket uygulanmıştır. Etkileşimli dijital formatta gönderilen anketlere yaklaşık %4 oranında geri dönüş alınmış; 415 öğrencinin yanıtları analiz edilmiştir. Öğrencilerin günlük radyo dinleme süreleri, programlara odaklanma düzeyleri ve müzik türü tercihleri değerlendirilmiştir. Analiz yöntemi olarak TURF (Total Unduplicated Reach and Frequency) Analizi kullanılmıştır. Bu analiz, daha az tercih edilen program türlerinin dinlenme oranlarını artırmaya yönelik stratejik yayın planlamasına olanak tanımıştır.

Bulgular: Araştırma sonucunda iki ana yayın stratejisi belirlenmiştir. İlk olarak, müzik türü tercihlerine göre yayın akışının, daha az tercih edilen yayın segmentlerini optimize edecek şekilde planlanması önerilmektedir. İkinci olarak, yayın segmentlerine göre akışın, daha az tercih edilen müzik türlerinin dinlenme oranlarını artıracak şekilde düzenlenmesi gerektiği ortaya konmuştur. Geliştirilen yayın modeli sayesinde tür çeşitliliği korunmuş, özgünlük kaybı önlenmiş ve dinleyicilerin seçim özgürlüğü desteklenmiştir.

Sonuç: Sosyal sorumluluk kuramı ile TURF Analizi'nin entegrasyonu sonucunda oluşturulan bu model, Z Kuşağı'nın çeşitlilik ve özgünlük konusundaki eleştirilerine etkili bir yanıt sunmaktadır. Geliştirilen yayın stratejileriyle üniversite radyolarında dinleyici memnuniyetinin ve seçim özgürlüğünün artırılması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler

Üniversite Radyoları, Z Kuşağı, TURF Analizi, Radyo Yayın Akışı Modeli, Dinleme Alışkanlıkları

Introduction

Being the most accessible and economical means of communication throughout its history, radio has always been a popular means of mass communication for fulfilling social functions. University radios[1] are also alternative community stations founded with the goal of fulfilling social functions and realizing the professional experience of young people. Democratic participation, interaction with internal and external actors, dissemination of education, culture, science, and knowledge, and supporting the local and the alternative are among the founding objectives of university radios. (Onarır, 2015, p. 62; Martínez et al., 2020, p. 11; Tufan, 2020, p.1; Sabran & Karim, 2018, p. 35)

However, students represent the key target audiences of university radios, and the new generation of young people, defined as Generation Z, are less interested in radio and consider it only as a means

[1]When the way radios are structured patterns are examined, radios; they are divided into public radios, private radios and community radios. University radios, as community radios, are radios broadcasting within the body of a university, college or educational institution, also defined as "campus radio" or "student radio. Non-profit, non-commercial, college radio is inherently dedicated to the local community and public issues (Güney, 2009, p. 43). 90% of university radio stations are music-oriented (Sauls, 2000, pp. 35-37). In addition to offering musical diversity and creating an educational environment, university radio stations also include program types that popular, private radio organizations do not include. Since university radios have to broadcast at low power, the reach of their broadcasts is mostly limited to the university and city they are located in, but university radios can turn this disadvantage into an advantage with IP (Internet Protocol) broadcasting over the internet (Sauls, 2000, pp. 35-39).

of listening to music, posing a significant obstacle to the realization of the social functions of university radios. Through the opportunities brought by web 2.0 technology, Generation Z, including young people going to university, has experienced a change in the means of socializing, communicating, receiving information, and listening to music. Meanwhile, the single-type music genres brought about by the commercial radio broadcasting approach and its inability to meet the expectations of young people have decreased Generation Z's interest and inclination towards traditional mass media such as radio. (Özel, 2015, p.281) As underlined in research on young people's radio listening habits, young people do not prefer to listen to the radio due to standardized program formats and the prevalence of popular music, and note that they do not find it interesting. (Özel, 2015, pp. 314-315) As their interest in radio has decreased, young people have shifted to digital platforms to listen to music. Accessibility to any music at any time and in any environment in digital media tools is claimed to be the reason why young people are shifting from radio to these tools to listen to music.

In this study, variables related to the radio listening habits of university students, specifically from Eskişehir Technical University (ESTU), representing Generation Z, were analyzed, and an optimization model to identify trends among students with a combination of time slots has been presented using TURF (Total Unduplicated Reach and Frequency) Analysis and intended to propose a model to increase efficiency unlike the algorithms used so far.

Radio Listening Habits of Generation Z

Different mass media tools have been effective in different periods for their potential to transform societies. As the pace of technological evolution causes significant shifts in the structures of these different mass media, a traditional mass media medium, radio, stands out as one of the most affected by this rapid shift. This change is especially noticeable assessing the radio listening habits of Generation Z. The Baby Boomer generation fades away and is replaced by the Millennial Generation and soon, Generation Z, the broadcast radio industry must rethink its place in the market and make a concentrated effort to remain competitive. To remain competitive, it must consider itself to be part of a broader Media Listening Experience (MLE) comprised of streaming, podcast, and satellite listening options (Pluskato, 2015, p. 325).

In a study conducted with the interview technique among students from nine different universities in Istanbul, their views on the music policy of radios were centered mostly around "having diversity", "not being original", " prioritizing popular culture" and "not being free". (Kuyucu, 2020) Other factors behind the fall of interest in radio among young people include the desire of Generation Z to be more active in radio program formats but not being able to do so, and the presence of advertisements on private radios. (Bulunmaz, 2015; Yalın & Kaya, 2018; Ak et al., 2018) There is another view advocated by young people that radio channels are "captive of popular culture" and this leads to a problem of authenticity (Kuyucu, 2020,p. 9). The most influential medium in the music preferences of young people participating in this research is unarguably digital media tools. Young people expressed that digital media tools are effective and influential in their music preferences. The advantage of being able to listen to any music at any time in digital media tools places digital media far ahead of radio (Kuyucu, 2020, p.9). Another study on young people indicates that Generation Z, referred to as the generation of technology, uses technological tools, especially the internet, as a means of information and entertainment. (Yuniati et al., 2019) In a study conducted by Yuniati et al., it was stated that the introduction of new media or social media such as Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, etc. brought by web 2.0 technology has altered Generation Z's view of the media. They note that young people's focus has shifted to new media and that they prefer new media to satisfy their media needs. They also emphasize that young people use the media mostly for information and entertainment purposes. (Yuniati et al., 2019) In another study on the radio listening habits of university students, it was concluded that young people prefer radio for purposes such as emotional support, raising morale through programs, being informed, entertained, educated, and following fashion trends. (Ajaegbu et al., 2015) This study further shows that the scheduling and broadcast stream of the radio are effective in determining students' attitudes toward radio.(Ajaegbu et al., 2015) The results of another study conducted by Eken and Gezmen on the radio listening habits of university students suggest that students primarily use radio channels as a source of information about new products, discounts, traffic jams in the city, movie reviews, etc. and secondarily for entertainment purposes (Eken & Gezmen, 2020, p. 30)

To achieve the goal of university radio broadcasting, integrating the social responsibilities of universities and radio functions, it is crucial to revive the interest and demand for radio among young people, the so-called Generation Z, who are the primary target audience and have grown up surrounded by technology. Creating content capable of fulfilling social functions by also considering the expectations and demands of Generation Z and broadcasting this content benefitting the advantages of new communication technologies brought about by the internet and digitalization are regarded as necessity for university radios (Bulunmaz, 2015). It is very important to create broadcasting models, program continuity, and content that will increase the interest of young people in radio, given that the programs created for young people forming Generation Z will contribute significantly to society. Considering the internet-oriented lifestyle of Generation Z, it can be said that a university radio model that broadcasts on the internet and uses multimedia can be more appealing. Within this perspective, this study seeks to create a university radio broadcast stream model and strategy that will increase the interest and participation of Generation Z as radio listeners.

Method

To increase the interest in listening to the radio among Generation Z university students who have turned away from traditional media, 2 main broadcasting strategies were put forward based on the total daily radio listening hours of students, their time to focus on a program, and their preferences for music-oriented program content in the proposal of a university radio model according to the findings obtained within the framework of social responsibility theory and in line with the results of TURF analysis: 1. Planning the broadcast stream based on music genre preference to optimize the less preferred broadcast segment; 2. Planning the broadcast stream based on the broadcast segment to optimize a less preferred music genre. Accordingly, a broadcast stream model has been developed based on the broadcast segment, taking into account the students' radio listening habits.

TURF (Total Unduplicated Reach and Frequency) analysis is a technique used in the world of marketing to optimize product lines. Specifically, it involves selecting the combination of product variants that will ensure that the overall product reaches its maximum penetration. Its applications are extensive, both in the world of mass commodities, and in durable goods and even in services (Conklin & Lipovetsky, 2000). Total Unduplicated Reach and Frequency (TURF) analysis to design a product line through a binary linear programming model. This improves the efficiency of the search for the solution to the problem compared to the algorithms that have been used to date. The results obtained through our exact algorithm are presented, and this method shows to be extremely efficient both in obtaining optimal solutions and in computing time for very large instances of the problem at hand. Furthermore, the proposed technique enables the model to be improved in order to overcome the main drawbacks presented by TURF analysis in practice (Serra, 2013, p.382). TURF analysis is considered important in the modeling of a university radio, which will be structured by considering its social function, in terms of giving the most preferred combinations.

Findings and Interpretation

Web-based questionnaire application was sent to the students of Eskisehir Technical University via institutional e-mail and delivered to all students for this study, which was carried out to determine and model a broadcasting stream strategy to be developed for an institutional university radio. As of 2023, the number of students studying at Eskişehir Technical University at associate, undergraduate and graduate level is 11,862. About 4% of the questionnaires sent in interactive digital format were responded to. The responses of 415 students were analyzed. The first data obtained about the students indicate that approximately 91% of the participants, i.e. 376 students, are between the ages of 18-25, mainly associate and undergraduate students representing Generation Z. The category between the ages of 26-40 includes approximately 9% of the students studying at postgraduate level.

Results on students' radio listening habits show that listening between 0-1 hour is the most preferred duration by Generation Z with a rate of 59%. This is followed by listening between 1-2 hours with 20%, listening for more than 2 hours with 10%, and 10.6% of the students stated that they never listen to the radio.

Table 1: Duration of Students' Radio Listening

			18-25	26-40	Total
How many minutes do you listen to a radio program on an average?	0 - 15 min.	Count	42	2	44
		% in age	11.2%	5.0%	10.6%
	15 - 30 min.	Count	229	17	246
		% in age	61.1%	42.5%	59.3%
	30 - 45 min.	Count	70	13	83
		% in age	18.7%	32.5%	20.0%
	45 - 60 min.	Count	23	6	29
		% in age	6.1%	15.0%	7.0%
	more than 1 hour	Count	11	2	13
		% in age	2.9%	5.0%	3.1%
Total		Count	375	40	415
		% in age	100.0%	100.0%	100.0%

Table 1 presents the data on the duration of students' radio listening. According to the data on the duration of listening to a radio program, it was concluded that while 26.7% of Generation Z students prefer to listen for 0-15 minutes, listening for 15-30 minutes is the most preferred duration with a rate of 34.8%. 7.4% listen to a radio program for more than 1 hour. Therefore, it can be claimed that the students pay attention to the radio program for a short period of time, between 15-30 minutes, and then 0-15 minutes. The gender distribution of the 415 students in the questionnaire study is almost equal (Table 2). Participants were 48.5% female and 51.5% male. In line with the gender variable, the Chi-square test of independence was used to see whether there was a correlation between the program listening durations of female and male students. There was no meaningful correlation between the duration of listening to a radio program and gender (x^2=6,100; df=4; p=0,192).

Table 2. Duration of Radio Listening by Gender

			Gender		Total
			Female	Male	
How many minutes do you listen to a radio program on an average?	0 - 15 min.	Count	28	16	44
		% in gender	13.9%	7.5%	10.6%
	15 - 30 min.	Count	118	128	246
		% in gender	58.7%	59.8%	59.3%
	30 - 45 min.	Count	34	49	83
		% in gender	16.9%	22.9%	20.0%
	45 - 60 min.	Count	15	14	29
		% in gender	7.5%	6.5%	7.0%
	more than 1 hour	Count	6	7	13
		% in gender	3.0%	3.3%	3.1%
Total		Count	201	201	415
		% in gender	100.0%	100.0%	100.0%

Based on these findings, the programs to be organized within the university radio must be designed not to exceed 30 minutes. The adaptation of university students representing Generation Z to mobile life is reflected by the devices they prefer in their radio listening activities. In terms of their preferences for listening to the radio, car radio ranked first with 41.4%, followed by mobile devices with 31.8%, computers with 17.5%, and fixed devices (such as digital TV, and radio players) with 9.4%.

The preference for car radios is believed to be related to the integration of the act of radio use during driving time. 56.8% of the students indicated that they listen to the radio while traveling. The rate of listening to the radio at school is 2.5%, while the rate of listening at home or in dormitories is 40.7%.

Table 3. Correlation between Radio Program and Listening Period Preference

06:01-09:00 09:01-12:00			Listening Period								Total
			12:01-14:00	14:01-17:00	17:01-19:00	19:01-24:00	24:01-03:00	03:01-06:00			
Program Type	News	Count	24	21	21	29	37	53	14	5	128
		% in listening period	51.1%	36.8%	40.4%	38.2%	37.0%	39.0%	21.9%	35.7%	
	Sports Programs	Count	5	14	16	16	14	30	12	2	74
		% in listening period	10.6%	24.6%	30.8%	21.1%	14.0%	22.1%	18.8%	14.3%	
	Cultural Programs	Count	24	23	22	35	44	71	31	7	157
		% in listening period	51.1%	40.4%	42.3%	46.1%	44.0%	52.2%	48.4%	50.0%	
	Educational Programs	Count	7	6	7	15	13	32	12	4	64
		% in listening period	14.9%	10.5%	13.5%	19.7%	13.0%	23.5%	18.8%	28.6%	
	Drama Programs	Count	2	3	1	1	4	9	10	3	22
		% in listening period	4.3%	5.3%	1.9%	1.3%	4.0%	6.6%	15.6%	21.4%	
	Music Programs	Count	39	51	43	69	92	113	55	12	296
		% in listening period	83.0%	89.5%	82.7%	90.8%	92.0%	83.1%	85.9%	85.7%	
	Entertainment Programs	Count	28	29	21	32	66	63	27	6	167
		% in listening period	59.6%	50.9%	40.4%	42.1%	66.0%	46.3%	42.2%	42.9%	
	Advertisements	Count	4	3	1	2	3	1	1	0	9
		% in listening period	8.5%	5.3%	1.9%	2.6%	3.0%	0.7%	1.6%	0.0%	
Total		Count	47	57	52	76	100	136	64	14	347

Since there are multiple answers, their sum exceeds 100%.

The cross-tabulation table between the type of programs that students prefer to listen to on the radio and the period they listen to them is given in Table 3. The chi-square test of independence was used to see whether there was a correlation between program type and listening period. Accordingly, there is a meaningful correlation between program type and listening period (x^2=118,064; df=64; p<0,05).

A TURF analysis was conducted for the combination of time slots and the optimization model that will reveal the students' tendencies as part of the planning for a radio broadcasting stream strategy that is envisaged to be developed by considering the variables and attitudes towards the radio listening habits of university students representing Generation Z. In TURF analysis, reach describes the percentage of recipients who like at least one item in the combination package, while frequency gives the total preference percentage of the combination package. Table 4 describes the time slot covered in the Slots combinations.

Table 4. Streaming Time Slots

06:01-09:00	Slot1
09:01-12:00	Slot2
12:01-14:00	Slot3
14:01-17:00	Slot4
17:01-19:00	Slot5
19:01-24:00	Slot6
24:01-03:00	Slot7
03:01-06:00	Slot8

Table 5. Maximum Group Size:1

Variables	Reach	Reach(%)	Frequency	Frequency(%)
Slot6	163	29.0	163	24.3
Slot5	122	21.7	122	18.2
Slot4	97	17.3	97	14.5
Slot7	78	13.9	78	11.6
Slot2	70	12.5	70	10.4
Slot3	64	11.4	64	9.6
Slot1	56	10.0	56	8.4
Slot8	20	3.6	20	3.0

Variables: Slot1, Slot2, Slot3, Slot4, Slot5, Slot6, Slot7, Slot8

Table 2 presents students' time slot preferences. University students were requested to rank their top 3 preferences in order of priority in the question regarding the preferred radio listening time period in the survey. Accordingly, table 2 shows the data on the number of students reached and the percentage of preferred students regarding students' time slot preferences without any combination. Table 2 shows that, 163 of the students who responded to the questionnaire chose the time period 19.01-24.00, which defines Slot 6. This is followed by slot 5 with 21.7%, slot 4 with 17.3%, slot 7 with 13.9%, slot 2 with 12.5%, slot 3 with 11.4%, and slot 1 with 10%. The least preferred time slot is slot8 with 3.6% defining the period between 03-01-06.00. When only one variable allowing the combination is included, the reach and frequency values are the same. In Table 2, the last column also includes the percentage of students who chose multiple time slots. The ranking does not change again in the non-combined findings of the preferences of students who make multiple choices in the time slot preference ranking. The highest share of all choices made is slot 6 with 24.3%. The smallest share is slot 8 with 3%.

The objective of radio broadcasts is to reach the largest audience at the right time. Therefore, it is important to determine the best time for the radio broadcasts in line with the preferences of the target audience and to shape the program broadcast streams accordingly. Thus, we analyzed the combinations of the most preferred slot 6 and the other time slots in which we can reach more audiences. The analysis results for the ideal combinations with the highest slot showed that 4 time slot slots gave the highest rate with 68.7% (Table3). For this reason, we analyzed combinations with the highest slot and 4 time slots. Table 4 presents the findings for time slot combinations.

Table 6. Maximum Group Size:4

Variables	Reach	Reach(%)	Frequency	Frequency(%)
Slot4, Slot5, Slot6, Slot7	350	62.3	460	68.7
Slot2, Slot4, Slot5, Slot6	338	60.1	452	67.5
Slot3, Slot4, Slot5, Slot6	333	59.3	446	66.6
Slot2, Slot5, Slot6, Slot7	332	59.1	433	64.6
Slot1, Slot4, Slot5, Slot6	328	58.4	438	65.4
Slot2, Slot4, Slot6, Slot7	326	58.0	408	60.9
Slot3, Slot5, Slot6, Slot7	324	57.7	427	63.7
Slot1, Slot4, Slot6, Slot7	323	57.5	394	58.8

Variables: Slot1, Slot2, Slot3, Slot4, Slot5, Slot6, Slot7, Slot8

Table 6 shows that 62.3% of the students prefer the slot 4, slot 5, slot 6, slot 7 combination. these time slots constitute 68.7% of all time slot combinations. Therefore, it can be considered the most preferred time slot combination. It seems important that slot 6, 19.01-24.00, should be designated as the prime slot for university radios. The best combination to develop is slot 4,5,7 next to slot 6 respectively. The other combinations in the top 3 following this combination, which includes slot 6, are slots 2,4,5, and slots 3,4,5, respectively.

The results of TURF analysis on the music preferences of the students for the music they like to listen to on the radio revealed the optimization of music genre and time slot preference. The optimum preference of the students in combinations of music genre and time slot came out in the combinations of 5. Time slot definitions in combinations do not imply a certain priority. Music genre variables within the scope of the research include: Jazz-Blues, Classical, Pop-Rock, World Music, Turkish Folk Music, Turkish Classical Music and Classical Turkish Music. The preference for jazz-blues combinations is given in Table 7.

Table 7. Time Slot Combination of Jazz and Blues

Variables	Group Size	Reach	Reach (%)	Frequency	Frequency(%)
JB6	1	112	19.2	112	20.5
JB2, JB6	2	163	28.0	184	33.6
JB5, JB2, JB6	3	204	35.1	261	47.7
JB3, JB2, JB5, JB6	4	241	41.4	327	59.8
JB1, JB2, JB3, JB5, JB6	5	270	46.4	384	70.2

Variables: JB1:Slot1, JB2:Slot2, JB3:Slot3, JB4:Slot4, JB5:Slot5, JB6:Slot6, JB7:Slot7, JB8:Slot8

Table 7 shows that the most effective combination in students' preference for Jazz Blues music genre is the slots corresponding to 1,2,3,5 and 6 time slots. Accordingly, reach can be increased by placing Jazz Blues music genres between 06.01-14.00/ 17.01-24.00. The most effective combination for students' classical music listening time preferences is given in Table 8.

Table 8. Time Slot Combination for Classical Music

Variables	Group Size	Reach	Reach (%)	Frequency	Frequency(%)
C6	1	79	13.6	79	17.6
C2, C6	2	142	24.4	157	35.0
C1, C2, C6	3	191	32.8	230	51.3
C7, C1, C2, C6	4	229	39.3	296	66.1
C3, C1, C2, C6, C7	5	251	43.1	340	75.9

Variables: C1:Slot1, C2.Slot2, C3:Slot3, C4:Slot4, C5:Slot5, C6:Slot6, C7:Slot7, C8:Slot8

The TURF analysis data presented in Table 8 reveals that the most effective time slots for classical music are 3,1,2,6,7. Accordingly, if classical music broadcasts take place between 06.01-14.00/ 19.01-03.00, this would provide optimum reach.

Table 9. Time Slot Combination for Pop Rock

Variables	Group Size	Reach	Reach (%)	Frequency	Frequency(%)
PR6	1	172	29.6	172	17.4
PR4, PR6	2	256	44.0	321	32.5
PR2, PR4, PR6	3	319	54.8	451	45.6
PR3, PR2, PR4, PR6	4	354	60.8	589	59.6
PR1, PR2, PR3, PR4, PR6	5	386	66.3	676	68.4

The combination of 5 for the Pop-Rock time slots resulted as 1,2,3,4,6. Table 9 presents that music broadcasts in the Pop Rock genre are preferred during the day. 06.01-17.00/ 19.01-24.00 time periods will ensure optimum reach for Pop-Rock music broadcasts. Table 10 presents the findings on the optimal participation combinations for World Music.

Table 10. Time Slot Combination for World Music

Variables	Group Size	Reach	Reach (%)	Frequency	Frequency(%)
W3	1	54	9.3	54	16.2
W5, W3	2	91	15.6	103	30.9
W4, W3, W5	3	121	20.8	156	46.8
W6, W3, W4, W5	4	146	25.1	199	59.8
W1, W3, W4, W5, W6	5	168	28.9	234	70.3

Table 10 shows that the highest reach happens in Slot 3, which is located between 12.01-14.00 hours in single slot. However, we can see in Table 10 that Slot 3 is not effective for optimum reach when combined with 1 or 2 other slots. Another finding related to world music is that the optimum level of reach happens in time slots 1,3,4,5,6 as a combination of 5. Accordingly, it is important to broadcast world music between 06.01-09.00/ 12.01-24.00.

Table 11. Time Slot Combination for Turkish Folk Music

Variables	Group Size	Reach	Reach (%)	Frequency	Frequency(%)
TF6	1	75	12.9	75	15.8
TF2, TF6	2	119	20.4	141	29.7
TF4, TF2, TF6	3	154	26.5	207	43.7
TF3, TF2, TF4, TF6	4	178	30.6	267	56.3
TF7, TF2, TF3, TF4, TF6	5	200	34.4	324	68.4

Table 11 shows the reach rate of the students regarding their preferences on when to listen to Turkish folk music. In the single time slot preference, it is observed that the optimum reach and frequency happen in the 19.01-24.00 time period. For the combination of 5, it can be said that time slots 2, 3, 4, 6, 7 have the optimum reach combination. Accordingly, it can be concluded that the optimum reach and frequency of Turkish folk music broadcasts happens at 09.01-17.00/ 19.01-03.00.

Table 11. Time Slot Combination for Turkish Classical Music

Variables	Group Size	Reach	Reach (%)	Frequency	Frequency(%)
TC1	1	35	6.0	35	19.2
TC4, TC1	2	66	11.3	67	36.8
TC3, TC1, TC4	3	95	16.3	97	53.3
TC2, TC1, TC3, TC4	4	122	21.0	125	68.7
TC5, TC1, TC2, TC3, TC4	5	148	25.4	153	84.1

Table 11 shows the reach rate of the students regarding their preferences on when to listen to Turkish Classical Music. In the single time slot preference, it is observed that the optimum reach and frequency happen in the 06.01-09.00 time period. For the combination of 5, it can be said that time slots 1, 2, 3, 4, 5 are the optimum reach combination. Accordingly, for optimum reach and frequency, Turkish Classical Music broadcasts should take priority in the 06.01-19.00 time slot.

Table 12. Time Slot Combination for Classical Turkish Music

Variables	Group Size	Reach	Reach (%)	Frequency	Frequency(%)
CT6	1	51	8.8	51	18.5
CT2, CT6	2	85	14.6	93	33.8
CT4, CT2, CT6	3	114	19.6	134	48.7
CT1, CT2, CT4, CT6	4	137	23.5	172	62.5
CT5, CT1, CT2, CT4, CT6	5	160	27.5	208	75.6

Accordingly, we can say that the highest reach happens in Slot 6, which is located between 19.01-24.00 hours in a single slot. Table 12 shows that the combination of 5 for optimum reach happens in 5, 2, 1, 4, 6 time slots. According to the findings, it is important to prefer classical Turkish music broadcasts between 06.01-12.00 and between 14.01-24.00.

University Radio Broadcast Stream Strategy and Model

Based on the findings of the TURF analysis regarding the multiple and single music genre variables within the broadcasting segment time slot for the optimum impact level, program genre variables for the relevant time slot, and time slot preference rankings, Table 13 presents the model developed in line with the radio listening tendencies of university students and the findings of the TURF analysis.

Table 13. University Radio Broadcast Stream Strategy and Model

Slot	Music Genre Optimum	Music Genre Monodic	Slot Preference	Program Type	Reverse Program	Reverse Music	University Radio Broadcasting Model Recommendation		
							Program Type	Slot	Music Genre
06:01-09:00	Jazz/ The Blues	Turkish Music	7	News	Music	Jazz/ The Blues	News	06.01-06.15	
	Classical						Music	06.15-06.45	Jazz- The Blues/ Classical Music/ PopRock/ Turkish Folk Music/ Turkish Music/ Classical Turkish Music/ Wolrdbeat
	Pop Rock			Culture		Worldbeat	Culture	06.45-07.15	Jazz- The Blues/ Worldbeat/ Turkish Music
	Turkish Music						Music	07.15-07.45	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Turkish Folk Music/ Turkish Music/ Classical Turkish Music/ Worldbeat
	Classical Turkish Music			Entertainment			Entertainment	07.45-08.15	Jazz- The Blues/ Worldbeat/ Turkish Music
	Worldbeat					Turkish Music	Music	08.15-08.45	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Turkish Folk Music/ Turkish Music/ Classical Turkish Music/ Worldbeat
							News	08.45-09.00	
09:01-12:00	Jazz/ The Blues		5	Sports	Dramturgic	Turkish Folk Music	Sports	09.00-09.15	
	Classical Music						Music	09.15-09.45	Classical Music/ Turkish Folk Music
	Pop Rock						Dramaturgic	09.45-10.15	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Turkish Folk Music/ Turkish Music/ Classical Turkish Music
	Turkish Folk Music			Music			Music	10.15-10.45	Classical Music/ Turkish Folk Music
	Turkish Music					Classical Music	Entertainment	10.45-11.15	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Turkish Folk Music/ Turkish Music/ Classical Turkish Music
	Classical Turkish Music			Entertainment			Music	11.15-11.45	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Turkish Folk Music/ Turkish Music/ Classical Turkish Music
							Dramaturgic	11.45-12.00	JazzBlues/ Klasik Müzik/ PopRock/ Türk Halk Müziği/ Türk Sanat Müziği/ Klasik Türk Müziği

12:01-14:00	Jazz/ The Blues	Worldbeat	6	News	Sports	Pop Rock	News	12.00-12.15	
	Classical Music					Worldbeat	Sports	12.15-12.30	
	Pop Rock				Education	Turkish Folk Music	Music	12.30-13.00	Worldbeat/ Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Turkish Music
	Worldbeat			Sports		Turkish Music	Education	13.00-13.30	Wolrdbeat/ Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Turkish Music
	Turkish Music				Music	Classical Turkish Mus	ic Music	13.30-14.00	Wolrdbeat/ Jazz- The Blues/ Klasik Müzik/ Pop Rock/ Turkish Music
14:01-17:00	Pop Rock	Music	3	Sports	News	Jazz/ The Blues	News	14.00-14.15	
							Sports	14.15-14.30	
							Music	14.30-15.00	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Wolrdbeat/ Turkish Folk Music
	Worldbeat			Education		Classical Music	Education	15.00-15.30	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Worldbeat/ Turkish Folk Music
					Sports	Pop Rock	Music	15.30-16.00	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Wolrdbeat/ Turkish Folk Music
	Turkish Music			Music		Wolrdbeat	Education	16.00-16.30	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Worldbeat/ Turkish Folk Music
	Classical Turkish M					Turkish Folk Music	Music	16.30-17.00	Jazz- The Blues/ Classical Music/ P op Rock/ Worldbeat/ Turkish Folk Music
17:01-19:00	Jazz/ The Blues		2	Music	News	Turkish Music	News	17.00-17.15	
	Wolrdbeat						Music	17.15-17.45	Turkish Music
					Culture		Culture	17.45-18.15	Wolrdbeat/ Jazz- The Blues/ Turkish Music
	Turkish Music						Music	18.15-18.45	Turkish Music
					Entertainment		Entertainment	18.45-19.00	Worldbeat/ Jazz- The Blues/ Turkish Music

19:01-24:00	Jazz/ The Blues	Jazz/ The Blues	1	Culture	Dramaturgic		News	19.00-19.15	
							Music	19.15-19.45	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Turkish Folk Music/ Turkish Folk Music/ Classical Turkish Music
	Classical Music	Classical Music		Education			Education	19.45-20.15	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Worldbeat/ Classical Turkish Music
							Music	20.15-20.45	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Turkish Folk Music
	Pop Rock	Pop Rock		Entertainment	Education		Dramaturgic	20.45-21.15	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Turkish Folk Music/ Worldbeat/ Classical Turkish Music
							Music	21.15-21.45	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Turkish Folk Music
	Wolrdbeat						Culture	21.45-22.15	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Worldbeat/ Classical Turkish Music
							Music	22.15-22.45	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Turkish Folk Music
				News	Culture		Entertainment	22.45-23.15	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Worldbeat/ Classical Turkish Music/ Turkish Folk Music
	Classical Turkish Mu	Turkish Folk Music sic					Music	23.15-23.45	JazzBlues/ Klasik Müzik/ PopRock/ Türk Halk Müziği
							News	23.45-24.00	
24:01-03:00	Turkish Folk Music		4	Dramaturgic	Sports	Jazz/ The Blues	Sports	24.00-24.30	
						Classical Music	Music	24.30-01.00	Classical Music/ Turkish Folk Music
					Music	Pop Rock	Dramaturgic	01.00-01.30	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Turkish Music/ Classical Turkish Music/ Turkish Folk Music
						Turkish Folk Music	Music	01.30-02.00	Classical Music/ Turkish Folk Music
	Classical Music				Entertainment C	Turkish Music	Entertainment	02.00-02.30	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Turkish Music/ Classical Turkish Music/ Turkish Folk Music
						lassical Turkish Musi	c Music	02.30-03.00	Classical Music/ Turkish Folk Music

03:01-06:00			8	Dramaturgic	Culture	Jazz/ The Blues	News	03.00-03.15	
						Classical Music	Music	03.15-03.45	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Worldbeat/ Classical Turkish Music/ Turkish Folk Music
				Education	Education	Pop Rock	Culture	03.45-04.15	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Worldbeat/ Classical Turkish JMazuzs-ICT/ hTeurBkliusehsF/ ColakMsicuasliMusic/ Pop
						Wolrdbeat	Entertainment	04.15-04.45	Rock/ Worldbeat/ Classical Turkish Music/ Turkish Folk Music
					Entertainment	Turkish Folk Music	Education	04.45-05.15	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Worldbeat/ Classical Turkish Music/ Turkish Folk Music
				Culture		lassical Turkish Musi	Dramaturgic	05.15-05.45	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Worldbeat/ Classical Turkish Music/ Turkish Folk Music
					C News		c Music	05.45-06.00	Jazz- The Blues/ Classical Music/ Pop Rock/ Wolrdbet/ Classical Turkish Music/ Turkish Folk Music

red and underline:	in both the optimal choice and reverse preference categories.
black underline:	The single optimum choice and can also be included in other categories
blue text:	without any preference category
gray fill:	There is no value/data in the preference category
bold texts:	ranked in the top 4
green fill:	broadcast zone change

In the slot ranking strategy for the developed strategy, the time slot rankings were designed with the reverse strategy in the time slot ranking strategy within the developed strategy, and the time slot rankings were designed with the opposite directional ranking. Table 14 presents the reverse slot strategy ranking.

Table 14. Ranking of the reverse slot strategy

Slot Preference	1	2	3	4	5	6	7	8
Reverse Slot	8	7	6	5	4	3	2	1

The optimum 5-song and single music genre preferences among the time slots are placed in the table, and the program types preferred in the same time slot are also identified. The music genres and program types identified accordingly and included in the reverse slot ranking were also placed in the table, providing variable visibility for the model to be developed in line with the strategy. Accordingly, the optimum preference for music genre was included in the least preferred program type in the relevant time slot. Thus, it is envisaged to increase the listenability of the least preferred program type in the relevant slot with the effect of music genre appreciation. With reverse preference, in line with the same strategy, it was envisaged to increase the music genre within the specified time slot by reverse matching the program type preference with the non-preferred music genre in the relevant slot.

The programs included in the broadcast stream strategy developed based on the specified reverse matching strategy were planned as 30 minutes following the findings on listening duration in radio listening preferences, while the time allocated to bulletin content was planned as 15 minutes. This not only meets the listener's expectation regarding the duration of radio content but will also prevent the loss of audience by protecting them from long-term exposure to a program/music genre they do not like in the context of the reverse strategy. In the strategy developed in line with the horizontal variables, vertical streaming[2] alignment was also taken into account through the findings on the relevant variables.

In the model developed for the vertical stream strategy, 15-minute news/sports bulletins were included between slots. For each 30-minute program placement, the preferred/non-preferred ranking is also done vertically. After the most preferred music genre was matched with the non-preferred program type in the relevant slot, the non-preferred music genre was included in the most preferred program type in the next stream order. The music programs are certainly placed between both types of programs in order to ensure the listeners' engagement with the radio channel.

Conclusion

This study aims to define a model broadcast stream according to the variables related to the radio listening habits of Generation Z university students. First of all, an optimization model to identify trends among students with a combination of time slots has been presented using TURF (Total Unduplicated Reach and Frequency) Analysis and intended to propose a model to increase efficiency unlike the algorithms used so far.

The model of the university radio broadcasting stream strategy developed by focusing on the variables on the horizontal and vertical axis is intended to achieve optimum listening through radio listening behaviors by taking into account the expectations and wishes of the audience of the university radio. The strategy aims to increase the audience of certain types of programs among university students and to increase the limited listening of radio programs. Time slot rankings in the broadcast stream which is created within this framework are modeled with an opposite directional order. The designed model radio broadcast stream was developed based on the broadcast segment and radio listening habits of Generation Z university students. Through reverse preference, the aim was to increase the listenability of the program type with the popularity effect of the music genre,

[2]Determining a radio broadcast strategy is not just determining the slot of a program. It is important what will be presented to which audience on which day and at what time. For this reason, along with fixed programs, referred to as horizontal programming, vertical broadcast flow planning, which means planned broadcasting with a systematic relationship between genres, has also been taken into consideration.

and again, through the same strategy, it was aimed to increase the popularity of the music genre within the specified period by placing the program type and non-referred music genre in the relevant slot with reverse matching. In this context, the categorical classification of the variables that are the basis of modeling according to the research findings is given below:

Correlation between program type and listening period

The study, structured in this framework, according to the data on the duration of listening to a radio program, it was concluded that while 26.7% of Generation Z students prefer to listen for 0-15 minutes, listening for 15-30 minutes is the most preferred duration with a rate of 34.8%. 7.4% listen to a radio program for more than 1 hour. In this respect, it can be said that the focus on the radio program is short-lived and takes place between 15 and 30 minutes. It's followed by 0-15 minutes. From here, it is important that the programmes to be structured within the university radio are prepared in such a way that they do not exceed 30 minutes. The chi-square test of independence was used to see whether there was a correlation between program type and listening period. Accordingly, there is a meaningful correlation between program type and listening period (x^2=118,064; df=64; p<0,05).

Strategies according to the correlation between program type and music type

In the survey, university students were requested to rank their top 3 preferences in order of priority in the question regarding the preferred radio listening time period in the survey.In this regard, without any combination, findings regarding the number of students reached and the percentage of students who preferred, show that students chose the 19.01-24.00 time range that defines Slot 6. The least preferred time slot is slot 8 defining between 03-01-06.00. In radio broadcasting, the goal is to reach the widest audience at the right time. In this regard, it is important to determine the maximum usage time in the time frames specified for radio broadcasts in accordance with the target audience preferences and to configure the program broadcasting streams in this regard. Thus, we analyzed the combinations of the most preferred slot 6 and the other time slots in which we can reach more audiences. The analysis results for the ideal combinations with the highest slot showed that 4 time slot slots gave the highest rate with 68.7%. For this reason, analyzed combinations with the highest slot and 4 time slots. Thus, it is envisaged to increase the listenability of the least preferred program type in the relevant slot with the effect of music genre appreciation. With reverse preference, in line with the same strategy, it was envisaged to increase the music genre within the specified time slot by reverse matching the program type preference with the non-preferred music genre in the relevant slot. In summary, two approaches were used in creating the model radio broadcasting strategy. These approaches; It is the combination of optimum preferences and the optimum-minimum preference combination.

A university radio broadcast stream was modeled within the framework of social responsibility with the broadcast stream planning process identified through TURF analysis, taking into account the total daily radio listening hours of Generation Z university students, their time to focus on a program, and their preference for music-oriented program content; it offers a broadcasting approach that includes content that informs, teaches and develops, and does not focus only on entertainment. With the model broadcast stream developed, genre diversity was also ensured, preventing the options from losing their authenticity and thus ensuring that the listener retains the chance to choose. Therefore, the criticisms that Generation Z brings to radio listening practices, such as lack of diversity, being unoriginal, prioritizing popular culture, and not being free, were also tried to be eliminated.

References

AJAEGBU, O. O., AKINTAYO, B. J. & AKINJIYAN, M. M. (2015). Radio listening habits among university students and their attitude towards programmes (a study of redeemers university students). *Research On Humanities And Social Sciences*, Vol.5, No.12, 2015. https://www.iiste.org/Journals/index.php/RHSS/article/view/23453/24168

AK, S., YALIN, B. & KAYA, S. (2018). Üniversite gençliğinin radyo dinleme eğilimleri: karadeniz teknik üniversitesi öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(1), 740 - 758.

BULUNMAZ, B. (2015). Yeni iletişim teknolojileriyle değişen medya yayıncılığı: yeni medyada içerik üretimi ve sunumu.

http://earsiv.uskudar.edu.tr/bitstream/handle/20.500.12526/588/8.pdf?sequence=1&isAllowed=y

CONKLIN, M., LIPOVETSKY S. (2000). A winning tool for CPG. *Marketing Research: A Magazine of Management and Applications, 2000; 11:23-27.*

EKEN, İ. & GEZMEN, B. (2020). Radyo dinleme alışkanlıkları üzerine üniversite öğrencileri özelinde bir araştırma, TRT Akademi, 5(9); 110 - 130.

GÜNEY, S. (2009). Tüm yönleriyle topluluk radyoları. İstanbul: Punto Yayınları.

KALAMAN, S. (2017). Alternatif bir katılım örneği olarak radyo yayıncılığının önemi: bozok üniversitesi radyo yayıncılığı modeli/önerisi. (Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi), The Journal Of International Social Research, 10(51), Ağustos 2017. Retrived from. https://www.researchgate.net/publication/319368025_ALTERNATIF_BIR_KATILIM_ORNEGI_OLARAK_RADYO_YAYINCILIGININ_ONEMI_BOZOK_UNIVERSITESI_RADYO_YAYINCILIGI_MODELIONERISI. 10.17719/jisr.2017.1835

KUYUCU, M. (2019). Üniversite öğrencilerinin dinlediği radyo formatları üzerine bir araştırma. *Balkan 1. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, UBAK Uluslararası Bilimler Akademisi. Retrieved from.*

https://www.researchgate.net/publication/348135592_Universite_Ogrencilerinin_Dinledigi_Radyo_Formatlari_Uzerine_Bir_Arastirma

KUYUCU, M. (2020). Bir müzik mecrası olarak radyonun üniversite öğrencilerinin müzik tüketim alışkanlıklarına olan etkisi. Kesit Akademi Dergisi, (22), 9-29. DOI: 10.29228/kesit.41970.

MARTINEZ, A. C., YÉPEZ, C. C. & RUIZ, S. A. (2020). Las radıos unıversıtarıas en latinoamerica caso ecuador. Retrieved from.

https://www.researchgate.net/publication/343635930_LAS_RADIOS_UNIVERSITARIAS_EN_LATINOAMERICA_CASO_ECUADOR. http://dx.doi.org/10.37135/chakinan.v0i0.348

ONARIR, B. (2015). Bir kamusal yayıncılık seçeneği olarak Türkiye'deki üniversite radyoları. (Unpublished Master's Thesis). Yaşar University Institute of Social Sciences, İzmir.

ÖZEL, S. (2015). Çok çeşitli medya ortamlarında gençlerin geleneksel radyo dinleme eğilimleri üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim, 8 (4), 281-320.*

Retrieved from. https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19030/201116.

PLUSKOTA, J. P. (2015). The perfect technology: radio and mobility. Journal of Radio & Audio Media, (22)2, 325-336. DOI: 10.1080/19376529.2015.1083378

SABRAN, R., KARIM, N. K. A. (2018). Sustainability of campus radio in Malaysian and Indonesian universities: challenges and way forward. Retrieved from. https://www.researchgate.net/publication/328413427_Sustainability_of_Campus_Radio_in_Malaysian_and_Indonesian_Universities_Challenges_and_Way_Forward

SAULS, S. J. (2000). The culture of American college radio. Iowa: Iowa State University Press.

SERRA, D. (2013). Implementing turf analysis through binary linear programming. *Food Quality and Preference, Volume 28, Issue 1, April 2013, Pages 382-388. Retrieved from. https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2012.10.001*

TUFAN, F. (2020). Tüm yönleriyle türkiye'de üniversite radyo yayıncılığı: olanaklar ve sorunlar üzerine durum analizi. TÜBİTAK SOBAG Project No: 119k088. Retrieved from. https://search.trdizin.gov.tr/tr/yayin/detay/621556/.

YUNIATI, U. Diğerleri (2019). "Motıf pendengar radıo dı era perkembangan teknologı ınformasi (studı kepuasan penggunaan medıa pada generasi z dı bandung. Jurnalllmu Komunikasi (JIKA), (6)2, September 2019.Retrieved from.

https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jika/article/view/6504/pdf

Özet

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı değişim radyo yayıncılığının yapısında köklü değişimlere neden olurken, bu değişimin Z kuşağı ile hızlandığı görülmektedir. Radyoların bu dönüşüm sürecinde, özellikle toplumsal sorumluluk kuramı çerçevesinde yapılanan üniversite radyolarının, Z kuşağı dinleyicilerinin radyo dinleme eğilimlerini belirleyerek yeni bir model ile yayıncılık anlayışını ve yayın akışını tanımlaması önemli görülmektedir. Bu makalede medyanın monopolistik yapısına karşın toplumsal sorumluluk kuramı çerçevesinde yapılanan bir üniversite radyosu için model bir yayın akışı sunulmaktadır. Model yayın akışının belirlenmesinde bir optimizasyon modeli olarak tanımlanan TURF Analizi kullanılmıştır. Araştırma kapsamında geleneksel medyaları terk eden Z kuşağı üniversite öğrencilerinin radyo dinlemeye ilgisini artırmak ve toplumsal sorumluluk kuramı çerçevesinde elde edilen bulgulara göre bir üniversite radyosu model önerisi sunmak için öğrencilerin günlük toplam radyo dinleme saatleri, bir programa odaklanma süreleri, müzik ağırlıklı program içerik tercihleri dikkate alınmıştır. TURF analizi sonuçları doğrultusunda bu tercihlerde 2 temel yayın strateji ortaya konulmuştur: 1. Az tercih edilen yayın kuşağını dinlenir hale getirmek için müzik türü tercihini baz alarak yayın akışı planlama; 2. Az tercih edilen müzik türünü tercih edilir hale getirmek için yayın kuşağını baz alarak yayın akışını planlamadır. Bu doğrultuda öğrencilerin radyo dinleme alışkanlıkları da dikkate alınarak yayın kuşağı baz alınarak yayın akışı modeli geliştirilmiştir.

Kurumsal nitelikte bir üniversite radyosuna yönelik olarak geliştirilecek bir yayın akış stratejisi belirleme ve modelleme amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada Eskişehir Teknik Üniversitesi öğrencilerine web tabanlı anket uygulaması kurumsal e-posta ile gönderilerek tüm öğrencilere ulaştırılmıştır. 2023 yılı itibariyle Eskişehir Teknik Üniversitesinde ön lisans, lisans ve lisans üstü düzeyde öğrenim gören öğrenci sayısı 11.862'dir. Etkileşimli olarak dijital formatta gönderilen anketlere yaklaşık %4 oranında geri dönüş olmuştur. 415 öğrencinin yanıtları analiz edilmiştir. Öğrencilere ilişkin elde edilen ilk bulgular katılımcıların yaklaşık %91'inin yani 376 öğrencinin 18-25 yaş arasında ağırlıklı olarak ön lisans ve lisans düzeyinde öğrenim gören Z kuşağını temsil eden öğrencilerden oluştuğunu ortaya koymaktadır.

Z kuşağı üniversite öğrencilerinin radyo dinleme alışkanlıklarına yönelik değişkenlerin dikkate alınarak model bir yayın akışının belirlenmesini amaçlayan çalışmada, öncelikle zaman dilimlerine yönelik kombinasyon ile öğrencilerin eğilimleri optimizasyon modeli TURF(Total Unduplicated Reach and Frequency)Analizi kullanılarak ortaya konulmuş ve bugüne kadar kullanılan algoritmalardan farklı olarak verimliliği artırmak için bir model önerisi sunulmuştur.

Yatay ve dikey eksendeki değişkenler dikkate alınarak geliştirilen üniversite radyosu yayın akış stratejisine ilişkin model üniversite radyosunun dinleyici beklenti ve istekleri gözetilerek radyo dinleme davranışları doğrultusunda optimum dinleme eyleminin gerçekleşmesi amaçlanmıştır. Geliştirilen strateji ile belli program türlerinin üniversite öğrencileri tarafından daha fazla tüketilmesini sağlamak, radyo dinlemeye ilişkin sınırlı tüketimi artırmayı hedeflemektedir. Bu çerçevede ortaya konulan yayın akışında, zaman dilimi sıralamaları zıt yönlü sıralama ile desenlenmiştir. Tasarlanan model radyo yayın akışı, Z kuşağı üniversite öğrencilerinin radyo dinleme alışkanlıkları da dikkate alınarak, yayın kuşağı baz alınarak yayın akışı modeline göre geliştirilmiştir. Program türünün müzik türü beğenisi etkisi ile dinlenirliğinin artırılmasının amaçlandığı yapıda, tersine tercih ile yine aynı strateji doğrultusunda program türü beğenisi tercih edilmeyen müzik türü ile ilgili slotta tersine eşleştirme ile yerleştirilerek müzik türünün belirlenen zaman dilimi içerisinde artırılması hedeflenmiştir. Zaman dilimi slotları içerisinde yer alan optimum 5'li ve tekli müzik türü tercihleri yayın akışı içerisine yerleştirilerek aynı zaman dilimi slotunda tercih edilen program türleri de tanımlanmıştır. Bu doğrultuda belirlenen tersine slot sıralaması içerisinde yer alan müzik türü ve program türleri de yayın akışına yerleştirilerek bulguların strateji doğrultusunda geliştirilecek model için değişken görünürlüğü sağlanmıştır. Bu doğrultuda optimum düzeyde müzik türü tercihinin ilgili zaman dilimi slotunda en az tercih edilen program türü içerisinde yer verilmiştir. Böylelikle ilgili slotta tercih edilmeyen program türünün müzik türü beğenisi etkisi ile dinlenirliğinin artırılması öngörülmüştür. Tersine tercih ile yine aynı strateji doğrultusunda program türü beğenisi tercih edilmeyen müzik türü ile ilgili slotta tersine eşleştirme ile yerleştirilerek müzik türünün belirlenen zaman dilimi içerisinde artırılması öngörülmüştür.

Belirtilen tersine eşleştirme stratejisi doğrultusunda geliştirilen yayın akış stratejisinde yer verilen programlar radyo dinleme tercihlerinde dinleme süresine ilişkin bulgular doğrultusunda 30

dakika olarak, bülten niteliğindeki içeriklere ayrılan süre ise 15 dakika olarak planlanmıştır. Bu hem dinleyicinin radyo içeriğini tüketme süresine ilişkin beklentisini karşılamaktadır hem de tersine strateji kapsamında dinleyicinin beğenmediği bir program/müzik türüne uzun süreli maruz kalmasını da engelleyerek dinleyici kaybının önüne geçecektir. Yatay değişkenler doğrultusunda geliştirilen strateji de aynı zamanda dikey akış uyumu da ilgili değişkenlere yönelik bulgular doğrultusunda dikkate alınmıştır. Dikey yayın akış stratejisine yönelik geliştirilen modelde slotlar arası geçiş 15 dakikalık haber/spor bültenleri ile sağlanmıştır. 30 dakikadan oluşan her program konumlandırmasında tercih edilen/edilmeyen sıralaması dikeyde de yapılmıştır. İlgili slota en çok tercih edilen müzik türü tercih edilmeyen program türü ile eşleştirildikten sonra, bir sonraki akış sıralamasında en çok tercih edilen program türü içerisinde tercih edilmeyen müzik türüne yer verilmiştir. Her iki program türü arasına mutlaka müzik programları yerleştirilerek dinleyicinin radyo kanalına bağlılığı sağlanmaya çalışılmıştır.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);152-169
DOI: 10.17336/igusbd.1359663

ORIGINAL ARTICLE / ÖZGÜN ARAŞTIRMA

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Ücret Yönetiminde İş Değerlemenin Yeri: Isparta İl Merkezinde Bir Alışveriş Merkezi Uygulaması*

The Place of Job Evaluation in Wage Management: A Shopping Mall Application in Isparta City Center

[1]Osman Kürşat ACAR
[2]Merve ERTÜRK

Öz

Amaç: Bu çalışmada, Isparta ilinde faaliyet gösteren bir alışveriş merkezinde yapılan işlerin analiz edilmesi, belli faktörlere göre karşılaştırılması, işletme için önem sıralarının ortaya çıkartılması ve göreceli değerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Yöntem: Bu amaçla alışveriş merkezi yönetim kadrosunda ve alışveriş merkezi market kadrosunda yer alan işler için iş değerleme uygulaması gerçekleştirilmiştir. İşlerin yapısına ve sayısına göre farklı iş değerleme yöntemleri bulunmaktadır ve çalışmada sayısal iş değerleme yöntemlerinden puan yöntemi kullanılmıştır.

Bulgular: Analiz sonucunda işler göreceli karşılaştırma puanlarına göre sıralanmış ve beyaz yaka işler için mağazalar genel müdürlüğü pozisyonu en yüksek puanı alırken, sekreter pozisyonu en düşük puanı almıştır. Mavi yaka işler için ise teknik birim sorumlusu pozisyonu en yüksek puanı alırken, içecek servis personelliği pozisyonu en düşük puanı almıştır.

Sonuç: Analiz sonucunda işler arasındaki göreceli karşılaştırmaya göre bazı işlerin gerektiğinden yüksek ücretlendirildiği, bazı işlerin ise gerektiğinden düşük ücretlendirildiği görülmüştür. İşlere yönelik piyasa ücret araştırmasına çıkılmış ve ücretlendirme politikası için öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler

İş Değerleme, İş Analizi, Ücret, Ücret Yönetimi, Puan Yöntemi

*Bu çalışma 5-7 Mayıs 2023 tarihleri arasında Türkiye'nin Aksaray ilinde Aksaray Üniversitesi tarafından düzenlenen 8th International Asian Congress on Contemporary Sciences'de "Ücret Yönetiminde İş Değerlemenin Yeri: Bir Alışveriş Merkezi Uygulaması" başlıklı sözlü olarak sunulmuş ve bildiri özet kitapçığında özet olarak yer almış bildirinin genişletilmiş halidir.

[1]Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İnsan Kaynakları Yönetimi Bölümü, Isparta, Türkiye.
✉ osmanacar@sdu.edu.tr

[2]YÖK 100/2000 Doktora Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Isparta, Türkiye.
✉ d2040225029@ogr.sdu.edu.tr

Geliş/Received: 13.09.2023
Kabul/Accepted: 11.09.2024

Osman Kürşat Acar, Merve Ertürk, "The Place of Job Evaluation in Wage Management: A Shopping Mall Application in Isparta City Center", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 152-169.

Abstract

Aim: In this study, it was aimed to analyze the works performed in a shopping mall operating in the province of Isparta, compare them according to certain factors, reveal the order of importance for the enterprise and determine their relative value.

Method: For this purpose, a job valuation application was carried out for the jobs in the shopping center management staff and the shopping center grocery store staff. There are different job valuation methods according to the structure and number of jobs, and the score method, one of the numerical job valuation methods, was used in the study.

Results: As a result of the analysis, the jobs were sorted according to relative comparison scores, and for white collar jobs, the general manager of stores position received the highest score, while the secretary position received the lowest score. For blue collar jobs, the technical unit supervisor position received the highest score, while the beverage service personnel position received the lowest score.

Conclusion: As a result of the analysis, according to the relative comparison between jobs, it was found that some jobs are paid higher than necessary, while some jobs are Decently paid lower than necessary. A market wage research for jobs has been conducted and recommendations for the remuneration policy have been presented.

Anahtar Kelimeler

Job Evaluation, Job Analysis, Wage, Wage Management, Point Method

Giriş

İşlerin analiz edilmesi ve değerlemeye tabi tutulması örgütlerdeki ücret yapısının oluşturulmasında, yeni personel işe alımlarında, performansların değerlendirilmesinde, gerekli eğitimlerin verilmesinde ve daha pek çok alanda yarar sağlamaktadır. İş değerleme analizleri sayesinde bir örgütte çalışanlara yaptıkları işin karşılığı olan ücretin verilmesiyle birlikte, adaletin sağlanması ve görece önemli işlerin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Türkiye'de ise iş değerlemesi uygulamasının etkinliğine bakıldığında örgütler tarafından etkin bir şekilde kullanılmadığı söylenebilmektedir. Örgütlerin ücret politikaları genel olarak şirket içerisinde belirlenmekte ve iş değerlemesi gibi objektif yöntemler göz ardı edilmektedir. Adaletli bir ücretleme içinse iş değerlemesinin önemli bir araç olduğu ifade edilmektedir.

İş değerleme en kısa tanımla, işlerin göreceli değerini ortaya çıkartabilmek adına analiz edilmesidir. İş değerleme yolunda unutulmaması gereken en önemli nokta ise işi yapan kişinin değil yapılan işlerin değerlemeye tabi tutulmasıdır. Bir örgüt için iş değerleme uygulamasının birçok ilkesi ve yararı bulunmaktadır. En büyük yararı da ücretlemedeki dengesizlik ve adaletsizliklerin giderilebilmesidir. Bu yararlardan faydalanabilmek için uygulanacak birçok iş değerleme yöntemi bulunmaktadır. Belli kriterlere göre söz konusu yöntemlerden birisi seçilerek değerleme yapılabilmektedir. Bu çalışmanın amacı ise, iş değerleme kavramını açıklamak, iş değerleme uygulaması ile ilgili bilgiler vermek ve örnek bir iş değerleme uygulaması yapmaktır. Bu doğrultuda, çalışmada ilk olarak konuyla ilgili bir kavramsal çerçeveyi sunabilmek adına iş değerleme konusu ele alınmaktadır. İş değerleme kavramı açıklanmakta, iş değerleme sürecine ve iş değerleme yöntemlerine değinilmekte ve iş değerlemesinin yararları ele alınmaktadır. Daha sonra ise bir alışveriş merkezinin yönetim kadrosunda ve alışveriş merkezi marketinde yer alan pozisyonlar üzerinden iş değerleme uygulaması gerçekleştirilmektedir. Yapılan değerleme sonuçlarına göre işler için verilmesi uygun olan ücretler için öneriler oluşturulmaktadır. Sonuç olarak, iş değerleme uygulamasının işlerin göreceli önemlerini ve değer farklılıklarını ortaya çıkartmada faydalı olduğu ve ücret yönetiminde son derece etkili bir araç olduğu vurgulanmaktadır.

İş Değerleme Kavramı

İşlerin bilimsel bir şekilde ele alınması 1900'lü yılların başlarına dayanmaktadır. Sanayileşme sürecinde Taylor, işletmelerde verimliliği arttırabilmek adına Bilimsel Yönetim anlayışının temel ilkeleri doğrultusunda iş ve yöntem araştırmalarını baz alarak ücret sistemleri, seçme ve yerleştirme teknikleri

ve iş değerleme gibi birçok konuyu bilimsel olarak ele almıştır. İş ile işi yapan arasında bulunan bağ araştırılmış, işin ne olduğunu sorusundan iş ve zaman etütlerine kadar uzanan tartışmalar ve arayışlar sonucunda iş değerleme yöntemleri geliştirilmiştir (Yıldız & Balaban, 2006, s. 3-53). Taylorizm etkisi ile iş değerleme kavramının ilk çıktığı yer Amerika Birleşik Devletleri olmuştur. Sistem, kullanımın yaygınlaşması ile birlikte Avrupa ülkelerine geçmiştir ve 1950'li yıllarda da Türkiye'de uygulanmaya başlamıştır (Değirmenci, 1993, s. 3).

İş değerleme, bir örgütte yapılan tüm işleri objektif kriterlere göre değerlemeyi amaçlamasıyla birlikte her işin bir diğer işe göre göreceli değerinin belirlenmesidir (Yalçın, 1988, s. 112). Diğer bir ifadeyle iş değerleme, birbirinden farklı işlerin özelliklerini formal olarak karşılaştıran ve ücretlerin belirlenmesinde bu özelliklerle bağlantı kurmayı sağlayan bir sistemdir (McNabb & Whitfield, 2001, s. 295). Basit bir şekilde iş değerleme, işlerle ilgili bilgilerin toplanması, karşılaştırılması ve kullanıma uygun olarak sıralanmasıdır. Bu sıralama ile işletmelerde faklı pozisyonların ücretlendirme politikaları da oluşturulabilmektedir (Kurgun & Yemişçi, 2007, s. 4).

İş değerleme, bir işletmede işi yapan kişiyi değil işletmede yer alan işleri incelemektedir. İşlerin diğer işlere göre önemini ve değerini sistematik bir şekilde analiz ederek bir iş hiyerarşisinin temelini atmaktadır (Carrell & Kuzmits, 1982). Bir işletmede yer alan işlerin her biri kendine has sorumluluk, beceri veya çaba gerektirmektedir (Top, 1996, s. 48). Bazı işler daha fazla sorumluluğa gerek duyarken, bazı işler daha fazla ya da daha az çabaya gerek duymaktadır. Bu nedenle işlerin gerçek değerlerinin belirlenebilmesi için iş değerlemesi yapılmaktadır (Van Sliedregt vd., 2001, s. 1313). Buradaki temel amaç ise, eşit işe eşit ücret verilmesidir. Aynı değere sahip işlerin aynı ücreti, farklı değerdeki işlerin de farklı ücreti almalarının sağlanmasıdır (Benligiray, 2003, s. 100). Ücret yönetimi konusunda ve adil bir ücret sisteminin temelinin kurulmasında faydalı bir yöntemdir. İşgücünün maliyetine göre ücret giderlerinin denetimi yapılabilmektedir. Ücret politikası yapılabilmesi için bilimsel ve gerçekçi temel ilkelerin ortaya konulmasını sağlamaktadır. (Özgen, Öztürk & Yalçın, 2005).

İş değerleme ile ilgili literatür incelendiğinde farklı sektörler için farklı yöntemler kullanılarak değerlemeler gerçekleştirilmiştir. Fraser vd. (1984) enerji kaynağı şirketi, Akdağ (2007) taşımacılık sektörü, Kahya (2007) soba üreten bir işletme, Kurgun & Yemişçi (2007) bir otel, İskefiyeli (2008) metal sanayi sektöründe yer alan bir işletme, İpçioğlu vd. (2009) bir gıda işletmesi, Akıncı vd., (2015) bir konaklama işletmesi, Bağdaş (2017) dericilik işletmesi, Bayar & Acar (2017) özel bir hastane, Söğüt (2019) büyük ölçekli bir gıda işletmesi üzerinde iş değerleme uygulamaları gerçekleştirmiştir. Marmara (2019) iş değerlemesinin ücret hakkaniyeti üzerindeki etkisine yönelik çalışan algısı incelenmiş, Pelit & Gökçe (2019) turizm sektöründe iş değerleme süreci ile ilgili karşılaşılan sorunları ortaya koymaya çalışmış, Efe (2020) tekstil sektöründe faaliyet gösteren bir işletmede iş değerleme uygulamasının nasıl yapıldığını ele almış, Yazar (2021) uluslararası işletmelerde iş değerleme uygulamalarına değinmiş ve Darmavika & Ridwan (2023) iş değerlemesinin çalışan performansı üzerinde kısmen ve anlamlı bir etkisi olduğunu tespit etmiştir.

İş Değerleme Süreci

İş değerleme süreci çeşitli aşamalardan meydana gelmektedir. Ön çalışmalar, işlerin incelenmesi, işlerin değerlemesinin yapılması ve değerleme sonuçlarının düzenlenmesi iş değerleme sürecinin aşamalarını oluşturmaktadır.

İş Değerlemeye Hazırlık Aşaması: İş değerleme uygulamasından önce değerleme için bir ön hazırlık yapılması gerekmektedir. Değerleme amacının, değerleme çalışmalarında yer alacak elamanların, değerlemeye alınacak işlerin ve değerleme yönteminin belirlenmesi gibi ön çalışmalar değerlemeden önce tamamlanmalıdır (Bayraktaroğlu, 2008).

İşlerin İncelenmesi: Değerlemeden önce iş analizleri gerçekleştirilmelidir. İş analizi yapılarak işle ilgili tüm bilgiler toplandıktan sonra elde edilen bu bilgiler daha kısa ve öz tanımlar haline dönüştürülür. İşin kapsamına giren görev, sorumluluk ve iş koşulları belli formda yazılı olarak özetlenir (Benligiray, 2003, s. 132). Devamında işleri yerine getirmek için gerekli olduğu düşünülen bilgi, beceri ve yetenekler yani iş gerekleri belirlenmektedir. İşi yapacak olan kişide olması gerekli görülen nitelikler ele alınmaktadır (Cascio & Aguinis, 2005, s. 197).

İş Değerlemenin Yapılması ve Değerleme Sonuçlarının Düzenlenmesi: Ön hazırlıkların ve iş analizlerinin yapılması sonucu belirlenen yöntemler dahilinde iş değerleme yapılmaktadır. İş

değerleme çalışmasına başlanmadan işletmenin yapısına uygun olacak iş değerleme yöntemi seçilmektedir (Ataay, 2015, s. 309).

İş Değerleme Yöntemleri

İş değerlemedeki temel amaç işlerin değerlenmesi olduğuna göre işler arasında iyi bir karşılaştırma yapılması amacıyla seçilecek olan yöntemler her işletmenin kendi yapısına, çalışmanın konusuna, büyüklüğüne ve daha başka özelliklerine göre belirlenmektedir (Sabuncuoğlu, 2023, s. 264). İş sayısının fazla olduğu işletmelerde sayısal yöntemler, iş sayısının az olan işletmelerde ise sayısal olmayan yöntemlerinin tercih edilmesi önerilmektedir (Bingöl, 2016, s. 436). İş değerlemede kullanılan yöntemler sayısal ve sayısal olmayan yöntemler şeklinde ikiye ayrılmaktadır (Kelly, 1972, s. 28).

Sayısal olmayan iş değerleme yöntemlerinde değerlemeye alınan işin içeriğine yönelik detaylı bir analiz olmadan işler temel iş gereklerine göre sıralanmakta ve sınıflandırılmaktadır (Atalay Odabaşı & Akşirin Borluk, 2014, s. 271). Yani sayısal olmayan iş değerleme yöntemleri sıralama ve sınıflandırma yöntemleridir.

Sıralama yöntemi, iş değerlemede uygulanması en kolay, en eski ve en masrafsız olan küçük işletmeler tarafından kullanılan iş değerleme yöntemidir. İşler belli faktörlere göre değerlendirilmemekte, işlerin zorluk ve kolaylık ölçütü ele alınarak kendi aralarında bir önem sırasında sıralanmaktadır (Sabuncuoğlu, 2023, s. 264). Sıralama yönteminde, iki farklı sıralama yapılabilmektedir. Birisi, işleri kartlar üzerine yazarak değerlemede görevli kişiler tarafından görece daha önemli-değerli görülenin işaretlenmesi şeklinde uygulanmaktadır. Değerleme sonucunda işler işaret sayılarına göre değer sırasına tabi tutulmaktadır (Benligiray, 2003, s. 144). Bir diğeri ise, ikili karşılaştırma matrisi uygulamasıdır. İşleri daha düzenli bir şekilde değerlemek için bir matris hazırlanmakta ve karşılaştırma için işler matrise yatay ve düşey olarak yazılmaktadır. Satırdaki iş eğer sütundaki işten önemli ise 2, önemsiz ise sıfır ve önemler eşit ise 1 değeri verilerek önem matrisi oluşturulmaktadır. Tüm değerlemeler bittikten sonra matris satırlarındaki değerler toplanmakta ve büyükten küçüğe doğru sıralanmaktadır (Yıldız & Balaban, 2006).

Sayısal olmayan iş değerleme yöntemlerinden ikincisi sınıflandırma yöntemidir. Sınıflandırma yöntemi basit olduğu için anlaşılması kolay bir yöntemdir (Armstong vd., 2003, s. 21). Yöntemde işler bir bütün olarak ele alınmaktadır. İşler öncelikle iş analizinden geçirilmekte ve sonra niteliklerine uygun belirli iş sınıfları oluşturulmaktadır (Bingöl, 2016, 439). Yapılan iş sınıflaması tanımları işlerin birbirleriyle karşılaştırılmasını sağlamaktadır. Sınıf tanımları yapıldıktan sonra değerlemede kullanılacak bir ölçek belirlenmiş olacaktır. Mevcut işlerde, her iş sınıfının özelliklerine göre uygun olan sınıfa yerleştirilmektedir (Ataay, 2015, s. 313).

Sayısal iş değerleme yöntemleri ise; işleri bileşenlerine ayırmakta ve belli faktörlere göre ayrıştırmakta bir bütün şeklinde değerlendirmemektedir (Cole, 2002, s. 162). Sayısal iş değerleme yöntemleri faktör karşılaştırma yöntemi ve puan yöntemi şeklinde ikiye ayrılmaktadır.

Faktör karşılaştırma yöntemi, sayısal olmayan iş değerleme yöntemlerine göre daha ayrıntılı, zaman alan, pahalı bir yöntemdir. Faktör karşılaştırma yöntemi Eugene Benge tarafından 1926 yılında geliştirilmiştir (Dağdeviren vd., 2004). İşler faktörlere ayrıştırılmakta ve her bir faktör için parasal değerler belirlenmektedir. İş değerlemesinde genellikle beceri, zihinsel ve fiziksel çaba, sorumluluk ve çalışma koşulları kullanılan faktörleri oluşturmaktadır. Yöntemin uygulanmasında öncelikle örgütteki tüm işler için önceden iş tanımları hazırlanmakta ya da iş analizleri yapılarak iş tanımları ve iş gerekleri oluşturulmaktadır. Daha sonra örgütte yer alan işleri temsil eden ve ücret yapısını oluşturan 20-25 kilit iş belirlenmektedir. Kilit işler, işlerin ücretleri ile örgüt için önem dereceleri orantılı olacak şekilde seçilmektedir. Belirlenen her kilit işin ortalama ücreti daha önce belirtilen faktörlere göre dağıtılmakta ve hesaplanmaktadır (Atalay Odabaşı & Akşirin Borluk, 2014, s. 273-274). Faktör karşılaştırma yönteminde, iş karşılaştırma ölçeği işletme içerisindeki işlere uygun bir şekilde yapılandırılmakta ve faktörleri sınırlandırmadan genel, yeni gelişmelere uyarlanacak şekilde belirlenebilmektedir (Benligiray, 2003).

Merrill Lott tarafından 1936 yılında geliştirilen diğer bir sayısal yöntem olan puan yöntemi, iş değerleme yöntemleri arasında en çok tercih edilen yöntemdir (Elizur, 1980, s.25). Puan yöntemi,

işlerin bütün olarak değil faktör bazında objektif bir şekilde değerlenmesini sağlamaktadır (Sabuncuoğlu, 2023, s. 267). Puan yönteminin uygulanması sürecinde en önemli aşamayı faktör seçimi oluşturmaktadır. İşler, değerlendirme sırasında faktör kullanılarak değerleneceği için faktör ile neyin anlatılmak istendiği açıklanmakta yani faktör tanımlaması yapılmaktadır (Ataay, 2015). Faktörlerin seçiminden sonra her faktör alt faktörlere ve faktör derecelerine ayrılmaktadır. Derece düzeyleri her işin faktörlerinin tanımlanmasıyla ortaya çıkan farklılıkların düşükten yükseğe doğru puan değerlerini göstermektedir. Bunlar yapılırken kullanılacak faktörlerin ve alt faktörlerin iyi şekilde belirlenmesi gerekmektedir (Akün, 1984, s. 319; Rock & Berger, 1991, s. 81) Daha sonra bu faktörler ağırlıklandırılmakta ve alt derece puanları belirlenmektedir. Burada işler faktör derece puan ölçeklerine göre değerlendirilmekte ve her işin faktörlerden almış olduğu puanlar toplanmaktadır. İşin hiyerarşi içerisindeki yeri işe ait her faktör puanının toplamasıyla belirlenmektedir (Brennan, 1963, s. 143).

Yöntem; işletme ve işlerin ayrıntılı olarak ele alınması, uygun faktörlerin belirlenmesi, ücretlendirmede doğru yönlendirme sağlanması bakımından avantajlı bir yöntemdir (Ataay, 2015, s. 329). Fakat tüm bunların yanında faktörlerin ve derecelerinin belirlenmesinin karmaşık olması, ağırlıkların verilmesinin güç olması, sistemin hazırlanmasının uzun zaman alması ve maliyetli olması bakımından da dezavantajlara sahiptir (Aşkun, 1969, s.149).

Puan Yöntemi ile İş Değerleme Uygulaması

Burada alışveriş merkezi özelinde yapılan iş değerlemesinin amacına, uygulama sürecine ve uygulama ile ede edilen bulgulara yer verilmektedir.

Değerlemenin Amacı

İş değerlemesi yapılan işletme Isparta'da faaliyet gösteren büyük bir alışveriş merkezidir. İşletmenin ücret politikasının belirlenmesinde üst yönetim rol oynamakta ve ücretlendirme iş değerlemesine tabi tutulmamaktadır. İşletmenin geçmiş dönemlerinde de herhangi bir iş değerleme uygulamasına yer verilmemiştir. Bu çalışma ile 2023 yılı için söz konusu alışveriş merkezinin yönetim kadrosunda yapılan işlerin ve alışveriş merkezinde yer alan marketin işlerinin belli faktörlere göre karşılaştırılması ve işletme için önem sıralarının ortaya çıkartılması amaçlanmaktadır. Buradan hareketle alışveriş merkezinin ücretlendirme politikası için de fikirler sunulması hedeflenmektedir.

Değerleme Süreci

Değerleme sürecinde öncelikle değerlemenin amacı ortaya konulmuş, değerlemede yer alacak kişiler seçilmiş, değerlemesi yapılacak iş belirlenmiş ve değerleme yöntemine karar verilmiştir. Değerleme sürecinde işçi, işveren ve uzmanlardan oluşan bir değerleme kurulu oluşturulmuştur. İşler için de iş analizleri yapılmıştır. Kurul üyeleri her bir iş için hazırlanan bu iş analizlerini, iş tanımlarını, iş gereklerini ve işlerin yapıldığı ortamı gözleyerek ayrı ayrı değerlemede bulunmuşlardır. Son kararı verebilmek adına kurul üyelerinin değerlemelerinin ortalaması alınmıştır. Böylece değerleme sonucunda her bir işin göreceli değeri puan yönünden ortaya konulmuştur. İşleri değerlemek için sayısal iş değerleme yöntemlerinden olan puan yöntemi kullanılmıştır. Puan yönteminin nasıl yapıldığına dair bilgilere uygulama sürecinde yer verilmiştir.

Değerlemeye Dahil Olan İşlerin Belirlenmesi

Değerlemeye dahil edilecek işler için öncelikle iş analizleri hazırlanmıştır. Böylece işlerin yapılabilmesi için gerekli olan görev, sorumluluk ve çalışma koşullarının ortaya çıkartılması amaçlanmıştır. İşlerin yapılabilmesi için gerekli olan bilgi, beceri ve yetenekler de belirlenmeye çalışılmıştır. İş analizlerinin hazırlanmasından sonra iş analizlerinden elde edilen bilgiler sayesinde iş tanımları ve iş gerekleri oluşturulmuştur. İş tanımı formunda ise işin tanıtılması için işe ait kısa bir özete, işin yapılabilmesi için gerekli olan görev ve sorumluluklara, işin yatay ve dikey hiyerarşide ilişkili olduğu diğer işlere ve bilgi, beceri, yetenek gereklerine yer verilmektedir. İş analizi sürecinden elde edilen tüm bu bilgiler iş değerleme formunun oluşturulması ve işlerin derecelendirilmesinde temel bir öneme sahiptir.

Tablo 1'de alışveriş merkezinde değerlemeye tabi olan işlere yer verilmektedir.

Tablo 1. İş Değerleme Uygulamasına Dahil Olan İşler

Beyaz Yaka İşleri		**Mavi Yaka İşleri**
AVM Müdürü	İnsan Kaynakları Sorumlusu	Teknik Birim Sorumlusu
AVM Müdür Yardımcısı	E-Ticaret Sorumlusu	Reyon Şefi
Satın Alma Müdürü	Mağaza Sorumlusu	Bilgi İşlem Personeli
Satın Alma Müdür Yardımcısı	Muhasebe Personeli	Mağaza Personeli
Mağazalar Genel Müdürü	İnsan Kaynakları Personeli	Depo Şefi
Muhasebe Finans Müdürü	Mağaza Sorumlusu Yardımcısı	Teknik Birim Personeli
Muhasebe Finans Müdür Yardımcısı	Sekreter	Kasiyer
Bilgi İşlem Sorumlusu		İçecek Servis Personeli

Değerleme için 23 iş belirlenmiştir. Bu işler beyaz yaka işleri ve mavi yaka işleri şeklinde gruplandırılmıştır ve genel olarak beyaz yaka işlerinden oluşmaktadır. Burada yönetim katında yapılan işler çoğunlukla beyaz yaka işlerinden oluşurken; markette yapılan işler mavi yaka işlerinden oluşmaktadır.

Değerlemede Kullanılan Faktör, Alt Faktör, Derece Tanımları ve Puanların Belirlenmesi

İş değerlemesi yapılırken güvenilir sonuçlar alabilmek adına değerleme faktörlerinin doğru ve uygun seçilmesi gerekmektedir. Tablo 2'de değerleme için belirlenen tüm işlerde belli oranda katkıları olan faktörlere ve alt faktörlere yer verilmektedir.

Tablo 2. İş Değerlemede Belirlenen Faktörler ve Alt Faktörler

Beyaz Yaka İşleri		**Mavi Yaka İşleri**	
Faktörler	**Alt Faktörler**	**Faktörler**	**Alt Faktörler**
Maharet (Yetenek)	Öğrenim veya Temel Bilgi Beceri Deneyim İnisiyatif ve Yaratıcılık	Maharet (Yetenek)	Öğrenim veya Temel Bilgi Beceri Deneyim İnisiyatif ve Yaratıcılık
Sorumluluk	Yasal ve Parasal Sorumluluk İş Takibi Sorumluluğu İş İlişkileri Sorumluluğu Hatalardan Doğabilecek Sorumluluk	Sorumluluk	Makine, Takım ve Donanım Sorumluluğu Malzeme ve Ürün Sorumluluğu Üretim Sorumluluğu Başkalarının İş Güvenliğinden Sorumluluk
Çaba	Zihinsel Çaba Fiziksel Çaba	Çaba	Zihinsel Çaba Fiziksel Çaba
İş Koşulları	Çalışma Koşulları İşin Doğurabileceği Tehlikeler	İş Koşulları	Çalışma Koşulları İşin Doğurabileceği Tehlikeler

Alışveriş merkezinde değerlemeye alınan beyaz yaka işleri ve mavi yaka işleri için faktörler ve alt faktörler belirlenmiştir. Maharet, sorumluluk, çaba ve iş koşulları olmak üzere 4 tane faktör kullanılmıştır. Bu dört faktör aslında tüm iş değerleme analizlerinde işlerin değer kriterlerini göstermektedir (Madigan & Hills, 1998, s. 324). Beyaz yaka işlerinin değerlemesinde maharet faktörü için belirlenen alt faktörler; "Öğrenim veya Temel Bilgi", "Beceri", "Deneyim" ve "İnisiyatif ve Yaratıcılık", sorumluluk

faktörü için belirlenen alt faktörler; "Yasal ve Parasal Sorumluluk", "İş Takibi Sorumluluğu", "İş İlişkileri Sorumluluğu", "Hatalardan Doğabilecek Sorumluluk", çaba faktörü için belirlenen alt faktörler; "Zihinsel Çaba" ve "Fiziksel Çaba", iş koşulları faktörü için belirlenen alt faktörler ise "Çalışma Koşulları" ve "İşin Doğurabileceği Tehlikeler" dir. Mavi yaka işlerinin değerlendirmesinde ise Maharet faktörü için belirlenen alt faktörler; "Öğrenim veya Temel Bilgi", "Beceri", "Deneyim" ve "İnisiyatif ve Yaratıcılık", sorumluluk faktörü için belirlenen alt faktörler; "Makine, Takım ve Donanım Sorumluluğu", "Malzeme ve Ürün Sorumluluğu", "Üretim Sorumluluğu", "Başkalarının İş Güvenliğinden Sorumluluk", Çaba faktörü için belirlenen alt faktörler; "Zihinsel Çaba" ve "Fiziksel Çaba", İş koşulları faktörü için belirlenen alt faktörler de "Çalışma Koşulları" ve "İşin Doğurabileceği Tehlikeler" dir. Bu faktörler daha önceki yapılan çalışmalardan yararlanılarak hazırlanmıştır.

Seçilen her faktörün işlere belirli oranda katkıları vardır. Bu faktörlerin katkıları bazı işlerde yüksek iken bazı işlerde düşüktür. Bu yüzden her faktörün derece sayıları saptanmış ve ayrı ayrı tanımlamaları yapılmıştır. Bazı faktörler için 5 derece bazı faktörler içinse 4 derece belirlenmiştir. Tablo 3'te beyaz ve mavi yaka işleri için belirlenen "Maharet" faktörü ve "Öğrenim veya Temel Bilgi" alt faktörünün tanımlamaları yer almaktadır. Diğer tüm faktörler ve alt faktörler için de ayrı ayrı tanımlamalar yapılmaktadır. Yine aynı tabloda "Öğrenim ve Temel Bilgi" alt faktörünün derece sayısı ve derece tanımlamaları yer almaktadır.

Tablo 3. Maharet Faktörünün ve Alt Faktörlerinin Derece ve Tanımları

Beyaz Yaka İşleri		**Mavi Yaka İşleri**	
1. Maharet		**1. Maharet**	
1. Öğrenim veya Temel Bilgi: Bir işin ya da görevin gereken niteliklerine uygun olarak ve istenilen düzeyde yapılabilmesi için temel bilgi ve öğrenim durumunu ölçer.		1. Öğrenim veya Temel Bilgi: Bir işin ya da görevin gereken niteliklerine uygun olarak ve istenilen düzeyde yapılabilmesi için temel bilgi ve öğrenim durumunu ölçer.	
Derece Tanımları	**Derece**	**Derece Tanımları**	**Derece**
İlkokul öğreniminden sonra, oryantasyon veya işbaşında işin yapılışı gösterilerek ve uygulaması yaptırılarak kısa bir öğretim ile yapılabilecek işler.	I	Kısa süreli oryantasyon eğitimi verilmesi yeterli iş,	I
Rutin bilgi ile talimatları okumak, anlamak, uygulamak, gerekli kayıtları tutmak ve bu nitelikteki diğer değişik fonksiyonları yürütebilmek için lise altı ya da lise düzeyindeki öğrenim gerektiren işler.	II	Usta veya ustabaşı tarafından bir haftaya kadar sürebilen düzenli işbaşı eğitimi gerekli iş,	II
Lise düzeyindeki bir eğitime ek olarak ön lisans ya da dengi düzeyde bir eğitim gerektiren işler.	III	Gerekli bilgiler kuramsal ve uygulamalı olarak 4 haftaya kadar süren eğitim programlarıyla verilecek iş,	III
İlgili meslek alanında lisans düzeyinde temel eğitim bilgisinin gerekli olduğu ve bu bilgilerin gerekli olduğu işler	IV	4 haftadan daha uzun süreli eğitim programları verilmesi gerekli iş,	IV
Lisans düzeyindeki eğitime ek olarak özel bir alanda eğitim yolu ile elde edilebilen uzmanlık bilgisinin gerekli olduğu işler.	V	Teknik lise ve meslek lisesi dengi okullar seviyesinde bilgi donanımı gerektiren işler.	V

Tüm faktör ve alt faktörler için derece sayısı belirleme ve tanımlama işi yapıldıktan sonra bu faktörler ağırlıklandırılmıştır. Faktörlerin ağırlıkları yüzde olarak belirtilmeli ve tüm faktörlere verilen

ağırlıkların toplamı %100 olmalıdır. Tablo 4'de görüldüğü üzere beyaz yaka işleri için "Maharet" faktörünün ağırlıklandırılması %50, "Sorumluluk" faktörünün ağırlıklandırılması %34, "Çaba" faktörünün ağırlıklandırılması %10 ve "İş Koşulları" faktörünün ağırlıklandırılması %6'dır. Bu faktörlerin ağırlıkları baz alınarak alt faktörlerin de ağırlıklandırılmaları yapılmıştır.

Tablo 4. Beyaz Yaka İşleri İçin Belirlenen Faktör Ağırlıkları, Dereceleri ve Puanları

Grup ve Faktörler	**Ağırlık**	**Puan**	**Derece**				
Maharet	**%50**	**500**	**I**	**II**	**III**	**IV**	**V**
Öğrenim ve Temel Bilgi	%15	150	30	60	90	120	150
Deneyim	%15	150	30	60	90	120	150
Beceri	%10	100	20	40	60	80	100
İnisiyatif ve Yaratıcılık	%10	100	20	40	60	80	100
Sorumluluk	**%34**	**340**	**I**	**II**	**III**	**IV**	**V**
Yasal ve Parasal Sorumluluk	%10	100	25	50	75	100	----
İş Takibi Sorumluluğu	%8	80	20	40	60	80	----
İş İlişkileri Sorumluluğu	%8	80	20	40	60	80	----
Hatalardan Doğabilecek Sorumluluk	%8	80	20	40	60	80	----
Çaba	**%10**	**100**	**I**	**II**	**III**	**IV**	**V**
Zihinsel Çaba	%7	70	20	40	60	80	----
Fiziksel Çaba	%3	30	7,5	15	22,5	30	----
İş Koşulları	**%6**	**40**	**I**	**II**	**III**	**IV**	**V**
Çalışma Koşulları	%3	30	7,5	15	22,5	30	----
İşin Doğurabileceği Tehlikeler	%3	30	7,5	15	22,5	30	----
Toplam Puan	**%100**	**1000**					

Ağırlıklandırılmaların ardından faktörlerin puanlanmasına geçilmektedir. Puanlama mantığı faktör ağırlığının 10 ile çarpılması şeklindedir. Toplam puan 1000 olarak hesaplanmıştır. Bu durumda "Maharet" faktörünün puanı 500, "Sorumluluk" faktörünün puanı 340, "Çaba" faktörünün puanı 100 ve "İş Koşulları" faktörünün puanı 60 olmuştur. Yine bu faktörlerin puanları baz alınarak alt faktörlerin ve derecelerin de puanlaması yapılmıştır. Her alt faktörün değerlenen iş açısından ifade ettiği öneme karşılık gelen derece ve bu derecenin puanı hesaplanmıştır. Alt faktörlerin puanları belirlendikten sonra derecelere dağıtılmıştır. Derecelerin puanlandırılmasında en yüksek dereceye göre aritmetik sıralama yapılmaktadır. Alt faktörün puanı en yüksek dereceye verilmekte ve aritmetik bir azalış ile diğer derecelerin puanları belirlenmektedir. Tablo 4'te görüldüğü üzere "Öğrenim veya Temel Bilgi" alt faktörü için beş derece belirlenmiş ve en yüksek puan en yüksek derece olan V. dereceye verilmiştir. Alt faktörün diğer dereceleri ise aritmetik bir azalışla 120, 90, 60, 30 şeklinde hesaplanmıştır. Bu şekilde diğer tüm alt faktörlerin derecelerinin puanlaması yapılmıştır.

Tablo 5. Mavi Yaka İşleri İçin Belirlenen Faktör Ağırlıkları, Dereceleri ve Puanları

Grup ve Faktörler	**Ağırlık**	**Puan**	**Derece**				
Maharet	**%40**	**400**	**I**	**II**	**III**	**IV**	**V**
Öğrenim ve Temel Bilgi	%15	150	30	60	90	120	150
Beceri	%10	100	20	40	60	80	100
Deneyim	%7,5	75	15	30	45	60	75
İnisiyatif ve Yaratıcılık	%7,5	75	15	30	45	60	75

Tablo 5. Devamı							
Grup ve Faktörler	**Ağırlık**	**Puan**	**Derece**				
Sorumluluk	**%20**	**200**	**I**	**II**	**III**	**IV**	**V**
Makine, Takım ve Donanım Sorumluluğu	%5	50	10	20	30	40	50
Malzeme ve Ürün Sorumluluğu	%5	50	10	20	30	40	50
Üretim sorumluluğu	%5	50	10	20	30	40	50
Başkalarının İş Güvenliğinden Sorumluluk	%5	50	10	20	30	40	50
Çaba	**%20**	**200**	**I**	**II**	**III**	**IV**	**V**
Zihinsel Çaba	%10	100	20	40	60	80	100
Fiziksel Çaba	%10	100	20	40	60	80	100
İş Koşulları	**%20**	**200**	**I**	**II**	**III**	**IV**	**V**
Çalışma Koşulları	%10	100	20	40	60	80	100
İşin Doğurabileceği Tehlikeler	%10	100	20	40	60	80	100
Toplam Puan	**%100**	**1000**					

Tablo 5'te ise mavi yaka işleri için belirlenen faktörlerin ağırlıklarına ve puanlarına yer verilmektedir. Mavi yaka işleri için "Maharet" faktörünün ağırlıklandırılması %40, "Sorumluluk" faktörünün %20, "Çaba" faktörünün %20 ve "İş Koşulları" faktörünün %20 olarak belirlenmiştir. Bu ağırlıklandırmalar üzerinden yine alt faktörlerin ağırlıklandırmaları sağlanmaktadır. Ağırlıklandırmalar sağlandıktan sonra yine puanlamaya geçilmektedir. "Maharet" faktörünün puanı 400, "Sorumluluk", "Çaba" ve "İş Koşulları" faktörlerinin puanları ise 200 olarak belirlenmiştir. Bu puanlar üzerinden de alt faktörlerin ve derecelerin puanlaması yapılmıştır. Burada puanlama için aritmetik dağıtım yolu gözetilip, en yüksek dereceden en düşük dereceye doğru aritmetik bir azalışla puanlar verilmiştir. Tablo 5'te görüldüğü üzere mesela "Beceri" alt faktöründe 5 derece belirlenmiş olup en yüksek puan olan 100, V. dereceye verilmiştir. Diğer dereceler aritmetik bir azalışla 80, 60,40 ve 20 puanlarını almışlardır. Tüm diğer faktörlerin derece dağıtımları yine bu şekilde yapılarak Tablo 5' te verilmektedir.

İşlerin Değerlemesi ve Sınıflandırılması

Tüm faktörlerin ve derecelerin puanlamaları yapıldığına göre sıra artık her iş için iş değerleme formunun oluşturulmasına gelmektedir. İş değerleme formunda ilgili işin alt faktör derecelerinin karşılığı olan puan değerleri hesaplanmakta ve elde edilen toplam puan işin puanını oluşturmaktadır. Her iş için değerleme yapıldıktan sonra toplam puanlar üzerinden işlerin sıralanması ve işlerin hiyerarşisinin oluşturulması sağlanmaktadır. Tablo 6'da beyaz yaka işleri ve Tablo 7'de mavi yaka işlerinin değerleme puanlarına yer verilmektedir.

Tablo 6. Beyaz Yaka İşlerinin İş Değerleme Puanları

Beyaz Yaka İşleri	**Değerleme Puanı**	**Beyaz Yaka İşleri**	**Değerleme Puanı**
Mağazalar Genel Müdürü	881	AVM Müdür Yardımcısı	632
AVM Müdürü	843	İnsan Kaynakları Sorumlusu	589
Muhasebe Finans Müdürü	783	E-Ticaret Sorumlusu	564
Satın Alma Müdürü	776	Mağaza Sorumlusu Yardımcısı	512
Bilgi İşlem Sorumlusu	710	Muhasebe Personeli	505
Satın Alma Müdür Yardımcısı	682	İnsan Kaynakları Personeli	469
Mağaza Sorumlusu	651	Sekreter	309
Muhasebe Finans Müdür Yardımcısı	650		

Değerlemede amaç yüksek becerinin, sorumluluğun, çaba ve emeğin gerekli olduğu işler ile gerekli olmadığı işleri belirlemek ve bu yönde iş değerleme prosedürü üzerinden adaletli ve dengeli bir ücret dağılımı yapabilmektir. Yapılan çalışma sonucu oluşturulan iş değerleme ölçeğine göre maksimum puan 1000 olarak belirlenmiş ve ağırlıklandırılmış faktörlere göre işlerin aldıkları puanlar hesaplanmıştır. Mağazalar genel müdürü 881, AVM müdürü 843, muhasebe finans müdürü 783, satın alma müdürü 776, bilgi işlem sorumlusu 710, satın alma müdür yardımcısı 682, mağaza sorumlusu 651, muhasebe finans müdür yardımcısı 650, AVM müdür yardımcısı 632, insan kaynakları sorumlusu 589, E-ticaret sorumlusu 564, mağaza sorumlusu yardımcısı 512, muhasebe personeli 505, insan kaynakları personeli 469 ve sekreter pozisyonu 309 puan almıştır. Puan sırlamasına göre yüksek puanlı işler düşük puanlı işlere göre alışveriş merkezi için daha önemli işlerdir. İşin belirtilen faktörlere göre en üst seviyede olması ücretlendirmede daha yüksek ücret almasını sağlamaktadır. Buna göre en yüksek puanı mağazalar genel müdürü pozisyonu en az puanı da sekreter pozisyonu almaktadır.

Tablo 7. Mavi Yaka İşleri İçin İş Değerleme Puanları

Mavi Yaka İşleri	**Değerleme Puanı**
Teknik Birim Sorumlusu	733
Depo Sorumlusu	577
Teknik Birim Personeli	486
Reyon Şefi	483
Bilgi İşlem Personeli	423
Mağaza Personeli	384
Kasiyer	313
İçecek Servis Personeli	301

Mavi yaka işleri için yapılan değerleme sonucunda işlerin aldıkları değerleme puanlarına bakıldığında en yüksek puanı 733 puan ile teknik birim sorumlusu pozisyonu almıştır. Ardından depo sorumlusu 577, teknik birim personeli 486, reyon şefi 483, bilgi işlem personeli 423, mağaza personeli 384, kasiyer 313 ve içecek servis personeli 301 puan almıştır. Yine en yüksek puan alan işler görece diğer işlere göre daha önemli daha fazla bilgi ve sorumluluk gerektirirken en düşük puan alan işler görece daha az önemli ve görev ve sorumlulukları daha düşük olan işler olarak kabul edilmektedir.

Maharet, bilgi-beceri, sorumluluk, çaba ve emek gibi faktörler göz önüne alındığında yüksek puan alan işler göreceli olarak diğer işlere göre daha yüksek ücret ve işçilik grubunda yer alacaktır. Yapılan puanlamalar sonucu ortaya çıkan toplam puanlar, iş grupları ve işçilik türlerinin sınıflandırması Tablo 8'de verilmektedir.

Tablo 8. İş Grupları Puan Aralıkları

	Puan Aralıkları	İşçilik Türü	Beyaz Yaka İşler	Mavi Yaka İşler
I.	300'den az-300	Düz İşçilik		
II.	301-365		Sekreter	İçecek Servis Personeli Kasiyer
III.	366-430			Mağaza Personeli Bilgi İşlem Personeli
IV	431-495	Vasıflı işçilik		Teknik Birim Personeli Reyon Şefi
V	496-560		İnsan Kaynakları Personeli Muhasebe Personeli Mağaza Sorumlusu Yardımcısı	
VI	561-625		E-Ticaret Sorumlusu İnsan Kaynakları Sorumlusu	Depo Sorumlusu
VII	626-690	Profesyonel İşçilik	AVM Müdür Yardımcısı Muhasebe Finans Müdür Yardımcısı Mağaza Sorumlusu	
VIII	691-755		Satın Alma Müdür Yardımcısı Bilgi İşlem Sorumlusu	Teknik Birim Sorumlusu
IX	756 ve yukarısı		Satın Alma Müdürü Muhasebe Finans Müdürü AVM Müdürü Mağazalar Genel Müdürü	

İşlerin zorluk, önem ve ücretlerin artış dereceleri puanlar üzerinden belirlenmektedir. Puanlara göre de bir iş gruplaması yapıldığında en yüksek grup en önemli, zor ve yüksek ücretlendirme yapılası gereken işleri ifade etmektedir. Tam tersi şekilde en düşük grup işlerde kolay, çok önemli olmayan, düşük ücretlendirme yapılması gereken işleri ifade etmektedir. Buna göre beyaz yaka işlerde en yüksek puan alan mağazalar genel müdürü, AVM müdürü, muhasebe finans müdürü ve satın alma müdürü profesyonel işçilik sınıfında ve IX. Grup işlerde yer alırken; en düşük puan alan sekreter düz işçilik sınıfında ve II. Grup işlerde yer almaktadır. Mavi yaka işlerde ise sadece teknik birim sorumlusu pozisyonu profesyonel işçilik sınıfında ve IV. Grup işlerde yer alırken; bilgi işlem personeli, mağaza personeli, kasiyer, içecek servis personeli pozisyonları düz işçilik sınıfında II., III. ve IV. Grup işlerde ve depo sorumlusu pozisyonu ise vasıflı işçilik sınıfında ve VI. Grup işlerde yer almaktadır. Yani, IX. Grup işler içerisinde yer alan işler örgüt için en önemli ve zor iş olmasından dolayı en yüksek ücret grubu içerisinde yer almaktadır. I. Grup işler içerisinde yer alan işler ise kolay, sorumluluk gerektirmeyen işler olmasından dolayı en düşük ücret grubu içerisinde yer almaktadır.

Piyasa Ücret Araştırması ve Ücretlendirme

İşlerin göreceli değerleri belirlendikten sonra işlere ödenecek fiili ücretler için 2023 yılı piyasa ücret araştırmasına gidilmiştir. İşler için Türkiye'de verilen ortalama ücretler ve Isparta ilinde faaliyet gösteren başka işletmelerde 2023 yılı için verilen ortalama ücretler belirlenmiştir.

Tablo 9. Beyaz Yaka İşleri için İş Değerleme ve Ücretler

Beyaz Yaka İşler	Türkiye Ortalaması	Kariyer.Net Ortalaması	Isparta Ortalaması	Çalışma Yapılan Mağaza Maaşı	İş Değerleme Puanı	Önerilen Maaş
Mağazalar Genel Müdürü	153.000,00	74.820,00	33.834,00	20.103,00	881	29.000,00
AVM Müdürü	45.000,00	56.745,00	20.000,00	20.103,00	843	28.000,00
Muhasebe Finans Müdürü	26.750,00	34.830,00	18.750,00	17.088,00	783	19.000,00
Satın Alma Müdürü	33.500,00	40.860,00	21.167,00	20.103,00	776	21.500,00
Bilgi İşlem Sorumlusu	17.500,00	20.730,00	14.125,00	15.077,00	710	12.500,00
Satın Alma Müdür Yardımcısı	23.500,00	34.705,00	16.100,00	15.077,00	682	15.500,00
Mağaza Sorumlusu	15.500,00	16.430,00	15.243,00	11.500,00	651	12.750,00
Muhasebe Finans Müdür Yardımcısı	23.500,00	28.785,00	15.500,00	15.077,00	650	12.500,00
AVM Müdür Yardımcısı	16.500,00	16.765,00	11.625,00	11.500,00	632	12.500,00
İnsan Kaynakları Sorumlusu	25.465,00	20.235,00	16.000,00	9.500,00	589	11.750,00
E-Ticaret Sorumlusu	18.750,00	18.870,00	11.667,00	10.000,00	564	11.500,00
Mağaza Sorumlusu Yardımcısı	14.250,00	11.990,00	12.836,00	10.000,00	512	11.250,00
Muhasebe Personeli	15.500,00	15.645,00	13.500,00	9.500,00	505	11.000,00
İnsan Kaynakları Personeli	15.165,00	18.770,00	9.250,00	8.506,80	469	9.500,00
Sekreter	15.500,00	15.405,00	11.250,00	10.000,00	309	8.750,00

Tablo 9'da beyaz yaka işleri ve işlerin Türkiye'de, Kariyer.net' te ve Isparta ilinde verilen maaşların ortalamalarına yer verilmektedir. İşlerin aldıkları puanlar ve maaş ortalamalarına göre her bir iş için maaş önerisinde bulunulmuştur. Mağazalar genel müdürü pozisyonunun aldığı maaşa bakıldığında Türkiye ortalamasına göre 153 bin, Kariyer.net ortalamasına göre 74820 TL, Isparta ortalamasına göre 33834 TL olduğu görülmektedir. Çalışma yapılan söz konusu işletmede ise mağazalar genel müdürü pozisyonu için 20.103 TL maaş verildiği görülmekte ve iş değerlemesi sonucuna göre 881 puan alan pozisyona 29 bin TL bir maaş önerisinde bulunulmuştur. En düşük puan alan sekreter pozisyonu Türkiye ortalamasına göre 15.500 TL, Kariyer.Net ortalamasına göre 15.405 TL, Isparta ili ortalamasına göre 11.250 TL maaş almaktadır. İş değerlemesi sonucunda 309 puan alan pozisyona söz konusu işletmede 10.000 TL maaş verilmekte; puan ve sınıflandırmasına göre 8.750 TL maaş alması gerektiği önerilmiştir. Tabloda görüldüğü üzere bazı işler için söz konusu işletmede fazla maaş bazı işler için ise daha az maaş verildiği görülmekte ve tüm pozisyonlar için maaş önerilerinde bulunulmaktadır.

Tablo 10. Mavi Yaka İşleri İçin İş Değerleme ve Ücretler

Mavi Yaka İşler	Türkiye Ortalaması	Kariyer.Net Ortalaması	Isparta Ortalaması	Çalışma Yapılan Mağaza Maaşı	İş Değerleme Puanı	Önerilen Maaş
Teknik Birim Sorumlusu	21.500,00	19.915,00	15.167,00	15.077,00	733	17.000,00
Depo Sorumlusu	16.000,00	14.725,00	16.000,00	11.500,00	577	11.500,00
Teknik Birim Personel	15.500,00	17.460,00	9.350,00	9.000,00	486	9.750,00
Reyon Şefi	10.253,00	13.150,00	11.667,00	10.000,00	483	10.500,00
Bilgi İşlem Personeli	11.000,00	16.020,00	9.000,00	9.750,00	423	9.500,00
Mağaza Personeli	14.375,00	16.945,00	8.958,00	8.750,00	384	9.000,00
Kasiyer	16.375,00	16.540,00	9.386,00	8.500,00	313	8.750,00
İçecek Servis Personeli	13.875,00	14.345,00	8.700,00	9.000,00	301	8.506,80

Tablo 10'da ise mavi yaka işleri için önerilen maaşlar ve işlere Türkiye'de, Kariyer.net'te, Isparta ilinde 2023 yılı için verilen maaşların ortalamaları verilmektedir. İş değerleme puanları da gözetilerek 2023 yılı için maaş önerileri sunulmuştur. Mavi yaka işlerden 733 puan ile en yüksek puan alan teknik birim sorumlusu pozisyonunun ücretleri Türkiye ortalamasına göre 21.500, kariyer.net ortalamasına göre 19915 ve Isparta ortalamasına göre 15167 TL'dir. Pozisyon için 17000 TL maaş önerisinde bulunulmuştur. 301 puan ile en düşük puan alan içecek servis personeli pozisyonu için söz konusu işletmede 9000 TL maaş verilirken 8506 TL maaş verilmesi önerilmiştir. Yine iş değerleme puanlarına ve sınıflandırmalarına göre diğer pozisyonlar için ücret önerileri sunulmuştur.

Sonuç ve Öneriler

Bir örgütte işlerin göreceli önem ve güçlük sırasının belirlenmesi ve ücret politikalarının oluşturulması hem işvereni hem de iş göreni ilgilendiren konuların başında gelmektedir. İş değerleme, örgüt bünyesinde bulunan işlerin ayrı ayrı ve detaylı bir şekilde incelenmesini ve işlerin önemlerinin ortaya konulmasını ve bu süreç sonunda ücret politikalarının oluşturulmasını sağlayan bir araçtır. Bu çalışmada da 2023 yılında Isparta ilinde faaliyet gösteren büyük bir alışveriş merkezinin yönetim kadrosuna ait işler ve alışveriş merkezi içerisinde yer alan markete ait işler üzerinde bir iş değerleme uygulaması gerçekleştirilmiştir. Bu işlerin önem ve öncelik derecelerinin ortaya çıkartılması ve buna göre ücretlendirme politikalarının oluşturulması amaçlanmıştır.

Alışveriş merkezinde değerlemeye alınan işlerin göreceli önem ve değerlerini ortaya çıkarabilmek amacıyla beyaz ve mavi yaka işleri için ayrı ayrı belirlenen faktörler; maharet, sorumluluk, çaba ve çalışma koşullarıdır. Bu ana koşullar için de 12 tane alt faktör belirlenmiştir. Belirlenen faktörlere göre ele alınan işler, değerlemeden aldıkları puanlara göre sıralanmış ve sınıflandırılmıştır. Puanlara bakıldığında yüksek puanlı işlerin niteliklerinin yüksek olduğunu bilindiğine göre en nitelikli, bilgi-beceri ve sorumluluk gerektiren işler beyaz yaka işleri içerisinde mağazalar genel müdürü ve mavi yaka işleri içerisinde teknik birim sorumlusu pozisyonu tarafından yerine getirildiği söylenebilir. En yüksek grup olan IX. grup iş aralığında yer alan mağazalar genel müdürü, AVM müdürü, muhasebe finans müdürü ve satın alma müdürü pozisyonu en yüksek ücret grubu aralığında yer almıştır. II. grup iş aralığında yer alan kasiyer, sekreter ve içecek servis personeli pozisyonları ise en düşük ücret grubu aralığında yer almıştır. İşçilik de, puanlarına göre türlerine ayrıldığında işler puan aralıklarına göre düz işçilik, vasıflı işçilik ve profesyonel işçilik şeklinde sınıflandırılmaktadır. Benzer şekilde Kurgun & Yemişçi (2007) tarafından bir otelin çalışanları üzerine yapılan iş değerlemede işler aldıkları puanlara

göre sınıflandırılmış, resepsiyonistlik ve aşçılık işi en yüksek puan alan en üst grup işler arasında yer almışlardır. Güner ve diğerleri (2011) tarafından konfeksiyon işletmesinde yer alan 33 iş üzerinde yapılan değerlendirmede depo amiri, dikimhane şefi, numune şefi ve kesimhane şefi en yüksek puanları alarak ücret sınıflandırmasında yüksek seviye ücret sınıfında ve temizlik elemanı, toplama elemanı, iplik temizleme elemanı en düşük puanları alarak ücret sınıflandırmasında düşük seviye ücret sınıfında yer almışlardır. Akıncı ve diğerleri (2015) tarafından bir konaklama işletmesinde yapılan değerleme sonucunda ise en yüksek puanı alan işler teknik servis elemanı ve resepsiyon elemanı pozisyonu olurken en düşük puanı alan işler servis elemanı ve kat servis elemanı pozisyonları olmuştur. Bayar & Acar (2017) tarafından özel bir hastanede bulunan 19 adet iş için yaptıkları değerlemede, yönetim kurulu başkanı ve genel koordinatör en yüksek puanı alırken hasta kayıt kabul görevlisi, poliklinik sekreterya ve halkla ilişkiler birimi en düşük puanı alan pozisyonlar olmuşlardır. Yine aynı şekilde Şenel ve diğerleri (2018) tarafından tekstil sektöründe faaliyet gösteren bir işletmede yapılan değerleme sonucunda işler puanlanmış ve gruplandırılmıştır. Makinistlik, elektrik ustası ve vardiya amiri en yüksek puan alan IX. grupta yer alırken çay ocağı personeli, temizlikçi ve meydancı en düşük puan alan I. grup içerisinde yer almıştır. Olcay ve diğerleri (2023) tarafından demir çelik sektöründe faaliyet gösteren bir işletmede yapılan değerleme ile konverter kumanda odası operatörü ile şarj vinç operatörü en yüksek puanı alan işçilik pozisyonu olurken temizlik işçisi ve saha işçisi pozisyonları en düşük işçilik pozisyonu olmuştur. Çalışmalarda maharet ve sorumluluğa daha çok ihtiyaç duyan işlerin daha yüksek puan aldıkları söylenebilmektedir.

İşlerin değerleme puanlarının elde edilmesinden sonra ücret politikasının sunulabilmesi adına piyasa ücret araştırmasına gidilmiştir. İşler için 2023 yılında Türkiye'de verilen ortalama maaşlar, Kariyer.net'te belirtilen ortalama maaşlar, Isparta ilinde diğer işletmelerde verilen ortalama maaşlar ve söz konusu işletmede verilen maaşlar ele alınmıştır. İşlerin aldıkları puanlara ve aldıkları ortalama ücretlere göre tarafımızdan da bir ücret/maaş önerisinde bulunulmuştur. Her bir iş için ücret belirlenmiştir. İşletmede bazı işlerin yüksek maaş alırken bazı işlerin düşük maaş aldıkları tespit edilmiştir. Ayrıca mavi yakalı işlerin ücretlendirilmesi noktasında iş değerlemesi sonucunda aldıkları puanlara ek olarak kıdem yıllarının da dikkate alınması gerektiği düşünülmektedir. Değerleme puanları ve kıdem yıllarına bağlı olarak unvan ve ücret farklılaşmasına gidilmesi gerektiği önerilmektedir. Bu doğrultuda kasiyer pozisyonu için oluşturulabilecek ücretlendirme politikasına Tablo 11'de yer verilmektedir.

Tablo 11. Kasiyer Pozisyonunun Kıdem Yıllarına Göre Ücretlendirilmesi

Unvan	**Kıdem Yılı**	**Maaş**
Alt Kademe Kasiyer	1-2 Yıl	8.750, 00
Kasiyer	2-10 Yıl	8.850,00
Uzman Kasiyer	10-15 Yıl	8.950,00
Kıdemli Kasiyer	15 Yıl ve Üzeri	10.500,00

Tablo 11'de görüldüğü üzere 1-2 yıl kıdemi olan bir kasiyer önce alt kademe kasiyer şeklinde bir unvana sahip olmalı ve kıdem yılı arttıkça unvanı ve aldığı maaş artış göstermelidir. 15 yıl ve üzeri bir kıdem yılına sahip kasiyer ise artık uzman kasiyer şeklinde bir unvana sahip olmalıdır. Burada ücretleme politikalarında sadece iş değerlemeye göre bir ücret belirlemenin yaratacağı eksikliğin giderilmesi ve 1 yıl kıdemi olan bir mavi yakalı çalışanın 10 yıl sonra yine aynı maaşa maruz kalmasının önüne geçilmesi istenmektedir.

İş değerleme bir örgütte önemle üzerinde durulması gereken uygulamaların başında gelmektedir. Ama genellikle Türkiye'de faaliyet gösteren örgütler tarafından iş değerleme uygulamaları dikkate alınmamaktadır. Örneğin Esen (2023) tarafından büyük ölçekli bir kurumda yapılan bir araştırmada çalışanlar insan kaynakları yönetimi uygulamalarından ücret yönetimi ile ilgili faaliyetleri yetersiz bulduklarını ifade etmişlerdir. Genellikle işletmelerde işlerin ücretleri yönetim tarafından subjektif bir şekilde belirlenmekte ve iş değerlemesi gibi objektif uygulamalar göz ardı edilmektedir. El Balshy & Ismael (2023) işe dayalı ücretlendirmede adilliği teşvik etmenin ücret sonlarını çözebileceğini söylemekte ve politika yapıcıların iş değerlemenin uygulanmasında yol gösterici olan bilgi toplama,

iş tanımı hazırlama, puanları belirleme, işleri yeniden tasarlama gibi uygulamaların adilliğini ve nesnelliğini artıracak şekilde formüle edilmesini önermektedir. İş değerleme uygulaması sadece adil ve düzenli bir ücret sisteminin belirlenmesinde değil aynı zamanda yeni eleman alımları, örgüt içi eğitimlerin belirlenmesi, terfi ve tayin işleri, insan kaynakları işlevleri ve işgücünün nitelik – nicelik olarak planlanması gibi pek çok alanda fayda sağlamaktadır. Örneğin Arizona ve diğerleri (2023) tarafından yapılan bir çalışmada iş değerlemesinin iş verimliliği üzerinde önemli bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Lestari ve diğerleri (2021) tarafından KOBİ çalışanları üzerine yapılan çalışmada çalışanların iş değerlendirme puan yöntemine göre ücret almasının memnuniyetlerini arttırdığı, işten ayrılma düzeylerini azalttığı ve bağlılıklarını arttırdığı ifade edilmiştir. Tenhiala ve diğerleri (2023) ise iş değerlemesine bağlı ücret dağılımında yüksek maaş alan kişilerde işe dayalı ücret dağılımı ile çalışan tutumları arasında daha güçlü ilişki olduğunu tespit etmiştir. Hatta Barrett (2022), Chordiya ve Hubbell (2023) da iş değerlemenin kadın ve erkekler arasında yaşanan cinsiyete dayalı ücret eşitsizliklerinin önüne geçmede etkili bir yöntem olduğunu gözlemlemişlerdir. Tüm bu faydalar gözetilerek işyerlerinde iş değerlemesi yapacak yöneticilere ve bu konu üzerinde akademik çalışma yapacak araştırmacılara bir kaynak oluşturulması arzulanmaktadır. Hem çalışma hayatına hem de akademik literatüre katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

Çalışmada bazı kısıtlılıklar bulunmaktadır. Bir alışveriş merkezi baz alınarak uygulanan değerleme 2023 yılı Nisan ayında tamamlanmıştır. 2023 yılının ilk çeyreğinde Türkiye'de kabul edilen asgari ücret 8506,80 TL idi. Bir diğer kısıt ise çalışma yapılan ilin Isparta olmasıdır. Ücret önerisi hazırlanırken Türkiye'de uygulanan asgari ücret seviyesi ve Isparta ili gözetilerek çalışma tamamlanmıştır.

KAYNAKÇA

AKDAĞ, Z. A. (2007). *Taşımacılık sektöründe iş değerlemesi ve bir uygulama* (Yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

AKINCI, Z., KASALAK, M. & YURCU, G. (2015). Konaklama işletmelerinin iş değerleme süreçlerinde puanlama yönteminde hedef programlama tekniğinin kullanılması. *Journal of Tourism Theory and Research*, *Cilt* 1(1), 29-39. http://doi.org/10.24288/jttr.202820

AŞKUN, İ. C. (1969). *İş değerlemesi ve Türkiye'deki uygulama*. Ankara: M.P.M Yayınları.

AKÜN, F. (1984). İş değerlendirmesinin temelleri. İstanbul: Kutyay Yayınevi.

AKYİĞİT, E. (2010). İş hukuku. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

ARİZONA, D., LADEWİ, Y., & SAMSUDDİN, H. (2023). The Effect of Job Evaluation, Work Environment and Supervision on Work Effectiveness of Public Works and Spatial Planning Office Employees in Lahat Regency. *Journal of Indonesian Management (JIM), Cilt3*(2), 199-204. https://doi.org/10.53697/jim.v3i2.1274

ARMSTONG, M., CUMMİNS, A., HASTİNGS, S. & WOOD, W. (2003). Job evaluation: A Guide to achieving equal pay. London: Kogan Page.

ATAAY, İ. D. (2015). *İş değerleme. İ. İ. Üyeleri içinde.* İnsan kaynakları yönetimi (7. bs). İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, İstanbul: Beta Yayınları.

ATALAY ODABAŞI, N. & AKŞİRİN BORLUK, Ç. N. (2014). İnsan kaynakları yönetimi. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

BAĞDAŞ, S. (2017). İnsan kaynakları yönetimi iş değerleme süreci ve bir uygulama araştırması (Yüksek lisans tezi). Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ağrı.

BARRETT, G. V. (2022). If sex discrimination in pay is still a societal problem, job evaluation is the answer. *Industrial and Organizational Psychology, Cilt 15*(1), 61-64. https://doi.org/10.1017/iop.2021.136

BAYAR, A.G. H. T. & ACAR, O. K. (2017). Sağlık sektöründe iş değerleme: *Ö*zel bir hastane uygulaması. *Tebliğler Kitabı*, 65.

BAYRAKTAROĞLU, S. (2008). *İnsan kaynakları yönetimi*. Sakarya Yayıncılık.

BENLİGİRAY, S. (2003), Ücret yönetimi. Eskişehir: Beta Yayınevi.

BİNGÖL, D. (2016). *İnsan kaynakları yönetimi*. İstanbul: Beta Basım.

BRENNAN, C. W. (1963). *Wage administration plans,practices and principles*. Illınois: Richard D. Irwin Inc. Homewood.

CARRELL, M.R. & KUZMİTS, F.E. (1982). *Personnel management of human resources*. Columbus: Charles E. Merrill Publishing Company.

CASCIO, W. F. & AGUINIS, H. (2005). *Applied psychology in human resource management* (7th Ed). Pearson Education.

CHORDİYA, R., & HUBBELL, L. (2023). Fostering internal pay equity through gender neutral job evaluations: A case study of the federal job evaluation system. *Public Personnel Management, Cilt 52*(1), 25-47. https://doi.org/10.1177/00910260221124866

COLE, G. A. (2002). *Personnel and human resource management*. London: Thomson Learning.

DARMAVİKA, D. M. A., & RİDWAN, M. S. (2023). The influence of job training, work competency, and job evaluation on employee performance at PT. BPR bank jombang perseroda. *Asian Journal of Applied Business and Management*, *Cilt 2*(1), 27-46.

DEĞİRMENCİ, G. (1993). *Pozisyon analizi anketi (paa) ve yönetsel pozisyon anketi (yaa) ile metal işkolunda bir iş değerlemesi uygulaması*. (Yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

ESEN, D. (2023). Muhasebe çalışanlarının insan kaynakları yönetimi uygulamaları ve iş tatminine yönelik algılarının örgütsel bağlılıkları üzerindeki etkisi. *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries, Cilt7*(12), 142-156. https://doi.org/10.55775/ijemi.1216346

EFE, Ö. (2020). İş değerlemeye dayalı olarak yeni ücret sistemlerinin kurulması: Bir uygulama örneği. (Yüksek lisans tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Bursa.

EL BALSHY, S. A. E. M., & ISMAEL, M. (2023). Job evaluation as a mechanism for achieving the fairness of a wage structure in the administrative system: theoretical perspectives. *Journal of Humanities and Applied Social Sciences, Cilt 5*(1), 3-19. https://doi.org/10.1108/JHASS-02-2021-0038

ELİZUR, D. (1980). *Systamatic job evaluation and comparable worth*. Vermond: Gower Publishing Company Limited.

FRASER, S. L., CRONSHAW, S. F. & ALEXANDER, R. A. (1984). Generalizability analysis of a point method job evaluation *ınstrument*: A field study. *Journal of Applied Psychology, Cilt 69* (4), 643–64. https://doi.org/10.1037/0021-9010.69.4.643

İPÇİOĞLU, İ., UYSAL, G. & CANDAN, C. (2009). Faktör puan yöntemi iş değerlemesinin mavi yakalı işgörenlerin tutum ve davranışları üzerine etkileri: Bir gıda işletmesinde uygulama. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (23).

İSKEFİYELİ, Ö. (2008). İş değerlendirme ve ücret sistemleri ilişkisi üzerine yeni bir model. (Yüksek lisans tezi). Kocaeli Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kocaeli.

LESTARİ, Y. S., FAHMİE, A., & ZULAİFAH, E. (2021). The Impact of Remuneration toward Salary Satisfaction: A Case Study on Job Evaluation Method in SME Employees in Central Sulawesi, Indonesia. *Journal of Nonformal Education, Cilt 7*(2), 217-225. https://doi.org/10.15294/jne.v7i2.32029

KAHYA, E. (2007). Metal işkolunda bir işletme için iş değerleme sisteminin geliştirilmesi. *Endüstri Mühendisliği Dergisi, Cilt 17*(4), 2-21.

KELLY, R. L. (1972). *Job evaluation and pay plans*. New York: McGraw Hill Book.

KURGUN, O. A. & YEMİŞÇİ, D. A. (2007). *İş değerlemede puan yöntemi ve büyük ölçekli bir otel işletmesinde uygulama*. *Çimento İşveren Dergisi*, *Cilt 21*(4), 4-15.

GÜNER, M., İLLEEZ, A. A., & ÜNAL, C. (2011). Constitutıng the salary scale in apparel plants by application of analytical job evaluation method. *Textile and Apparel, Cilt 21*(1), 72-76.

MADIGAN, R. M. & HIILS, F. S. (1998). Job evaluation and pay equity. *Public Personel Management*, *Cilt 17*(3), 323-330.

MARMARA, S. (2019). *İş değerlemesinin çalışanların ücret hakkaniyeti algısına etkisi: bir alan araştırması.* (Yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

MCNABB, R. & WHITFIELD, K. (2001*).* Job evaluation and high performnce work practices: Compatible and conflictual. *Journal of Management Studies*, *Cilt 38*(2), 293-312.

OLCAY, A., DÜĞENCİ, M., İPEK, M. & TÜRKOĞLU ELİTAŞ, M. N. (2023). İş değerlendirme sürecinde çok kriterli karar verme teknikleri üzerine bir uygulama. *International Journal of Engineering Research and Development, Cilt 15*(1), 91-106. https://doi.org/10.29137/umagd.1135951

ÖZGEN H., ÖZTÜRK, A. & YALÇIN, A. (2005). İnsan *kaynakları yönetimi*. Ankara: Nobel Kitapevi.

PELİT, E. & GÖKÇE, F. (2019). İnsan kaynakları yönetimi işlevi olarak iş değerleme–ücret yönetimi süreci ve karşılaşılan sorunlar: *Turizm işletmeleri üzerine kavramsal bir değerlendirme. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 3*(3), 369-382. https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.167

ROCK, M. L. & BERGER, L. A. (1991). *The compensation handbook*. USA: McGraw-Hill

SABUNCUOĞLU, Z. (2023). İnsan kaynakları yönetimi (10. Baskı). Bursa: Ekin Yayınevi.

SÖĞÜT, A. (2019). *İş değerlemede faktör ağırlıklandırma yöntemi ve büyük ölçekli işletmede uygulama.* (Yüksek lisans tezi). Konya Teknik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Konya.

ŞENEL, M., ŞENEL, B. & BALÇIK, G. (2018). İş değerleme prosedürünün dizaynı: Tekstil sektöründe bir uygulama. *International Social Sciences Studies Journal, Cilt 4*(28), 6267-6276. https://doi.org/10.26449/sssj.1108

TENHİÄLÄ, A., KEPES, S., & JOKELA, M. (2023). Contingencies in the effects of job-based pay dispersion on employee attitudes. *Human Resource Management. Cilt 62*(6), 989-1006. https://doi.org/10.1002/hrm.22183

TOP, A. (1996). Üretim sistemleri*: Analiz ve planlaması*. İstanbul: Alfa.

TOSUN, K. (1983). İş değerlendirme ve metal sanayi iş gruplandırması sistemi *MESS*. Erkmen Matbaası.

VAN SLIEDREGT, T., VOSKUIJL, O. F. & THIERRY, H. (2001). Job evaluation systems and pay grade structures: Do they match?. *The International Journal of Human Resource Management*, *Cilt 12*(8), 1313–1324. https://doi.org/10.1080/09585190110083811.

YALÇIN, S. (1988), *Personel yönetimi*. İstanbul İşletme Fakültesi Yayını.

YAZAR, F. F. (2021). Uluslararası işletmelerde iş değerleme ve ücret yönetimi uygulamaları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 1*(39): 130-153.

YILDIZ, G. & BALABAN, Ö. (2006). İş değerleme ve ücret yönetimi. Sakarya: Sakarya Kitabevi.

Summary

This study aims to evaluate the jobs done in a shopping mall operating in Isparta province in 2023 and determine the wage policy. The jobs that will be included in the valuation consisted of the positions in the management staff of the shopping center and the positions in the market. The point method, which is one of the numerical job valuation methods, was used to evaluate the jobs. With the point method, it is ensured that the jobs are scored according to the factors of skill, effort, responsibility and work conditions. Then, market wage research was conducted in order to reveal a wage policy for the jobs. For jobs, the wages given in Kariyer.net, Turkey and other businesses in Isparta were determined and a wage proposal was made based on the valuation points.

The positions in the management staff of the shopping center and the positions in the market are divided into two groups according to their blue-collar and white-collar status. In order to reveal the relative importance and value of the jobs included in the appraisal, skill, responsibility, effort and work conditions factors were determined separately for white and blue collar jobs, and 12 sub-factors

were determined for these main factors. They were sorted and grouped according to the scores they got from the valuation of the job in question according to the determined factors. According to the valuation, stores general manager 881, shopping mall manager 843, accounting finance manager 783, purchasing manager 776, data processing manager 710, purchasing assistant manager 682, store manager 651, accounting finance assistant manager 650, shopping mall manager Assistant 632, human resources officer 589, e-commerce responsible 564, assistant store manager 512, accounting staff 505, human resources staff 469 and secretary position 309 points. Among the blue collar jobs, the technical unit supervisor received 733 points, the warehouse supervisor 577, the technical unit personnel 486, the department chief 483, the IT personnel 423, the store personnel 384, the cashier 313 and the beverage service personnel 301 points. Since it is known that the qualifications of the high-score jobs are high, the most qualified, knowledge-skill and responsibility-requiring jobs are performed by the general manager of the stores within the white collar jobs and by the technical unit manager in the blue collar jobs. The highest group, IX. Stores general manager, shopping mall manager, accounting finance manager and purchasing manager positions in the group job range are in the highest wage group. II. Cashier, secretary and beverage service personnel positions in the group job range are in the lowest wage group. When the labor is divided into types according to their scores, it is classified as plain labor, skilled labor and professional labor according to the score ranges. As a result of the wage research and valuation, it has been determined that the wages of some jobs are low, while the wages of some jobs are high. Considering the salary of the general manager of the stores from the blue collar jobs, it is determined that it is 153 thousand TL according to the Turkey average, 74820 TL according to the Kariyer.net average, and 33834 TL according to the Isparta average. According to the results of the job valuation, a salary of 29 thousand TL was offered to the position that received 881 points. Again, the wages of the position of technical unit supervisor, who received the highest score with 733 points from Blue-collar jobs, were determined as 21.500 TL according to Turkey average, as 19915 according to Kariyer.net average and 15167 TL according to Isparta average, and a salary of 17000 TL was suggested. Wages have been adjusted for other positions as well.

The subject of job evaluation is one of the applications that should be emphasized in an organization. However, job valuation practices are not taken into account by organizations operating in Turkey. The wages of the jobs are mostly determined subjectively by the management and objective practices such as job valuation are ignored. This study aims to provide resources for managers who will conduct job evaluations and researchers who will conduct academic studies on this subject. It is thought that it will contribute to both working life and academic literature.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);170-189
DOI: 10.17336/igusbd.1429433

ORIGINAL ARTICLE / ÖZGÜN ARAŞTIRMA

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Zonguldak Merkez İlçedeki Satılık Konut Fiyatlarına Etki Eden Unsurların Çoklu Regresyon Modelleri ile İncelenmesi

Investigation of the Factors Affecting Housing Prices for Sale in Zonguldak Central County Using Multivariate Regression Models

İlknur ZEYDAN

Dr, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Obezite ve Diyabet Uygulama ve Araştırma Merkezi, Zonguldak, Türkiye.
✉ ilknur.oral@beun.edu.tr

Geliş/Received: 01.02.2024
Kabul/Accepted: 15.04.2024

Öz

Amaç: Son dönemlerde ekonomide yaşanan dalgalanmalar ve konut kiralarının artması nedeniyle tüketiciler ev satın almaya yönelmektedirler. Bu nedenle, satılık konut ilanların incelenmesi ve fiyat tahmin modeli oluşturulması gerekli görülmüştür. Bu çalışmada, Zonguldak Merkez İlçede bulunan mahallelerdeki satılık ilanlarından elde edilen bilgilerle fiyat tahmin modeli oluşturmak amaçlanmıştır.

Yöntem: Veri temini amacıyla RStudio ortamında "rvest" kütüphanesi kullanılmıştır. Veriler Hepsi Emlak web sitesinden elde edilmiştir. Konut fiyatlarının tahmininde çoklu doğrusal ve doğrusal olmayan regresyon modelleri kullanılmıştır.

Bulgular: Zonguldak Merkez'de bulunan satılık evlerin ortalama fiyatı 2.320.000 TL'dir. Çoklu doğrusal regresyon modeli satılık konut fiyatları varyansındaki değişimin yaklaşık %60'ını açıklayabilirken, doğrusal olmayan çoklu regresyon modeli varyansın %62'sini açıklamaktadır.

Sonuçlar: Doğrusal modelde, konut fiyatını en çok arttıran değişkenler sırasıyla oda sayısı, kat sayısı ve konut alanıdır. Bina yaşının artması ise satılık konut fiyatını düşürmektedir. Doğrusal olmayan modelde sadece konut alanı ve bina yaşı anlamlı bulunmuştur. Bu çalışmadan elde edilen bulguların, emlak sektörüne ve pazarlama alanında çalışan akademisyenlere katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler

Satılık konut, fiyat analizi, fiyat tahmini, regresyon modeli, Zonguldak

İlknur Zeydan, "Investigation of the Factors Affecting Housing Prices for Sale in Zonguldak Central County Using Multivariate Regression Models", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 170-189.

Abstract

Aim: Due to the recent fluctuations in the economy and rising rents, consumers tend to buy houses. For this reason, it was deemed necessary to examine housing advertisements for sale and create a price prediction model. In the study, it was aimed to create a price prediction model with the information obtained from for-sale advertisements in districts of Zonguldak Central County.

Method: The "rvest" library was used in the RStudio environment to obtain data. The data was obtained from the Hepsi Emlak website. Multiple linear and nonlinear regression models were used to estimate housing prices.

Results: The average price of houses for sale in Zonguldak Center is 2,320,000 TL. While the multiple linear regression model can explain approximately 60% of the variation in the variance of house prices for sale, the nonlinear multiple regression model explains 62% of the variance.

Conclusion: In the linear model, the variables that increase the housing price the most are the number of rooms, number of floors, and housing area, respectively. Increasing the age of the building reduces the price of housing for sale. In the nonlinear model, only housing area and building age were found as significant. It is thought that the findings obtained from this study will contribute to the real estate sector and academicians working in the field of marketing.

Keywords

House for sale, price analysis, price forecast, regression model, Zonguldak

Giriş

Konutlar, insanların temel ihtiyaçları arasında yer alan barınma ve güvenlik ihtiyaçlarını karşılayan aynı zamanda yaşam eylemlerini (dinlenme, yemek yeme vb.) gerçekleştirdikleri alanlardır (Yayar & Gül 2014:88). Konut, barınma hizmetinin yanı sıra aynı zamanda kira ve değer artışı da sağlayan fiziksel bir mekândır. Bu özellikleri ile hem tüketim malı hem de yatırım malı olarak ticarete konu olur. Yatırım aracı olarak görülmesi nedeniyle ekonomik bir birimdir. Aynı zamanda uzun ömürlü ve taşınmaz olma özelliği ile heterojen özellik gösterir (Büyükduman 2014:16; Güller & Varol 2022:378-379). Aidiyet hissi verdiği için sosyal bir ortam oluşturur (Küçükkaplan & Amca Aldı 2017:221). Türkiye'de devletin amaç ve görevleri arasında barınma ihtiyacının karşılanması Anayasa'nın 5. maddesinde sayılmıştır.

Konut piyasası, arz ve talebin karşılaştığı yerlerdir. Bir konutun değerini, fiyatı belirlemektedir. Bu değer belirlenirken birçok unsur tarafından etkilenmektedir. Sürekli değişen konut fiyatları, gelir, harcama ve sosyoekonomik koşullar nedeniyle hem birey hem de devlet açısından endişe oluşturmaktadır. Konut piyasası, mekânsal farklılıklardan, yapısal özelliklerden, çevresel özelliklerden ve makroekonomik değişkenlerden etkilenmektedir (Yayar & Karaca, 2014:509). Her bir konutun diğerine göre farklı fiziksel ve konumsal özellikleri vardır. Bu yüzden konut piyasası heterojendir. Konut satın alınması bu heterojen yapıdan dolayı karmaşık ve zor bir süreçtir. Fiyat ise karmaşık olan bu süreçte konut satın almak isteyen tüketicilerin en önemli yardımcı ve belirleyici unsurudur. Konut fiyatları, talebe göre hızla değişmektedir. Yerel politikalar nedeniyle bazen bu sürecin takip edilmesi zor olmaktadır. Bu nedenle konut fiyatlarında zarara uğramak kaçınılmazdır. Konut piyasası, arazinin kullanımı ve onu etkileyen faktörlerle de ilgilidir. Bu faktörlerin konut ile etkileşimi, yeni binaların yapılması ve geliştirilmesi kaçınılmaz bir unsurdur. Arz, talep, ekonomi, finans, sosyoloji gibi faktörlerle etkileşim içinde olması konut piyasasının, ekonomide önemli bir yerde olmasını sağlar, dinamik, çok fonksiyonlu ve disiplinler arası bir karakteristik özelliğinin oluşmasına neden olur (Selim & Demirbilek 2009:74).

Konut fiyatlarını etkileyen ilk etken her zaman enflasyon ve faiz olmuştur. Konut piyasasında fiyat oluşurken birçok unsurdan etkilenmektedir. Bunlar arz ve talep, enflasyon, maliyetler ve faiz oranları gibi makroekonomik göstergelerdir. Konut piyasası, talebin fazla olduğu dönemlerde arz sorunu

var ise konut sorununun ortaya çıktığı bir piyasadır. Arzın talebe karşı yetersiz kalmasının nedenleri olarak konutun diğer mallar gibi seri şekilde üretilememesi, stoklanamaması, yapımının uzun sürmesi gibi sorunlar gösterilebilir. Arz yetersiz olursa konut fiyatlarının yükselmesi kaçınılmazdır (Güller & Varol 2022:378-379; İçli 2015:33). Aynı zamanda konut fiyatını, bireyin gelir durumu, bireylerin tercihleri, diğer malların fiyatı, aile yapısı, nüfus artışı, sosyal ve kültürel olanaklar, konutun konumu ve özellikleri, kentleşme düzeyi gibi unsurlarda etkilemektedir (Yayar & Bursal 2019:2012). Konutun fiyatı, konutun sahip olduğu farklı özelliklere göre belirlenmektedir. Konut fiyatını belirlemek, konutun pazar değeri açısından ekonomik anlamda önemlidir (Mooya, 2016:181). Konut arzını ise faiz oranı, piyasa olanakları, finansman olanakları, hükümet politikaları, arsa stoku, yapı malzemelerinin maliyeti ve teknolojideki gelişmeler gibi faktörler etkilemektedir (Öztürk & Fitöz 2009:22). Konut piyasası bazen karlı bir yatırım aracı olarak görülebilir. Konut piyasasının 3 temel özelliği bulunmaktadır (Yayar & Gül 2014:88):

- Konutlar farklı konut sektörlerinde farklı fiyatlandırmaya tabi tutulabilirler.
- Konut piyasası hakkında alıcılar tam bilgiye sahip değillerdir.
- Konut için yapılan araştırmalar sonucunda konut talebi oluşmaktadır.

Dünya'da konut sektörü, Covid-19 pandemisine rağmen 2020 yılında 10,5 trilyon dolar hacme ulaşmıştır (https://www.msci.com). Konut fiyatlarındaki değişmeler bir bölgedeki talebi etkilediği gibi ona bağlı olarak ekonomiyi de etkilemektedir. Özellikle 2007 yılında ABD'de yaşanan konut sektöründeki kriz kısa sürede küresel bir krize dönüşmüştür. Bu süreçten sonra düşük gelirli kişilere, konut kredisi ve tüketici kredileri gibi krediler sunulmuştur. İpotek karşılığı verilen kredilerin geri ödenmesinde yaşanan sorunların etkileri de günümüzde ayrı bir krize neden olmuştur (Kördiş vd., 2014). Türkiye'de bu krizden nasibini almıştır. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın 2014 yılı verilerine göre, önce konut fiyatı endekslerinde bir düşüş yaşanmış, krizin etkisinin geçmesiyle beraber endeks yeniden yükselmeye başlamış ve konut sektörü toparlanmıştır (https://www.tcmb.gov.tr/). Konut piyasası diğer sektörlerden farklı işlemektedir. Çünkü konut sektörü, arzda maliyetin yüksek olması, arzda hemen artış sağlanamaması, farklı özelliklerden oluşması, mal ömrünün uzun olması ayrıca finansal işlemlerde teminat olarak sayılması nedeniyle ekonomiye yön veren bir sektördür (Iacoviello, 2000:8).

Konut ile ilgili tüm unsurlara bakıldığında, 2023 yılının tüm geçmiş yıllara oranla daha fazla belirsizliğe sahip olduğu anlaşılmaktadır. Açıklanan rakamlara bakıldığında Eylül 2021'de yıllık bazda %35,6 artan konut fiyatlarının Eylül 2022'de %189,1'e kadar arttığı görülmüştür. Mart 2023'te ise konut fiyatlarındaki artış %132,8'dir. 2023 yılı Mayıs ayı enflasyon verisine göre normalde 12 aylık TÜFE değişimine göre kira artış oranı, Ağustos ayı için yüzde %63,72 olmuştur. Ancak devletin yayınlamış olduğu sözleşmelerde artış için üst sınır %25 olarak belirlenmiştir. Zonguldak İncivez Mahallesinde 1+1 kiralık konut fiyatları 5.000 TL ile 15.000 TL arasında değişmektedir. Yine Bahçelievler Mahallesinde 3+1 kiralık ev fiyatları 3.500 TL ile 15.250 TL aralığında ilana sunulmaktadır. Buna benzer ilanlar emlak sitelerinde oldukça yaygındır (www.hepsiemlak.com). Kiralara bu şekilde bakıldığında ev satın almak daha mantıklı hale gelmektedir (https://kadimhukuk.com.tr). Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2021 yılında yayımlamış olduğu "Bina ve Konut Nitelikler Araştırması" raporuna göre Türkiye'deki konutların %60,7'sinin ev sahibi ve %27,6'sının da kiracı olduğu belirtilmiştir (TÜİK, 2021).

Yoğun talep sebebiyle konut fiyatlarında yaşanan uç değerlerdeki artışlar konut sahipleri ve alıcıları karşı karşıya getirmiştir. Konut sahipleri evlerini daha yüksek değerlerden satmak, alıcılar ise bütçelerine uygun ev almak için çaba göstermektedirler. Emlak fiyatlandırma şirketi Endeksa'nın raporuna göre, 2023 yılı Ocak ayı sonunda açıklanan verilere göre konutlarda, Türkiye'de en fazla değer kazanan iller sırasıyla Antalya, Karabük, Denizli, Hakkâri ve Trabzon olmuştur. Yaşanan büyük deprem felaketinin ardından Türkiye'de bir tarafta eşsiz bir dayanışma örneği yaşanırken, diğer yandan emlak fırsatçıları için suistimal edilebilir bir ortam oluşmuştur. Yaşanan felaket sonrasında pek çok şehirde kiralık konut fiyatlarında %50'yi aşan, satılık konutlarda ise 50 bin liradan 600 bin liraya kadar ulaşan yükselişler görülmüştür.

Bu çalışmada, Zonguldak Merkez ilçede yer alan satılık konutların fiyatı regresyon modeli ile tahmin edilmeye çalışılmıştır. Bu araştırmada, günümüzde yaşanan ekonomik dalgalanma ortamında Zonguldak'taki satılık ev fiyatlarını tahmin etmek ve fiyatı etkileyen unsurların araştırılması

hedeflenmiştir. Bu çalışma, kiralık ev fiyatlarının çok yükseldiği ve bu sebeple konut satın alma talebinin arttığı dönemde yapılmış olduğu için oldukça önemlidir. Araştırma, Zonguldak'ta satılık konut fiyatlarını tahmin etmek için yapılan ilk çalışma olduğu için oldukça özgündür. Bu konu ile ilgili Zonguldak'ta daha önce yapılan bir araştırma bulunmamaktadır. Literatürdeki çalışmalarda, konutun bulunduğu kat, oda sayısı, salon sayısı ve konut büyüklüğünün fiyatı arttırdığı (Mutluer, 2008:240; Şahin Kutlu & Kutlu, 2019:315), bina yaşının ise fiyatı düşürdüğü belirtilmiştir (Yayar & Gül, 2014:87). Bu bilgilerin ışığında araştırma hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

H_1: Zonguldak'ta satılık konut fiyatını, konutun alanı arttırmaktadır.

H_2: Zonguldak'ta satılık konut fiyatını, oda sayısı arttırmaktadır.

H_3: Zonguldak'ta satılık konut fiyatını, salon sayısı arttırmaktadır.

H_4: Zonguldak'ta satılık konut fiyatını, konutun bulunduğu kat arttırmaktadır.

H_5: Zonguldak'ta satılık konut fiyatını, bina yaşı azaltmaktadır.

Çalışmanın geri kalanı şu bölümlerden oluşmaktadır. Kavramsal çerçevede, konut fiyatının tahmin edildiği çalışmaların özeti sunulmuştur. Yöntem bölümünde, çalışma alanı tanıtılmış ve verilerin nasıl temin edildiği açıklanmıştır. Bu bölümde ayrıca, çoklu regresyon modeli hakkında bilgiler verilmiştir. Elde edilen bulgular bir sonraki bölümle sunulmuş ve tartışılmıştır. Çalışma, sonuç ve öneriler bölümü ile bitmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Yapılan araştırmalarda, Türkiye'deki konut sektörünün geleceğine ilişkin öngörülere bakıldığında, yaşam standartlarının yükselmesi, yaşam tarzı değişiklikleri, yaşanan hızlı nüfus artışı ve bu nedenle meydana gelen yoğun göçler nedeniyle konut ihtiyacının artacağı, eski yapıların yenilenmesi nedeniyle kentleşme ve kentsel dönüşüm faaliyetlerinde artış olacağı düşünülmektedir (Kördiş vd., 2014:104-105; Özöğür Akyüz vd., 2023:1216-1217). Özellikle son 10 yılda inşaat sektöründe önemli bir artış görülmektedir. Türkiye'de ekonomik kalkınmada inşaat sektörünün de rolü büyüktür. Bu nedenle, konut piyasası özellikle bu piyasayı etkileyen faktörler ve fiyat tahmini açısından akademik çevre ve bilimsel çalışmalarda akademik ilginin oluşmasına neden olmaktadır (Kördiş vd., 2014:106-107).

Günümüzde yaşanan pandemi, ekonomik kriz ve savaş gibi durumların neden olduğu tahribatlar incelendiğinde, konut sektöründe yaşanan fiyat dalgalanmaları ve bu değişimin nedenleri, fiyatların nasıl belirlendiği, yaşanan bu fiyat artışlarının nasıl önleneceği hususunda yapılan araştırmalar bu dönemde önem kazanmaktadır. Türkiye'de konut fiyatlarında yaşanan değişimleri incelemek ve değerlendirmek oldukça zordur. Fiyat ile ilgili veri setine ulaşılmış olsa bile, analizde kullanılan yöntemin veri setiyle uyum içinde olması gerekmektedir. Türkiye'de konut sektörü oldukça önemlidir. Ve bu alanda yapılmış sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Türkiye'de konut sektörüyle ilgili çalışmalarda genel olarak, konutun yapısal özelliklerinin fiyata etkisi ve makroekonomik göstergelerle konut fiyatları arasındaki ilişkiler araştırılmıştır (Öztürk & Fitöz, 2009:21-22). Konut piyasasında il düzeyinde yapılan çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu çalışmalarda genel olarak il düzeyinde, hedonik yaklaşımla konut fiyatlarını etkileyen faktörler analiz edilmiştir (Mutluer, 2008:240; Üçdoğruk, 2001:1-3; Ustaoğlu, 2003:149-150).

Konutun konumsal ve yapısal özellikleri, konutun bulunduğu il ve ilçenin sosyo-ekonomik durumu gibi faktörler konutun fiyatını etkilemektedir (Wen, Jia & Guo, 2005:907-914). Yapısal özellikler kat sayısı, salon sayısı, banyo sayısı, oda sayısı, asansör, alanı, binanın yaşı gibi fiziksel durumları ifade eder. Konumsal özellikler ise merkeze olan uzaklık, denize olan uzaklık, manzara, alışveriş merkezlerine yakınlık gibi özellikleri, il ya da ilçenin sosyo-ekonomik durumu ise konutun bulunduğu yerdeki gelir düzeyi, piyasa durumu, mal ve malzemelerin fiyatı gibi özellikleri kapsamaktadır (Kördiş vd., 2014:105). Konut fiyatlarını tahmin ederken kullanılan modellerde daha çok konutun konumu, alanı, kat ve oda sayısı gibi değişkenler kullanılmaktadır (Şahin Kutlu & Kutlu, 2019:315).

Kain ve Quigley'in 1970 yılında yaptıkları çalışmada, konut fiyatını, oda sayısının büyük oranda etkilediğini bulmuşlardır. Straszheim 1973 yılında yaptığı çalışmada ise konutun satış fiyatı ile konut yaşı ve konut büyüklüğü arasında anlamlı bir ilişki olduğunu söylemiştir. Ayrıca konutun bulunduğu yerin de fiyat için önemli olduğunu savunmuşlardır (Daşkıran, 2015:851).

Konut Fiyat Endeksleri (KFE), konut fiyatlarındaki değişimleri tahmin etmek için yaygın olarak kullanılmaktadır. Konut fiyatı, konutun bulunduğu bölge, ilçe, nüfus, gelir gibi diğer faktörlerle güçlü bir şekilde ilişkili içerisinde olduğundan çoklu regresyon modeli uygulamaları, konut fiyat tahmin için daha doğru sonuçlar sağlamaktadır (Quang vd., 2020:433-434). Boston'daki konut piyasasının araştırıldığı bir çalışmada, konut fiyatları tahmini yapılırken konutun alanı, oda sayısı, banyo sayısı, asansör ve otopark gibi değişkenler ele alınmıştır. Konut fiyatı ile bölgenin ekonomisi arasındaki ilişkinin önemine değinilmiştir. Ekonominin konut fiyatlarının tahmin edilmesinde önemli bir güdüleyici olduğu belirtilmiştir. Bu nedenle, hem alıcıların hem de satıcıların karar vermelerine yardımcı olmak için konut fiyatını önyargısız tahmin etmenin önemi vurgulanmıştır (Konwar vd., 2021:3308).

Türkiye'de 2796 konut için regresyon analizi yapılan bir çalışmada, konutun alanı ve asansörlü olması ile fiyat arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ancak, bina yaşı ve oda sayısı ile fiyat arasında anlamlı bir ilişki bulanamamıştır (Yayar & Bursal, 2019:2011). Öztürk ve Fitöz'ün 2009 yılında yapmış oldukları Türkiye'de konut piyasasındaki arz ve talebi etkileyen faktörleri regresyon analizi ile inceleyen araştırmada, konut fiyatlarındaki artışın konut talebi ile beraber büyüdüğünü tespit etmişlerdir (Öztürk & Fitöz, 2009:21-22). Türkiye'de konut fiyatlarının belirlenmesi amacıyla yapılan başka bir araştırmada ise konut tipi, alanı, oda sayısı, ısıtma sitemi, havuz gibi değişkenlerin fiyatı etkilediği bulunmuştur. Çalışmada kırsal alanlara göre kentsel alanlardaki konut fiyatlarının %26 daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Selim & Demirbilek, 2009:78-79).

İstanbul ilçelerinden Maltepe'de regresyon modeli ile konut fiyatını etkileyen unsurların incelendiği bir çalışmada, konut fiyatı ile konut yaşı arasında negatif bir ilişki bulunmuştur. Konut fiyatını tahmin etmek için kurulan iki ayrı regresyon modelinde konutun fiyatını etkileyen en önemli faktörün binanın alanı (m2) olduğunu bulunmuştur. Konutun bulunduğu kat ve oda sayısı modelde anlamlı çıkmamıştır (Kartal & Corum, 2020:57-58). İstanbul'da bir sitede fiyatı belirleyen faktörlerin araştırıldığı başka bir çalışmada ise konutun bulunduğu konumun fiyat üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu, konutun şehir merkezine uzaklığının fiyatı negatif etkilediği, sitede otopark, havuz, alanı ve oda sayısının konut fiyatlarını pozitif yönde etkilediği bulunmuştur (Cingöz, 2010:129-130).

Ankara ilinde yapılan bir çalışmada, konutun alanı, kat sayısı, asansör olması, oda sayısı, konutun yaşı, alış-veriş merkezine yakınlık gibi faktörlerin konut fiyatını etkilediğini bulmuşlardır (Karagöl, 2007:8). Ankara'da yapılan başka bir çalışmada ise Çankaya ilçesinde salon sayısı, oda sayısı, kat sayısı ve konutun alanı gibi faktörlerin konut fiyatını etkilediğini, konut alanının konut fiyatını açıklayan en iyi değişken olduğu bulunmuştur (Mutluer, 2008:240-241).

TRA1 (Erzurum, Erzincan ve Bayburt) bölgesi için konut fiyatına etki eden faktörlerin hedonik modelle araştırılan bir çalışmada 2017 yılı Ekim ve Kasım aylarında satılık ilanlarda yer alan 1000 konut incelenmiştir. Oda sayısı, merkeze olan uzaklık ve konut büyüklüğünün konut fiyatını belirleyen en önemli değişkenler olduğu belirlenmiştir. Bina yaşının konut fiyatını azalttığı; kat sayısı, doğu cephede olması, banyo sayısı gibi değişkenlerin konut fiyatını arttırdığı tespit edilmiştir (Çalmaşur & Emre-Aysin, 2019:77-78). TR38 bölgesi (Tokat, Amasya, Çorum ve Samsun) için yapılan başka bir çalışmada, 2012 yılı Mayıs-Eylül aylarında satışa sunulan 1453 konut örnekleme dâhil edilmiştir. Asansör sayısı, banyo sayısı ve kalorifer sisteminin konut fiyatını pozitif yönde etkilediği, konut kat sayısı ve fuel-oil ısınma sisteminin bulunması gibi değişkenlerin ise konut fiyatını negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Yayar & Karaca, 2014:509-510).

Üçdoğruk'un İzmir'in 8 ilçesinde yaptığı çalışmada, konutun genişliği, kalorifer sistemi, bulunduğu kat, oda sayısı, konutun yaşı, oda sayısı ve bulunduğu ilçenin gelir durumu gibi değişkenlerin fiyatı pozitif etkilediği belirtmiştir (Üçdoğruk, 2001:149). Muğla'daki konut fiyatlarını araştıran bir çalışmada konutun site içerisinde yer almasının ve oda sayısının konut fiyatını negatif etkilediğini bulmuşlardır. Konutun şehir merkezinde olmasının ise fiyatı pozitif etkilediğini bulmuşlardır (Baldemir vd., 2007:3).

Mersin kentinin merkezinde konut fiyatını belirlemek amacıyla doğrusal regresyon modeli yapılan başka bir araştırmada ise konutun kullanım alanı ve banyo sayıları gibi özelliklerin konut fiyatlarını artırdığı, binanın eski olmasının ise konut fiyatlarını düşürdüğü bulunmuştur (Yayar & Gül, 2014:87). Yapılan başka bir çalışmada, Antalya'daki konut fiyatlarını etkileyen faktörler incelemiş ve Antalya'da konut fiyatlarını etkileyen en önemli faktörlerin konut genişliği, yüksek gelirli bölge, deniz manzarası,

ısınma sistemi, kapalı otoparkının bulunması ve asansör gibi özellikler olduğu bulunmuştur (Kördiş vd., 2014:103).

Bandırma'da 2019 yılında yapılan bir çalışmada ise konutların satış fiyatına etki eden faktörler araştırılmış ve konutun büyüklüğü, konutun yaşı, kat durumu, oda sayısı gibi değişkenlerin konut fiyatını etkilediği bulunmuştur (Şahin Kutlu & Kutlu, 2019:313). 2021 yılında Madrid'de yapılan bir çalışmada konut fiyatında, konutun metrekaresinin ve banyo sayısının etkili olduğu belirtilmiştir (Oral vd., 2021:263). Denizli ilinde konut talebine etki eden faktörler incelenmiştir. Veriler www.hurriyetemlak.com sitesinden 9514 ilandan alınmıştır. Konut fiyatı ile asansör olması, banyo sayısı, konutun bulunduğu kat, oda sayısı, ısınma sistemi, sağlık kuruluşuna yakınlık, merkeze yakınlık ve eğitim kurumlarına uzaklık değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Konumu (mahalle, cadde, sokak), konutun yaşı ve toplu taşıma araçlarına uzak olması ile arasında bir ilişki bulunamamıştır (Daşkıran, 2015:850).

Samsun ilinde konut fiyatlarına etki eden faktörler regresyon modeliyle araştırılmıştır. Veri olarak emlak sitelerinden sadece 3+1, 395 konut ilanı dikkate alınmıştır. Dairenin kat sayısı, büyüklüğü, ulaşım duraklarına yakınlığı, asansörlü olması, ebeveyn banyosu ve deniz manzaralı olmasının konut fiyatını arttırdığı görülmüştür. Bununla birlikte bina yaşı arttıkça konut fiyatının azaldığı tespit edilmiştir (Bulut vd., 2015:122).

Eskişehir ili için konut fiyatlarına etki eden faktörler hedonik model ile araştırılmıştır. Çalışmada, 2016 yılı Kasım-Aralık ayına ait 4311 satılık ilan verisi kullanılmıştır. Oda sayısı, banyo sayısı özellikle ebeveyn banyosu, asansörlü olması, ankastre mutfak, otopark olması ve konut büyüklüğünün konut fiyatını arttırdığı; ısıtma sistemi ve kat sayısının olma durumunun ve konutun birinci katta olmasının konut fiyatını azalttığı sonucuna varılmıştır (Afşar vd., 2017:195). Osmaniye ilinde 160 satılık konut fiyatını etkileyen faktörler regresyon analizi ile incelemiştir. Konutun yaşı ve kat sayısı arttıkça fiyatının azaldığı, binadaki asansör sayısı ve konutun konumunun da fiyatı arttırdığı belirlenmiştir (Uladi & Uladi, 2017:475).

Nevşehir ili için 151 satılık ilanda yer alan 3+1 konutların verisi ile hedonik model analizi yapılarak fiyatı etkileyen faktörler araştırılmıştır. Dairenin büyüklüğü, bulunduğu kat sayısının yüksekliğinin konut fiyatını arttırdığı; konutun yaşı, ebeveyn banyosunun olmaması, kat sayısının fazla olması ve otopark bulunmaması değişkenlerinin ise konut fiyatını azalttığını bulmuşlardır (İslamoğlu & Bulut, 2018:80). Denizli ilinde konut fiyatının araştırıldığı başka bir çalışmada ise oda sayısı, kullanım alanı, bina yaşı, ısınma tipi, bulunduğu kat ve banyo sayısının konut fiyatını pozitif ve anlamlı etkilediği, salon sayısı ve dubleks olmasının fiyatı negatif ve anlamlı etkilediği bulunmuştur (Küçükkaplan & Amca Aldı, 2017:219). Denizli'deki başka bir çalışmada konut piyasası incelenmiş, bina yaşının konut fiyatını negatif olarak etkilediği, konutun alan büyüklüğü (m^2) ve banyo sayısının ise konutun satış fiyatını arttırdığı bulunmuştur (Kangallı Uyar & Keten, 2020:713).

Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan bir çalışmada konut fiyatlarını tahmin etmede kullanılan hedonik modellerin zaman içerisindeki gelişimi araştırılmıştır. Bu amaçla 2005 ile 2021 yılları arasında yayımlanan 252 makale incelenmiştir. Sırasıyla konut yaşı, konut alanı, banyo sayısı, oda sayısı, arsa alanı, garaj alanı, şömine, yüzme havuzu, markete gidiş süresi, havalandırma, bodrum katı, parklara mesafe, su manzarası ve konutun hacizli olup olmaması gibi değişkenlerin hedonik modellere en çok dahil edilen özellikler olduğu belirtilmiştir. Bu çalışmalar içerisinde en çok atıf alan yayınların ise emlakçıların etkisi, iklim, hava durumu, çevre koşulları, ekonomik etkiler, dışsallıklar, finansal etkiler, haciz durumu ve evin konumu gibi konuları inceleyen makaleler olduğu bulunmuştur (Khoshnoud vd., 2023:34).

Son zamanlarda, yurtdışında yapılan çalışmalarda konut özellikleri ile komşuluk özelliklerinin de (konutun çevresindeki tesislere ulaşım) fiyata etkileri araştırılmaya başlamıştır. Örneğin, Avustralya'nın Sidney şehrinde yapılan bir çalışmada ulaşım altyapısının konut fiyatlarına etkisi incelenmiştir. Cadde bağlantılarının yakınındaki konutlarda ve araçların park edilip şehir merkezine otobüs ile seyahat edilen bölgelerdeki konutlarda fiyatların düşük olduğu görülmüştür. Tren istasyonlarına yakın olan yerlerde ise konut fiyatının arttığı belirlenmiştir (Lieske vd., 2021:182). Benzer bir çalışmada ise Çin Halk Cumhuriyeti'ndeki Chengdu şehrinde metroya erişim ve metro ile erişilebilen bölgelerin konut

fiyatlarına etkileri araştırılmıştır (Yang vd., 2023). Norveç'in Oslo kentinde yapılan bir çalışmada da yeşil alanların yürüme mesafesinde olmasının konut fiyatlarını etkilediği vurgulanmıştır (Łaszkiewicz vd., 2022).

Endonezya'nın Jakarta şehrindeki konut fiyatlarının incelendiği başka bir çalışmada ise çoklu doğrusal regresyon, niceliksel regresyon ve destek vektör regresyonu yöntemleri kullanılmış, en iyi sonucu ise çoklu doğrusal regresyon modeli vermiştir (R2 = 0,798). Konutun toplu taşıma istasyonlarına, sağlık tesislerine, pazar yerine ve liselere yakınlığının konut fiyatlarını en çok etkileyen faktörler olduğu belirtilmiştir. Ayrıca, yeşil alanlara, rezervuar göllerine ve camilere yakınlık da konut fiyatlarını etkilemektedir (Zulkarnain & Arvianti, 2021: 1168).

Hollanda'da gerçekleştirilen diğer bir çalışmada ise rüzgâr türbinlerinin ve güneş enerjisi santrallerinin konut fiyatlarına etkisi araştırılmıştır. Boyu 150 metreden büyük olan rüzgâr türbinlerine 2 kilometreden daha yakın mesafedeki konut fiyatlarının %5,4 oranında düştüğü görülmüştür. Konutlara 1 kilometreden daha yakında bulunan güneş enerji santralleri ise fiyatları %2,6 oranında düşürmektedir (Dröes & Koster, 2021).

Konut özellikleri ve komşuluk ilişkileri haricinde makroekonomik göstergeler de konut fiyatlarını etkilemektedir. Çin Halk Cumhuriyeti'nde yapılan ve makroekonomik göstergelerin konut fiyatlarına etkisinin incelendiği çalışmada; tüketicilerin aylık gelirleri ile konut fiyatları arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki (r = 0,851) tespit edilmiştir. Konut fiyatlarını tahmin etmek için geliştirilen çoklu regresyon modelinin %8'den daha küçük hata ile tahmin yapabildiği belirtilmiştir (Liu, 2022). Litvanya'da yapılan diğer bir çalışmada ise makroekonomik göstergelerden gayri safi milli hasıladaki artışın ve tüketici harcamalarının konut fiyatlarını etkilediği ortaya çıkmıştır (Stundziene vd., 2022:833).

Araştırmanın Yöntemi

Konut talebinin artmasıyla gayrimenkul sektörü hızla büyüyüp gelişmiştir. Bu büyüme ile yeni konut projeleri ortaya çıkmaktadır. Konut piyasasına yapılan yatırımların güvenirliliğinin net bir şekilde ölçülebilmesi için doğru fiyatlandırma yöntemi oldukça önem arz etmektedir. Fiyat tahmini genel olarak iki yöntemle yapılmaktadır. Birincisi, "*geleneksel değerleme yöntemleri*", ikincisi ise "*ileri değerleme yöntemleri*"dir. Geleneksel değerleme yöntemleri; karşılaştırılabilir yöntem, yatırım/gelir yönetimi ve kar yöntemidir. Bu yöntemleri geliştirmek için çoklu regresyon tekniği daha yaygın olarak kullanılmaktadır. Satılık konutlarda, fiyat tahmini için doğrusal regresyon önerilen başlıca yöntemlerdendir (Özöğür Akyüz vd., 2023:1218). Gelişmiş değerleme yöntemleri ise yapay sinir ağları ve bulanık mantık gibi yöntemlerdir.

Çoklu Regresyon Modelleri

Bu çalışmada geleneksel yöntemlerden doğrusal regresyon modeli kullanılmıştır. Doğrusal regresyon, iyi bilinen ve geniş bir uygulama alanına sahip bir yöntemdir. Çoklu doğrusal regresyon, temelinde regresyon analizi bulunan, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki sebep sonuç ilişkisini inceleyen matematiksel bir modeldir. Bu model aracılığı ile gelecekle ilgili tahminler yapılabilmektedir. Doğrusal regresyonun temel amacı az faktörle fiyat arasındaki ilişkiyi doğru tahmin etmektir. Diğer bir değişle, daha az bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişkiyi doğru yorumlamaktır (Özöğür Akyüz vd., 2023:1218). Doğrusal regresyon, tahminlemede en çok kullanılan yöntemlerden biridir. Değişkenler arasındaki ilişkiyi çözümler. Bir bağımlı değişken ve birden çok sayıda bağımsız değişken var ise burada çoklu regresyon kullanılır. Bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki bu ilişkini matematiksel modeli eşitlik 1'de gösterilmiştir (Hoş, 2020:305-310).

$$\gamma = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \cdots + \beta_m X_m + \varepsilon \qquad (1)$$

Formülde yer alan γ, bağımlı değişkeni (fiyat); X_1, X_2, … X_m ise bağımsız değişkenleri (oda sayısı, bina yaşı, kat sayısı, alan ve oda sayısı gibi) temsil eder. β'lar regresyon katsayılarıdır. β_0 regresyon eğrisinin y eksenini kesim noktasıdır ve ε ise ortalaması sıfır ve varyansı σ_2 olan hata terimidir. Regresyon modelinde, varsayımın sağlanması için düzeltilmiş belirleme katsayısının olabildiğince büyük ve bağımsız değişken sayısının az olması istenir. Fazla sayıda bağımsız değişkenin varlığında, bu değişkenlerin tümüne modelde yer verilmesi model varsayımlarının bozulmasına neden olabilir (Gamgam & Altunkaynak, 2017:176).

Doğrusal regresyon sürekli bir dağılım modelini dikkate alır (Hastie vd., 2009:1220-1221). Örneğin fiyatı tahmin ederken, evin genişliği, oda sayısı ve kat sayısı gibi değişkenlerle fiyatın daha öznel bir değerlendirmesi yapılabilir. Çoklu doğrusal regresyon ile fiyatı etkileyen tüm bu değişkenlerin katsayılarını bilmemiz mümkündür. Daha büyük veriler için çoklu doğrusal regresyon daha iyi sonuçlar vermektedir. Doğrusal regresyonda fiyat tahmini çok hızlı bir şekilde hesaplanabilmektedir (Rossini, 1997:542).

Bu çalışmada, fiyat tahmini yapabilmek için doğrusal regresyon modelinin yanı sıra doğrusal olmayan regresyon modeli de geliştirilmiştir. Doğal logaritma fonksiyonu kullanılarak oluşturulan doğrusal olmayan regresyon denklemi eşitlik 2'de gösterilmiştir. Doğrusal olmayan modelin geliştirilmesindeki amaç hem fiyat tahminini yapılması hem de elde edilen sonuçların doğrusal model ile kıyaslanmasıdır.

$$\mathrm{Ln}(\gamma) = \beta_0 + \beta_1 \mathrm{Ln}(X_1) + \beta 2\ \mathrm{Ln}(X_2) + \cdots + \beta_m \mathrm{Ln}(X_{\mathrm{m}}) + \varepsilon \qquad (2)$$

Çalışma Alanı

Çalışma alanı olarak Zonguldak İli Merkez İlçesi seçilmiştir. Zonguldak'ta fiyat, konut talebini büyük oranda etkilemektedir. Fiyatı etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bunlar; gelir düzeyi, göçler ve nüfus artışı, iklim koşulları, konut satışlarının amortisman (geri dönüş) süresinin kısa olması ve yabancılara gayrimenkul satış kolaylıkları gibi etkenler olabilir (Işık, 2012:2). Zonguldak'ta kömür çıkarılması özellikle iş bulma anlamında bu ili cazip hale getirmektedir. İklimi, tarihi dokusu ve turizm faaliyetlerine de elverişli olması, aynı zamanda ilde üniversite kurumunun bulunması gibi etkenlerin yoğun oluşu sebebiyle yatırımları üzerine çekmektedir. Bu yatırımlar sayesinde göç artmakta ve bu durum karşısında konut talebi yükselmektedir.

"Bina ve Konut Nitelikler Araştırması" raporunda Zonguldak ilinin verilerine bakıldığında toplam konut sayısının 199.841 olduğu görülmektedir. Bu konutlara ait kat sayısı, bina yaşı, mülkiyet durumu ve oda sayısı istatistikleri Tablo 1'de gösterilmiştir. Kat sayısı olarak Zonguldak'ta en fazla 51.816 ve 50.429 ile 2 ve 3 katlı konutlar karşımıza çıkmaktadır. En az 1 katlı konutlar bulunmaktadır. Toplamda 1 katlı konut sayısı 7.582'dir. Bina yaşı incelendiğinde 1981-2000 yılları arasında 72.185 olan bina sayısı, 2001 ve sonrasında 56.274 ile %22 oranında düşüş göstermiştir. 2021 yılında 123.914 konutun mülkiyeti bireye aitken, 36.760 konutta kiracı ikamet etmektedir. Oda sayılarına bakıldığında en fazla 102.352 ile 4 odalı evler bulunurken, en az 9.833 ile 1 ve 2 odalı evler bulunmaktadır. İldeki tüm konutlara bakıldığında ortalama oda sayısı 3,6'dır.

Tablo 1. Zonguldak İlindeki Konutlara Ait Özellikler

Kat Sayısı	Konut	Bina Yaşı	Konut	Mülkiyet Durumu	Konut	Oda Sayısı	Konut
1	7.582	1980 öncesi	44.205	Ev sahibi	123.914	1-2	9.833
2	51.816	1981-2000	72.185	Kiracı	36.760	3	74.663
3	50.429	2001 ve sonrası	56.274	Diğer	27.144	4	102.352
4	25.109	Bilinmeyen	27.178	Bilinmeyen	12.022	5+	12.994
5	21.043						
6+	43.864						

Şekil 1'de gösterilen haritada çalışma alanı olarak seçilen Zonguldak Merkez İlçede yer alan 19 mahallenin konumu gösterilmektedir. Bunlar, Bağlık, Asma, Bahçelievler, Birlik, Baştarla, Çaydamar, Dilaver, Çınartepe, İnağzı, Karaelmas, İncivez, Meşrutiyet, On Temmuz, Mithatpaşa, Tepebaşı, Yayla, Terakki, Yeni ve Yeşil mahalleleridir.



Şekil 1. Zonguldak Merkez İlçede Yer Alan Mahallelerin Haritası

Veri Toplama ve Analiz

Veri temini amacıyla RStudio ortamında "rvest" kütüphanesi kullanılmıştır. Veriler 30.09.2023 tarihinde Hepsi Emlak web sitesinden Zonguldak İli Merkez İlçesinde yer alan satılık ilanları sorgulanarak elde edilmiştir (https://www.hepsiemlak.com/zonguldak-merkez-satilik). Veri düzenlemesi Microsoft Excel'de yapılmıştır. Veri seti düzenlenirken 373 ilandan Giriş Kat, Zemin Kat, Bahçe Katı ve Yüksek Giriş olanların kat numarası "0" olarak değiştirilmiştir. Kot 1, Kot 2 ve Kot 3 olanlar -1, -2 ve -3 olarak kodlanmıştır. Teras Kat ve En Üst Kat yazanlar binanın kat sayısının kaç olduğuna bakılarak düzenlenmiştir. İlanlarda kat bilgisi net olmayan veya ara kat yazan müstakil ev, komple satılık bina, satılık villa ilanı olan 44 ilan daha silinerek analize 329 veri ile devam edilmiştir. Grafiklerin hazırlanması sırasında R ortamında boxplot() fonksiyonu, "plotrix" kütüphanesinin pie3D() fonksiyonu ve "PerformanceAnalytics" kütüphanesinin chart.Correlation() fonksiyonu kullanılmıştır. Regresyon modelinin oluşturulması için R tabanlı Jamovi yazılımı kullanılmıştır. Regresyon modelinin mümkün olduğunca çok veri ile kurulabilmesi için bina yaşı "sıfır bina" olan ilanlarda bu değer 0,1 olarak değiştirilmiştir.

Bulgular ve Tartışma

Bu bölümde ilk olarak veri setine ilişkin tanımlayıcı istatistikler verilmiştir. Daha sonra veri seti ile ilgili özellikler kutu grafiği ile gösterilmiştir. En son kısımda ise regresyon modeline ait sonuçlar verilmiştir.

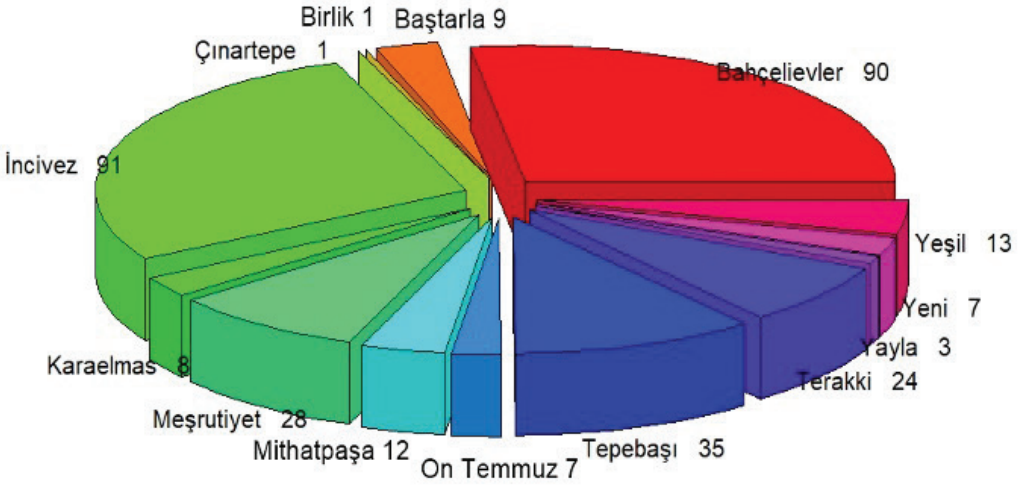
Tanımlayıcı İstatistikler

Tablo 2'de veri setine ilişkin tanımlayıcı istatistikler verilmiştir. İlgili veriler incelendiğinde Zonguldak Merkez'de bulunan satılık evlerin ortalama fiyatı 2.320.000 TL'dir. Satılık evler arasında en düşük fiyatlı ev 560.000 liraya satılırken en pahalı evin fiyatı ise 6.750.000 TL'dir. Satılık evlerin ortalama alanı 118 m^2'dir. En düşük alana sahip olan ev 40 m2 ve en geniş evin alanı ise 365 m^2'dir. Ortalama bina yaşı 11,5 yıl olup en yaşlı konut 65 yıllıktır. Satılık evlerdeki ortalama oda sayısı 2,31 ve ortalama salon sayısı ise 1,04 olarak bulunmuştur. İlanlarda en az 1 ve en fazla 6 oda bulunduğu görülmüştür. Salon sayısının ise minimum 0 ve maksimum 2 olduğu belirlenmiştir. Satılık evlerin ortalama kat yüksekliği ise 3,6'dır. Kat sayısına bakıldığında en alçaktaki dairenin kottan 3. katta yer aldığı ve en yüksek dairenin ise 12 katta olduğu tespit edilmiştir. Normallik testine bakıldığında dağılımın normal dağılımdan geldiği anlaşılmaktadır.

Tablo 2. Veri Setine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	Fiyat (TL)	Alan (m^2)	Bina Yaşı	Oda	Salon	Kat
Ortalama	2.320.000	118	11,5	2,31	1,04	3,6
Ortanca Değer	2.000.000	110	9	2	1	3
Standart Sapma	1.200.000	56,9	11,3	1,07	0,324	2,96
Minimum Değer	560.000	40	0,1	1	0	-3
Maximum Değer	6.750.000	365	65	6	2	12
Çarpıklık	1,220	1,28	1,2	0,714	0,8	0,519
Basıklık	1,440	1,84	1,35	0,755	6,32	0,151
Shapiro-Wilk Normallik Testi	0,897	0,886	0,873	0,868	0,433	0,967
Shapiro-Wilk p değeri	<0,001	<0,001	<0,001	<0,001	<0,001	<0,001

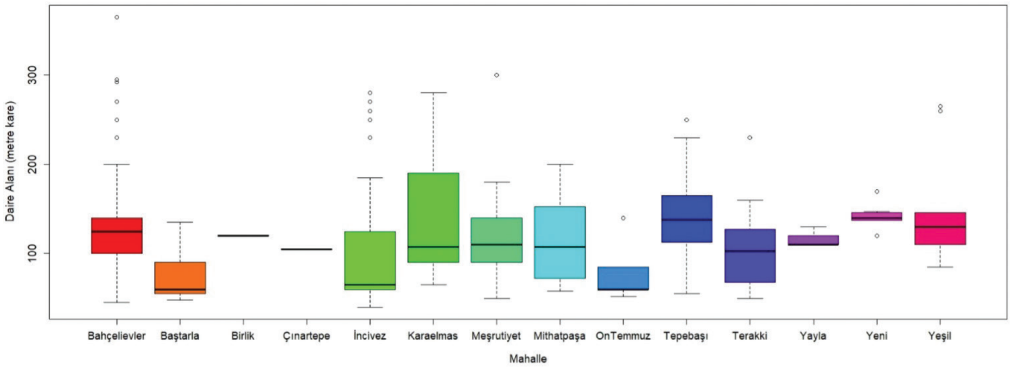
Şekil 2 incelendiğinde, Zonguldak Merkez'de bulunan mahallelerde toplam 329 tane satılık ev bulunmaktadır. En fazla satılık konut 91 ilan ile İncivez mahallesindedir. İkinci sırada 90 satılık konut ilanıyla Bahçelievler Mahallesi gelmektedir. Üçüncü sırada 35 ilan ile Tepebaşı Mahallesi yer almaktadır. En az ilana sahip mahalleler ise Çınartepe Mahallesi (1), Birlik Mahallesi (1) ve Yayla Mahallesi'dir (3).



Şekil 2. Zonguldak Merkez'deki Satılık Evlerin Mahallelere Göre Dağılımı

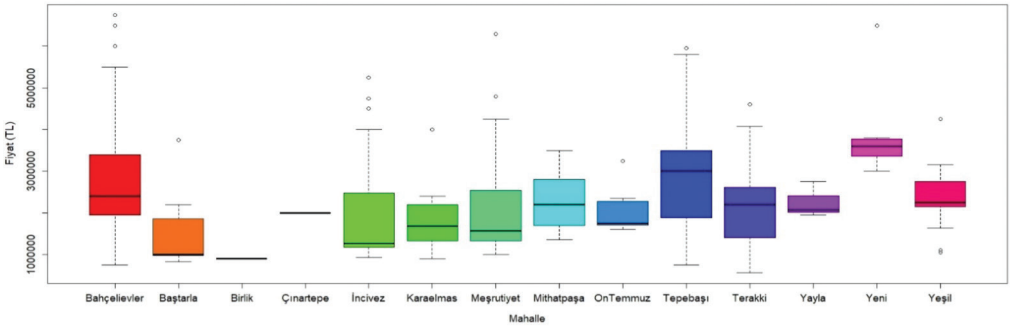
Veri Setinin Özelliklerinin İncelenmesi

Şekil 3'te Zonguldak Merkez İlçesinde yer alan satılık konut ilanlarındaki daire alanının mahallelere göre değişimi kutu grafiği ile gösterilmiştir. Birlik ve Çınartepe mahallelerinde sadece 1 ilan yer aldığı için bu mahallelerde değerlendirme yapmak mümkün değildir. Daire alanının en geniş dağılım gösterdiği yer Karaelmas mahallesidir. Daire alanının en dar dağılım gösterdiği mahalleler ise Yayla ve Yeni mahalleleridir. Yeni ve Tepebaşı mahallelerindeki ortanca daire alanı değerinin diğer mahallelere kıyasla daha yüksek olduğu görülmüştür. On Temmuz mahallesinde yer alan konutların en düşük metrekareye sahip olduğu ve Baştarla mahallesinin ise daire alanı bakımından On Temmuz mahallesini takip ettiği görülmektedir. Bunun durumun sebebi, On Temmuz mahallesindeki yerleşimin eski olması ve gecekondu evlerinin yaygın olması ile açıklanabilir.



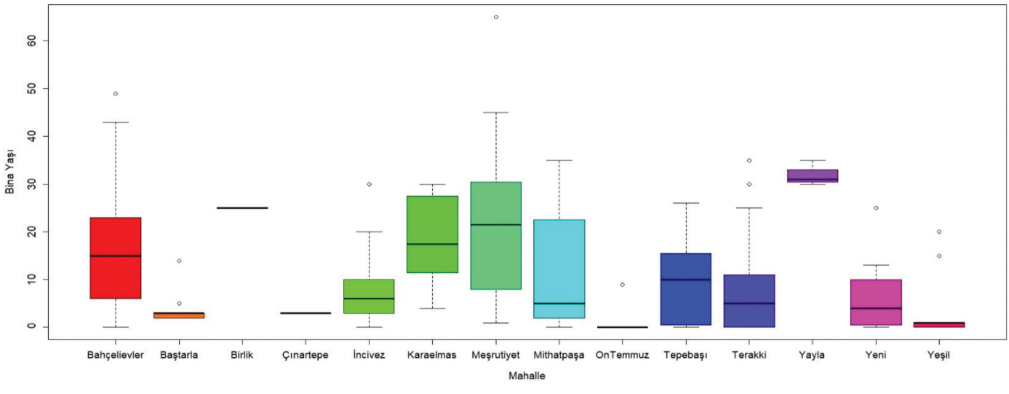
Şekil 3. Mahallelere Göre Daire Alanı Değişiminin Kutu Grafiği ile Gösterimi

Şekil 4'te Zonguldak Merkez İlçesinde yer alan satılık konut ilanlarındaki fiyatın mahallelere göre değişimi kutu grafiği ile gösterilmiştir. Birlik ve Çınartepe mahallelerinde sadece 1 ilan yer aldığı için bu mahallelerde değerlendirme yapmak mümkün değildir. Fiyatın en geniş dağılım gösterdiği yer Tepebaşı Mahallesidir. Bu mahalleyi sırasıyla Bahçelievler ve Terakki Mahalleleri takip etmektedir. Fiyatın en dar dağılım gösterdiği mahalleler ise Yayla, Yeni, On Temmuz ve Yeşil Mahalleleridir. Medyan fiyatın en düşük olduğu mahalle Baştarla Mahallesi'dir. En yüksek medyan fiyatlar ise Yeni, Tepebaşı ve Bahçelievler Mahallelerinde görünmektedir.



Şekil 4. Mahallelere Göre Fiyat Değişiminin Kutu Grafiği ile Gösterimi

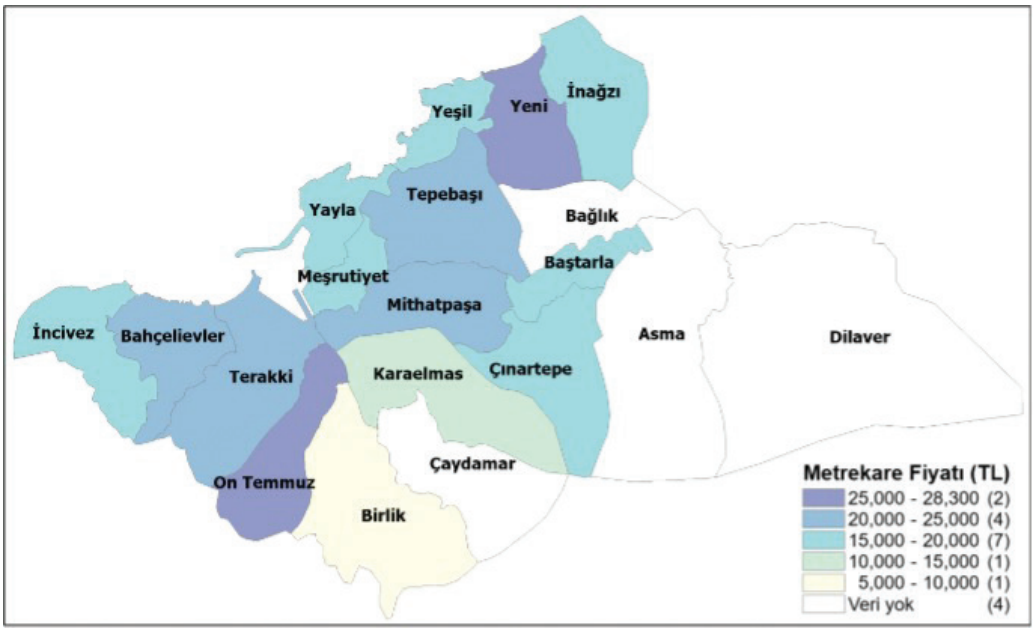
Şekil 5'te Zonguldak Merkez İlçesinde yer alan satılık konut ilanlarındaki bina yaşının mahallelere göre kutu grafiği ile gösterilmiştir. Birlik, Çınartepe ve On Temmuz Mahallelerinde bina yaşı için değerlendirme yapmak mümkün değildir. En düşük bina yaşının olduğu mahalleler sırasıyla Yeşil ve Baştarla Mahalleleridir. En yüksek bina yaşının olduğu mahalle Yayla mahallesidir. Ardından, Meşrutiyet ve Karaelmas Mahalleleri gelmektedir.



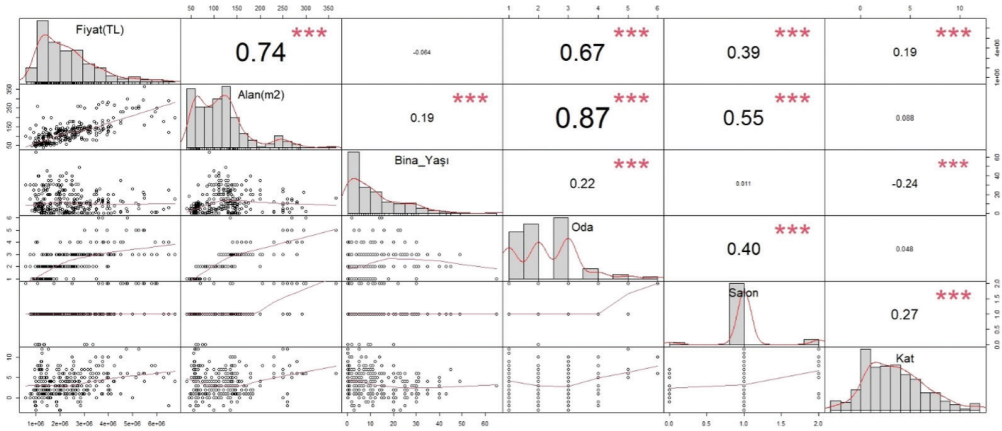
Şekil 5. Mahallelere Göre Bina Yaşının Kutu Grafiği ile Gösterimi

Zonguldak Merkez'de satılık ilanlarının satış fiyatının konutun alanına bölünmesi ile konutların birim fiyatları hesaplanmıştır. Mahalle ortalamaları alındıktan sonra birim fiyatı en pahalı dairelerin Yeni Mahalle'de yer aldığı görülmüştür. Buradaki ortalama birim fiyat 28.221,66 TL olarak belirlenmiştir. Bu mahalleyi 27.620,89 TL'lik birim fiyat ile On Temmuz Mahallesi izlemektedir. Şekil 6'da mahallelerdeki metrekare fiyatının kıyaslanması amacıyla hazırlanan tematik harita yer almaktadır. Mithatpaşa, Tepebaşı, Terakki ve Bahçelievler Mahallelerindeki satılık konut birim fiyatı 20.000 TL'nin üzerindedir. Birim fiyatı en düşük satılık konutlar ise Birlik ve Karaelmas Mahallerinde yer almaktadır. Birlik Mahallesinde yer alan tek ilanın birim fiyatı 7.500 TL olarak bulunmuştur. Karaelmas Mahallesindeki satılık evlerin birim fiyatı ise 14.627,63 TL olarak hesaplanmıştır. Hepsi Emlak web sitesinde Zonguldak Merkez ilçedeki satılık konut birim fiyatının 2023 yılı Eylül ayında 19,451 TL olduğu bilgisi yer almaktadır.

Şekil 7'de fiyat ile diğer değişkenler olan alan, bina yaşı, oda, salon ve kat sayısı arasındaki korelasyonlar incelenmiştir. Fiyat ile alan arasında 0,74 ile pozitif yönlü yüksek korelasyon belirlenmiştir. Oda sayısı ile konut fiyatı arasında 0,67 oranında pozitif yönlü orta düzey korelasyon bulunmuştur. Fiyat ve salon sayısı arasındaki korelasyon ise oldukça düşüktür. Değişkenler arasındaki en yüksek korelasyon 0,87 ile alan ve oda sayısı arasında çıkmıştır. Bu, beklenen bir durum olup daha geniş evlerde oda sayısının daha fazla olması normaldir. Alan ve salon sayısı arasındaki korelasyon 0,55 ile orta düzeydedir. Oda sayısı ve salon sayısı arasında ise 0,40 ile pozitif yönlü zayıf bir korelasyon tespit edilmiştir.



Şekil 6. Mahallelerdeki Satılık Konutların Metrekare Fiyatının Kıyaslanması



Şekil 7. Fiyat ile Diğer Değişkenler Arasındaki Korelasyonlar

Doğrusal Regresyon Modeli Sonuçları

Satılık konut fiyatlarını, bağımsız değişkenleri kullanarak ifade edebilmek için geliştirilen çoklu doğrusal regresyon modeline (Model 1) ait istatistikler Tablo 3'te gösterilmiştir. Model 1'in oluşturulması sırasında Alan, Bina Yaşı, Oda Sayısı, Salon Sayısı ve Kat değişkenlerinin tümü kullanılmıştır. Tablo 4'te ise Model 1'de kullanılan değişkenlere ait istatistikler yer almaktadır. Tablo 3'te yer alan regresyon modelinin p değerine bakıldığında p<0,001 ile modelin kendisinin anlamlı olduğu görülmüştür. Ayrıca, Shapiro-Wilk normallik testi sonucunda p<0,001 olduğu için modelin normal dağılıma uyduğu söylenebilir. Durbin-Watson testi sonucunda da DW değeri 1,5 ile 2,5 aralığında olduğu için modelde otokorelasyon bulunmamaktadır. Ancak, Tablo 4'e bakıldığında ise Salon değişkenine ait p değerinin 0,174 ile 0,05'ten büyük olduğu ve bu değişkenin modelden çıkartılması gerektiği görülmektedir. Dolayısıyla, araştırmanın H_3 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3. Doğrusal Regresyon Modeli (Model 1)

				Model Testi				Shapiro-Wilk Normallik Testi		Durbin-Watson Testi	
Model	**R**	**R^2**	**Düzeltilmiş R^2**	**F**	**df1**	**df2**	**p**	**İstatistik**	**p**	**DW**	**p**
1	0,778	0,605	0,599	98,9	5	323	<0,001	0,919	<0,001	2,20	0,062

Tablo 4. Model 1'deki Bağımsız Değişkenlere Ait İstatistikler

Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t	p	VIF	Tolerans
Kesim	615.504	157.129	3,92	<0,001		
Alan	14.720	1.703	8,64	<0,001	5,33	0,188
Bina Yaşı	-21.320	3.934	-5,42	<0,001	1,13	0,888
Oda	138.167	82.744	1,67	0,096	4,44	0,225
Salon	-223.866	164.404	-1,36	0,174	1,61	0,62
Kat	35.050	15.253	2,3	0,022	1,15	0,867

Model 1'deki Salon değişkenini içermeyen yeni bir çoklu doğrusal regresyon modeli (Model 2) geliştirilmiştir. Model 2'ye ait istatistikler Tablo 5'te gösterilmiştir. Model 2'nin oluşturulması sırasında Alan, Bina Yaşı, Oda Sayısı ve Kat değişkenleri kullanılmıştır. Tablo 6'da ise Model 2'de kullanılan değişkenlere ait istatistikler yer almaktadır. Tablo 5'te yer alan regresyon modelinin p değerine bakıldığında p<0,001 ile modelin kendisinin anlamlı olduğu görülmüştür. Ayrıca, Shapiro-Wilk normallik testi sonucuna göre model normal dağılından gelmekte ve DW istatistiğine göre modelde otokorelasyon bulunmamaktadır. Tablo 6'daki değişkenlere ait p değerlerine bakıldığında ise

tüm bağımsız değişkenlerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle, araştırmanın H_1, H_2, H_4 ve H_5 hipotezleri kabul edilmiştir. Değişkenler arasında çoklu bağlantı sorunu olup olmadığı ise varyans enflasyon faktörü (variance inflation factor - VIF) değerleri yardımı ile belirlenir. Tablo 6'daki VIF değerlerinin tümünün 10'dan küçük olması sebebiyle değişkenler arasında çoklu bağlantı sorunu bulunmadığı söylenebilir (O'brien, 2007:674). Tablo 5'te gösterilen Düzeltilmiş R^2 değeri 0,598'dir. Dolayısıyla Model 2, satılık konut fiyatlarındaki varyasyon değişiminin yaklaşık %60'ını açıklayabilir. Model 2'nin açıklayamadığı fiyat, regresyon denkleminin kesim noktası olan 472.411 TL'lik kısımdır. Tablo 6'daki değişkenlere ait katsayılar kullanılarak elde edilen regresyon denklemi eşitlik 3'te sunulmuştur. Konut alanındaki 1 metrekare artışın, konutun fiyatını 13.671 TL arttırdığı ortaya çıkmıştır. Bina yaşındaki 1 birimlik artış fiyatı ise satılık konut fiyatını 21.190 TL düşürecektir. Konutta yer alan her oda satış fiyatını 160.423 TL arttıracaktır. Satılık konutun bulunduğu katın 1 kat artması ise satış fiyatını 29.907 TL arttıracaktır. Model 2 incelendiğinde, satış fiyatı üzerindeki en etkili değişkenler sırasıyla oda sayısı, kat sayısı ve konut alanı olarak görülmektedir. Bina yaşı arttıkça satılık konut fiyatının düştüğü tespit edilmiştir. Elde edilen bulguların literatürdeki çalışmalar ile benzer olduğu görülmektedir. Örneğin, Bandırma'da yapılan başka bir çalışmada da konut alanının ve oda sayısının fiyatı arttırdığı, bina yaşının ise fiyatı azalttığı belirtilmiştir (Şahin Kutlu & Kutlu, 2019:321). Mersin'de yapılan diğer bir çalışmada ise konut alanına bağlı olarak konut fiyatının yükseldiği ve binanın eski olmasına bağlı olarak da fiyatın düştüğü ifade edilmiştir (Yayar & Gül, 2014:87). Ankara'da Çankaya ilçesinde yapılan bir çalışmada ise konut alanının ve konutun bulunduğu katın fiyatı arttırdığı belirlenmiştir. Aynı çalışmada sadece yüksek gelir bölgesindeki konutlarda birden fazla salona sahip olan evlerde fiyat ile salon arasında anlamlı bir ilişki bulunmuş diğer bölgelerdeki konutlarda ise anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır (Mutluer, 2008:265-267).

Tablo 5. Doğrusal Regresyon Modeli (Model 2)

				Model Testi				Shapiro-Wilk Normallik Testi		Durbin-Watson Testi	
Model	**R**	**R^2**	**Düzeltilmiş R^2**	**F**	**df1**	**df2**	**p**	**İstatistik**	**p**	**DW**	**p**
2	0,776	0,603	0,598	123	4	324	<0,001	0,913	<0,001	2,19	0,078

Tablo 6. Model 2'ye Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t	p	VIF	Tolerans
Kesim	472.411	116.973	4,04	<0,001		
Alan	13.671	1.521	8,99	<0,001	4,24	0,236
Bina Yaşı	-21.190	3.938	-5,38	<0,001	1,13	0,888
Oda	160.423	81.221	1,98	0,049	4,26	0,235
Kat	29.907	14.797	2,02	0,044	1,08	0,924

$$\text{Fiyat} = 472.411 + 13.671 \times \text{Alan} - 21.190 \times \text{Bina Yaşı} + 160.423 \times \text{Oda} + 29.907 \times \text{Kat} \quad (3)$$

Doğrusal Olmayan Regresyon Modeli Sonuçları

Satılık konut fiyatlarını, bağımsız değişkenleri kullanarak ifade edebilmek için geliştirilen çoklu doğrusal olmayan regresyon modeline (Model 3) ait istatistikler Tablo 7'de yer almaktadır. Model 3'ün oluşturulması sırasında ln(Alan), ln(Bina Yaşı) ve ln(Oda Sayısı) değişkenleri kullanılmıştır. Bazı evlerde salon bulunmaması nedeniyle (Salon Sayısı = 0) bu değişken ln fonksiyonunda eksi sonsuz değerini alacaktır. Zemin kattan daha düşük kotlarda yer alan daireler için de ln fonksiyonu tanımlı değildir. Bu sebeple, Salon Sayısı ve Kat değişkenleri doğrusal olmayan modele dahil edilmemiştir. Tablo 8'de ise Model 3'te kullanılan değişkenlere ait istatistikler yer almaktadır. Tablo 7'de yer alan regresyon modelinin p değerine bakıldığında p<0,001 ile modelin kendisinin anlamlı olduğu görülmüştür. Ayrıca, Shapiro-Wilk normallik testi sonucuna göre model normal dağılından gelmekte ve DW istatistiğine göre modelde otokorelasyon bulunmamaktadır. Ancak, Tablo 8'e bakıldığında ise Ln(Oda) değişkenine ait p değerinin 0,096 ile 0,05'ten büyük olduğu ve bu değişkenin modelden çıkartılması gerektiği görülmektedir.

Tablo 7. Doğrusal Olmayan Regresyon Modeli (Model 3)

				Model Testi				Shapiro-Wilk Normallik Testi		Durbin-Watson Testi	
Model	**R**	**R^2**	**Düzeltilmiş R^2**	**F**	**df1**	**df2**	**p**	**İstatistik**	**p**	**DW**	**p**
3	0,778	0,620	0,617	177	3	325	<0,001	0,965	<0,001	2,17	0,118

Tablo 8. Model 3'teki Bağımsız Değişkenlere Ait İstatistikler

Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t	p	VIF	Tolerans
Kesim	10,8929	0,36713	29,67	<0,001		
Ln(Alan)	0,7832	0,09028	8,67	<0,001	6,01	0,166
Ln(Bina Yaşı)	-0,0645	0,00902	7,16	<0,001	1,12	0,896
Ln(Oda)	0,1131	0,08269	1,37	0,096	5,93	0,169

Model 3'teki Ln(Oda) değişkenini içermeyen yeni bir çoklu doğrusal olmayan regresyon modeli (Model 4) geliştirilmiştir. Model 4'e ait istatistikler Tablo 9'da sunulmuştur. Model 4'ün oluşturulması sırasında sadece ln(Alan) ve ln(Bina Yaşı) değişkenleri kullanılmıştır. Tablo 10'da ise Model 4'te kullanılan değişkenlere ait istatistikler yer almaktadır. Tablo 9'da yer alan regresyon modelinin p değerine bakıldığında p<0,001 ile modelin kendisinin anlamlı olduğu görülmüştür. Ayrıca, Shapiro-Wilk normallik testi sonucuna göre model normal dağılından gelmekte ve DW istatistiğine göre modelde otokorelasyon bulunmamaktadır. Tablo 10'daki değişkenlere ait p değerlerine bakıldığında ise tüm bağımsız değişkenlerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir. Tablo 10'daki VIF değerlerinin tümünün 10'dan küçük olması sebebiyle değişkenler arasında çoklu bağlantı sorunu bulunmadığı söylenebilir. Tablo 9'da gösterilen Düzeltilmiş R^2 değeri 0,616'dir. Dolayısıyla Model 4, satılık konut fiyatlarındaki varyasyon değişiminin yaklaşık %62'sini açıklayabilir. Tablo 10'daki değişkenlere ait katsayılar kullanılarak elde edilen regresyon denklemi eşitlik 4'te sunulmuştur. Doğrusal olmayan Model 4, doğrusal olan Model 2'ye kıyasla daha az sayıda değişken kullanarak fiyatı %2 daha iyi tahmin etmiştir. Model 4'te de Model 2'dekine benzer şekilde konut alanına bağlı olarak fiyatın yükseldiği, bina yaşına bağlı olarak da fiyatın düştüğü görülmektedir.

Tablo 9. Doğrusal Olmayan Regresyon Modeli (Model 4)

				Model Testi				Shapiro-Wilk Normallik Testi		Durbin-Watson Testi	
Model	**R**	**R^2**	**Düzeltilmiş R^2**	**F**	**df1**	**df2**	**p**	**İstatistik**	**p**	**DW**	**p**
4	0,778	0,618	0,616	264	2	326	<0,001	0,964	<0,001	2,17	0,086

Tablo 10. Model 4'teki Bağımsız Değişkenlere Ait İstatistikler

Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t	p	VIF	Tolerans
Kesim	10,4543	0,17878	58,48	<0,001		
Ln(Alan)	0,8946	0,03894	22,97	<0,001	1,12	0,896
Ln(Bina Yaşı)	-0,0643	0,00903	-7,12	<0,001	1,12	0,896

$$\ln(\text{Fiyat}) = 10{,}4543 + 0{,}8946 \times \ln(\text{Alan}) - 0{,}0643 \times \ln(\text{Bina Yaşı}) \quad (4)$$

Sonuç ve Öneriler

Toplum bilincinin artması, teknolojinin gelişmesi ve ekonomideki dalgalanmalar bireylerin konut satın alırken faklı seçimler yapmalarına neden olmaktadır. Önceden insanlar sadece barınmayı hedeflerken, şimdi barınma alanı insanlar için geniş ve kişisel yaşama alanının oluştuğu alanlar olmuştur. Konut piyasasının yeterli seviyede şeffaf olmayışı, siyasi istikrarsızlık, alanda uzman kişi eksikliği, mevzuattaki eksiklikler konut sektöründeki sorunlardan bazılarıdır. Konut fiyatı belirlemede

yaşanan aksaklıklar, karmaşıklığa yol açmaktadır. Bu sebeple konut satın almak ve konutun fiyatının doğru bir şekilde belirlenmesi önem kazanmıştır. Teknolojinin gelişmesiyle beraber hayatımıza birçok kolaylık gelmiştir. En önemlilerden birisi de eldeki verilerle gelecek hakkında tahminleme yapmaktır. Bir bağımlı değişken birçok bağımsız değişkenden olumlu ya da olumsuz etkilenebilir. En doğru sonuca ulaşabilmek adına, tahminleme yapılması önemlidir. Bu çalışma, Zonguldak Merkez ilçede yer alan 14 mahalledeki 2023 yılı Eylül ayı içerisinde satışta bulunan 329 konut için fiyat araştırması yapmaktadır. Zonguldak Merkez İlçede satılık konut fiyatları ile ilgili olarak yapılmış ilk çalışmadır. Konut fiyatlarına etki eden değişkenler ile fiyat arasındaki ilişkiye doğrusal regresyon modeli ile bakılmıştır. Konutla ilgili özellikler örtülü bir şekilde fiyatı etkilediği için tahmin etmek zor olmaktadır. Aralarındaki ilişkiye belirleyebilmek adına doğrusal regresyon modeli kullanılmıştır.

Oluşturulan model sonucunda, Model 1'de fiyat ile alan, bina yaşı, oda sayısı ve kat sayısı arasında $p<0,05$ düzeyinde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ancak fiyat ile salon sayısı arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Bu nedenle salon sayısı bağımsız değişkeni analizden çıkarılarak Model 2 oluşturulmuştur. Model 2'de fiyat ile alan, bina yaşı, oda sayısı ve kat sayısı arasında $p<0,05$ düzeyinde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. H_1, H_2, H_4 ve H_5 hipotezleri kabul edilmiştir. H3 hipotezi anlamlı bir sonuç bulunamadığı için reddedilmiştir. Model 2 fiyattaki değişime neden olan faktörlerin %60'nı açıklamaktadır (R^2=0,598). Konut alanındaki 1 metrekare artışın, konutun fiyatını 13.671 TL arttırdığı ortaya çıkmıştır. Bina yaşındaki 1 birimlik artış fiyatı ise satılık konut fiyatını 21.190 TL düşürecektir. Konutta yer alan her oda satış fiyatını 160.423 TL arttıracaktır. Satılık konutun bulunduğu katın 1 kat artması ise satış fiyatını 29.907 TL arttıracaktır. Model 2 incelendiğinde, satış fiyatı üzerindeki en etkili değişkenler sırasıyla oda sayısı, kat sayısı ve konut alanı olarak görülmektedir. Bina yaşı arttıkça satılık konut fiyatının düştüğü tespit edilmiştir. Doğrusal model ile kıyaslama açısından oluşturulan doğrusal olmayan Model 3'te alan, bina yaşı ve oda sayısı değişkenleri kullanılmıştır. Doğal logaritma fonksiyonu sadece pozitif sayılarda tanımlı olduğu için salon sayısı ve kat sayısı değişkenlerinin kullanımı mümkün değildir. Model 3'te oda sayısı değişkeninin p değerinin 0,05'ten büyük olması sebebiyle bu değişken modelden çıkarılmıştır. Sadece alan ve bina yaşı ile oluşturulan ve doğrusal olmayan Model 4'te ise hem modelin kendisi hem de modelde yer alan değişkenler $p<0,05$ düzeyinde anlamlıdır. Model 4, Model 2'ye kıyasla daha az sayıda değişken kullanarak fiyattaki değişime neden olan faktörlerin %62'sini açıklayabilmektedir (R2=0,616). Hem doğrusal hem de doğrusal olmayan modellerde kullanılan alan ve bina yaşı değişkenlerinin Zonguldak Merkez'de konut fiyatlarını etkileyen en önemli değişkenler olduğu söylenebilir.

Çalışmanın literatüre katkısı, Zonguldak Merkez ilçedeki satılık konut fiyatlarının oluşturulan regresyon modeli ile hangi değişkenden daha çok etkilendiğini belirlemektir. Elde edilen bulgular, Türkiye'de Üçdoğruk (2001); Cingöz (2010); Karagöl (2006); Mutluer (2008); Selim (2008); Kartal ve Çorum (2020); Uyar ve Keten (2020); Uladi ve Uladi (2017), Kördiş vd., (2014); Oral vd., (2021); Kutlu ve Kutlu (2019); Yayar ve Karaca (2014); Daşkıran (2015); Bulut vd., 2(015); Küçükkaplan ve Aldı (2017); Afşar vd., (2017); İslamoğlu ve Bulut (2018); Çalmaşur ve Emre-Aysin (2019); Yayar ve Gül (2014)'ün diğer iller için yaptığı çalışmalarla bir çok bakımdan uyumludur. Literatürü destekler nitelikte bir çalışmadır. Çalışmada merkez ilçede 19 mahalle bulunmaktadır. İlanlar sadece 14 mahallede bulunduğu için çalışmada 14 mahalledeki ilanların verileri incelenerek analiz yapılmıştır. Bu çalışma sadece Zonguldak merkezde yer alan ilanların fiyatları üzerinde tahminler yapmaktadır. 30.09.2023 tarihinde veriler alındığı için ilgili tarih itibariyle bulunan bulgular geçerlidir. Bu gibi hususlar çalışmanın kısıtlamalarını göstermektedir.

Elde edilen bulgular, konut ile ilgili alınan kararların uygulanması açısından yardımcı olacaktır. Konut fiyatlarına etki eden faktörlerin belirlenmesi hem konut talep edenler hem de konut yatırımcılarının strateji belirlemesi açısından faydalı olacaktır. Konutların bulunduğu konum, konut fiyatını etkileyen önemli unsurlar arasındadır. Doğru fiyat tahmini ile, yeni konut politikalarının belirlenmesi, ilçenin büyümesine katkı sağlanması ve yeni merkezlerin gelişmesinin önünün açılması hususunda fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda konut fiyatı belirlenirken konut fiyatını etkileyen unsurların iyi anlaşılması ve nasıl etkilediğini tespit etmek literatür açısından önemlidir. Özellikle bu sürecin alanında uzman kişiler tarafından analiz edilmesi gereklidir.

Konut fiyatına çok sayıda faktörün etki ettiği bir gerçektir. Ülkemizde kiraların bu kadar yüksek olması, ev satın almak isteyen bireylerin artmasına neden olmaktadır. Çünkü ev satın almak daha akıllıca

bir çözümdür. Türkiye'de konut sektörünün geleceği hakkında yapılan yorumlara bakıldığında konut ihtiyacının artacağı ve özellikle kentsel dönüşüm, nüfus artışı, kentleşme ve eski yapıların yenilenmesi gibi faaliyetlerin konut sektörünü hareketlendireceği düşünülmektedir. Kentleşme ile konut piyasası da artış göstermektedir. Konut piyasasında yaşanan bu artış, konut fiyatlarında dalgalanmalara neden olmaktadır. Genelde bu durum konut fiyatlarının yukarı doğru çıkmasına neden olmaktadır.

Türkiye'de konut piyasası oldukça karmaşık ve zorludur. Çünkü enflasyonu etkisi, piyasadaki değişimler nedeniyle çok fazla fiyat dalgalanmaları görülmektedir. Bu husus dikkate alındığında, literatürde konut fiyatları ile yapılan tüm çalışmalardaki değişimlerin incelenmesi, bu karmaşık ve zorlu süreci daha iyi anlamamıza yardımcı olacaktır. Geçmiş ve gelecekte yapılacak araştırmaların incelenmesi bu konuda çalışan araştırmacılarımıza ışık tutucu nitelikte olacaktır. Son yıllarda, Türkiye'de konut sektöründe, yasal mevzuatta yapılan çeşitli düzenlemeler ile konut değerleme çalışmalarının daha etkin ve sistematik bir şekilde yürütülmesi için çalışmalar yapılmaktadır. Bunlar; belli standartların, veri tabanlarının oluşturulması, bu alanda uzman yetiştirilmesi ve emlak sektöründe bu mesleğin gelişimine yönelik adımlar atılmasıdır. Bu çalışmada yer alan bulgulara göre, konut fiyatlarında büyük oranda artışlar görülmüştür. Konut sektöründe fiyatlandırma ile ilgili mevzuatların yeniden gözden geçirilmesi ve günümüz ekonomik şartlarına göre uyarlanması daha doğru olacaktır. Üniversitelerde bu alanda eğitim verecek yeni bölümler açılması, emlak fiyatlarının belirlenmesinde daha uzman görüşlerin alınmasını sağlayacaktır. Zonguldak ilinde emlak alım satımı ile uğraşan emlakçılar ile gelecekte farklı bir çalışma yapılabilir. Birçok ilimizde hala konut fiyat tahmini ile ilgili çalışma yapılmamıştır. Bu alanda eksikliklerin giderilmesi için araştırmacıların bu illerde konut fiyat tahmini ile ilgili çalışmalara yönelmesi literatür açısından önemlidir.

Kaynakça

AFŞAR, A., YILMAZEL, Ö., & YILMAZEL, S. (2017). Konut fiyatlarını etkileyen faktörlerin hedonik model ile belirlenmesi: Eskişehir örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *37*, 195–205.

BALDEMİR, E., KESBİÇ, C. Y., & İNCİ, M. (2007). Emlak piyasasında hedonik talep paremetrelerinin tahminlenmesi (Muğla örneği). *8. Türkiye Ekonometri ve İstatistik Kongresi*, *24-25 Mayıs* (İnönü Üniversitesi, Malatya).

BULUT, H., ÖNER, Y., & İSLAMOĞLU, E. (2015). Samsun ili konut fiyatlarını etkileyen faktörlerin hedonik fiyat modeli ile incelenmesi. *The Journal of Operations Research, Statistics, Econometrics and Management Information Systems*, *3*(2), 122–130.

BÜYÜKDUMAN, A. (2014). *Bir kent efsanesi konut balonu kent ekonomisi ne diyor?* Scala Yayıncılık.

CİNGÖZ, A. R. A. A. (2010). İstanbul'da kapalı site konut fiyatlarının analizi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, *2*, 129–139.

ÇALMAŞUR, G., & EMRE-AYSİN, M. (2019). Konut fiyatlarına etki eden faktörlerin hedonik modelle belirlenmesi: TRA1 alt bölgesi üzerine bir uygulama. *UİİİD-IJEAS*, *22*, 77–92.

DAŞKIRAN, F. (2015). Denizli kentinde konut talebine etki eden faktörlerin hedonik fiyatlandırma model ile tahmin edilmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, *8*(37), 850–857.

DRÖES, M. I., & KOSTER, H. R. A. (2021). Wind turbines, solar farms, and house prices. *Energy Policy*, *155*, 112327. https://doi.org/10.1016/j.enpol.2021.112327

GAMGAM, H., & ALTUNKAYNAK, B. (2017). *SPSS uygulamalı regresyon analizi* (Seçkin Yay).

GÜLLER, C., & VAROL, Ç. (2022). Erzurum'da konut fiyatlarına etki eden faktörlerin hedonik analiz yardımıyla belirlenmesi. *Sosyoekonomi*, *30*(54), 377–400. https://doi.org/10.17233/sosyoekonomi.2022.04.20

HASTIE, T., TIBSHIRANI, R., & FRIEDMAN, J. H. (2009). The elements of statistical learning: data mining, inference, and prediction. *Springer*, *2*.

HOŞ, S. (2020). Çoklu doğrusal regresyon analizi güvenilirliğinin Jackknife tekniği ile sınanmasına yönelik bir araştırma. *Journal of Management and Economics Research*, *18*(4), 304–316.

IACOVIELLO, M. (2000). *House prices and the macroeconomy in Europe: Results from a structural var analysis*. European Central Bank.

İÇLİ, G. (2015). *Emlak yönetimi ve pazarlaması* (2. Baskı). Anadolu Üniversitesi Yayınları.

İSLAMOĞLU, E., & BULUT, H. (2018). Nevşehir ili konut fiyatlarını etkileyen faktörlerin hedonik fiyat modeli ile incelenmesi. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, *3*(1), 80–90.

KANGALLI UYAR, S. G., & KETEN, N. D. (2020). Konut fiyatlarının mekânsal kantil regresyon yaklaşımına göre modellenmesi: Denizli ili örneği. *Business and Economics Research Journal*, *11*(3), 713–734. https://doi.org/10.20409/berj.2020.270

KARAGÖL, T. (2007). *A study of housing prices in Ankara*. Yüksek Lisans Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara.

KARTAL, U., & CORUM, A. (2020). Konut fiyatını belirleyen regresyon denklemi: Maltepe ilçesi örneği. *International Journal of Advances in Engineering and Pure Sciences*, *1*, 57–67. https://doi.org/10.7240/jeps.605719

KHOSHNOUD, M., SIRMANS, G. S., & ZIETZ, E. N. (2023). The Evolution of Hedonic Pricing Models. *Journal of Real Estate Literature*, *31*(1), 1–47. https://doi.org/10.1080/09277544.2023.2201020

KONWAR, R., ANGSHUMAN, K., & MONOJ, K. M. (2021). House price prediction using machine learning algorithm. *International Journal of All Research Education and Scientific Methods (IJARESM)*, *9*(6), 2455–6211.

KÖRDİŞ, G., IŞIK, S., & MERT, M. (2014). Antalya'da konut fiyatlarını etkileyen faktörlerin hedonik fiyat modeli ile tahmin edilmesi. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *28*, 103–132. http://dergipark.gov.tr/auiibfd/issue/32332/359286

KÜÇÜKKAPLAN, İ., & AMCA ALDI, F. (2017). Denizli ilinde konut fiyatlarına etki eden faktörlerin panel verilerle analizi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *20*(37), 219–236.

ŁASZKIEWICZ, E., HEYMAN, A., CHEN, X., CIMBUROVA, Z., NOWELL, M., & BARTON, D. N. (2022). Valuing access to urban greenspace using non-linear distance decay in hedonic property pricing. *Ecosystem Services*, *53*, 101394. https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2021.101394

LIESKE, S. N., van den NOUWELANT, R., HAN, J. H., & PETTIT, C. (2021). A novel hedonic price modelling approach for estimating the impact of transportation infrastructure on property prices. *Urban Studies*, *58*(1), 182–202. https://doi.org/10.1177/0042098019879382

LIU, G. (2022). Research on Prediction and Analysis of Real Estate Market Based on the Multiple Linear Regression Model. *Scientific Programming*, *2022*, 1–8. https://doi.org/10.1155/2022/5750354

MOOYA, M. (2016). *Real estate valuation theory - a critical appraisal*. Springer.

MUTLUER, D. (2008). Gayrimenkul fiyatlarının derlenmesi ülke örnekleri ve Türkiye için bir uygulama. *TİSK Akdemi*, 240–278.

O'BRIEN, R. M. (2007). A Caution Regarding Rules of Thumb for Variance Inflation Factors. *Quality & Quantity*, *41*(5), 673–690. https://doi.org/10.1007/s11135-006-9018-6

ORAL, M., OKATAN, E., & KİRBAS, I. (2021). Makine öğrenme yöntemleri kullanarak konut fiyat tahmini üzerine bir çalışma: Madrid örneği. *3rd International Young Researchers Student Congress*, 263–272.

ÖZÖĞÜR AKYÜZ, S., EYGİ ERDOGAN, B., YILDIZ, Ö., & KARADAYI ATAŞ, P. (2023). A novel hybrid house price prediction model. *Computational Economics*, *62*(3), 1215–1232. https://doi.org/10.1007/s10614-022-10298-8

ÖZTÜRK, N., & FİTÖZ, E. (2009). Türkiye'de konut piyasasının belirleyicileri: Ampirik bir uygulama. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, *5*(10), 21–46.

QUANG, T., MINH, N., HY, D., & BO, M. (2020). Housing price prediction via improved machine learning techniques. *Procedia Computer Science*, *174*(2019), 433–442. https://doi.org/10.1016/j.procs.2020.06.111

ROSSINI, P. (1997). Artificial neural networks versus multiple regression in the valuation of residential property. *Australian Land Economics Review*, *3*(1), 1–12.

SELİM, S., & DEMİRBİLEK, A. (2009). Türkiye'deki konutların kira değerinin analizi: Hedonik model ve yapay sinir ağları yaklaşımı. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, *1*(1), 73–90.

STUNDZIENE, A., PILINKIENĖ, V., & GRYBAUSKAS, A. (2022). The impact of external factors on housing prices in Lithuania. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, *15*(4), 833–851. https://doi.org/10.1108/IJHMA-04-2021-0048

ŞAHİN KUTLU, Ş., & KUTLU, M. (2019). Bandırma'da konut fiyatına etki eden faktörlerin hedonik fiyat modeli ile belirlenmesi. *2. Uluslararası Bandırma ve Çevresi Sempozyumu – UBS'19*, 313–324.

Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK). (2021). Bina ve konut nitelikler araştırması. Erişim tarihi: 1 Ekim 2023 https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Bina-ve-Konut-Nitelikleri-Arastirmasi-2021-45870

ULADİ, Ş. U., & ULADİ, A. İ. (2017). Osmaniye ili genelinde konut özellikleri ile konut fiyatları arasındaki ilişkinin belirlenmesi. *International Journal of Academic Value Studies*, *3*(16), 475–480.

USTAOĞLU, E. (2003). *Hedonic price analysis of office rents: A case study of the office market in Ankara*. Orta Doğu Teknik Üniversitesi.

ÜÇDOĞRUK, Ş. (2001). İzmir ilinde emlak fiyatlarına etki eden faktörler -hedonik yaklaşım-. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *16*(2), 149–161.

WEN, H., JIA, S., & GUO, X. (2005). Hedonic price analysis of urban housing: An empirical research on Hangzhou. *Journal of Zhejiang University Science*, *6 A*(8), 907–914.

YANG, L., LIANG, Y., HE, B., YANG, H., & LIN, D. (2023). COVID-19 moderates the association between to-metro and by-metro accessibility and house prices. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, *114*, 103571. https://doi.org/10.1016/j.trd.2022.103571

YAYAR, R., & BURSAL, M. (2019). Türkiye'de konut kira fiyatlarının hedonik tahmini. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, *8*(3), 2010–2026. https://doi.org/10.15869/itobiad.597554

YAYAR, R., & GÜL, D. (2014). Mersin kent merkezinde konut piyasası fiyatlarının hedonik tahmini. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *14*(3), 87–99. https://doi.org/10.18037/ausbd.70063

YAYAR, R., & KARACA, S. S. (2014). Konut fiyatlarına etki eden faktörlerin hedonik modelle belirlenmesi: TR83 bölgesi örneği. *Ege Akademik Bakış*, *14*(4), 509–518.

ZULKARNAIN, & ARVIANTI, T. (2021). An Analysis of Implicit Value of Property Characteristics in Residential Property Prices using a Hedonic Value Approach. *International Journal of Technology*, *12*(6), 1168–1176. https://doi.org/10.14716/IJTECH.V12I6.5216

Summary

Houses are areas where people meet their basic needs of shelter and security and also carry out their life activities (resting, eating, etc.) (Yayar & Gül 2014). Housing is a physical space that, in addition to providing shelter services, also provides rent and value increase. With these features, it can be traded as both a consumption good and an investment good. Housing problems and demand for housing always arise due to population growth, urbanization, and many other reasons. Especially due to the recent fluctuations in the economy and very high rents, consumers tend to buy houses. For this reason, it was deemed necessary to examine housing advertisements for sale and create a price prediction model. In this study, the price of houses for sale in Zonguldak Central County was tried to be estimated with the regression model. This study is very important because it was conducted during a period when rental house prices increased significantly and therefore the demand for house purchases increased.

Zonguldak Province Central County was chosen as the study area. In Zonguldak, price greatly affects housing demand. In this study, it was aimed to create a price prediction model with the information obtained from for-sale advertisements in 14 districts in Zonguldak Central County. The "rvest" library was used in the RStudio environment to obtain data. The data was obtained by querying the for-

sale advertisements in the Central County of Zonguldak Province from the Hepsi Emlak website on 30.09.2023. The analysis was made with 329 data. During the preparation of the graphs, the boxplot() function in the R environment, the pie3D() function of the "plotrix" library, and the chart. The correlation () function of the "PerformanceAnalytics" library was used. R-based Jamovi software was used to create the regression model. Both linear and nonlinear multivariate regression analyses were implemented to predict house prices.

The average price of houses for sale in Zonguldak Center is 2,320,000 TL. The average building age is 11.5 years, and the oldest residence is 65 years old. The average number of rooms in houses for sale was found to be 2.31 and the average number of living rooms was 1.04. It was seen that there was a minimum of 1 and a maximum of 6 rooms in the advertisements. It has been determined that the minimum number of halls is 0 and the maximum is 2. The average floor height of houses for sale is 3.6. When looking at the number of floors, it was determined that the lowest flat was located on the minus 3rd floor and the highest flat was on the 12th floor. A high positive correlation of 0.74 was determined between the price and the area. A moderate positive correlation of 0.67 was found between the number of rooms and the house price. The highest correlation between the variables was between area and number of rooms, with 0.87.

While the multiple linear regression model can explain approximately 60% of the variation in the variance of house prices for sale, the nonlinear multiple regression model explains 62% of the variance. In the linear model, the variables that increase the housing price the most are the number of rooms, number of floors, and housing area, respectively. Increasing the age of the building reduces the price of housing for sale. In the nonlinear model, only housing area and building age were found as significant variables.

While people used to only aim for shelter, now shelter has become areas where large and personal living spaces are created for people. For this reason, purchasing a house and determining the price of the house correctly has become important. This study conducts price research for 329 houses on sale in September 2023 in 14 districts in the Central County of Zonguldak. The findings obtained will help implement housing-related decisions. Determining the factors affecting housing prices will be useful for both housing demanders and housing investors to determine strategies. It is thought that, together with accurate price estimation, it will be beneficial in determining new housing policies, contributing to the growth of the district, and paving the way for the development of new centers. It is thought that the findings obtained from this study will contribute to the real estate sector and academicians working in the field of marketing.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);190-202
DOI: 10.17336/igusbd.1434670

ORIGINAL ARTICLE / ÖZGÜN ARAŞTIRMA

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Havayolu Reklamlarında İzleyicilerin Duygu Ölçümü: Microsoft Azure Face API ile Yüz Kodlama Uygulaması

Emotion Measurement of Viewers in Airline Advertisements: Facial Coding Application with Microsoft Azure Face API

[1]Akın AKPUR
[2]Burhanettin ZENGİN
[3]Tuna ÇAKAR

Bu çalışma, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nde 2021 yılında kabul edilen "Turizmde nöropazarlama uygulamaları: Super Bowl reklamları örneği" başlıklı, Prof. Dr. Burhanettin ZENGİN danışmanlığında hazırlanan doktora tezindeki verilerden yararlanılarak hazırlanmıştır."
Bu çalışma Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP) Komisyon Başkanlığı (Proje No: 2020-50-02-007) tarafından desteklenmiştir.

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Tarsus Üniversitesi, Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi, Mersin, Türkiye
✉ aakpur@gmail.com

[2]Prof. Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Turizm Fakültesi, Sakarya, Türkiye
✉ bzengin@subu.edu.tr

[3]Dr. Öğr. Üyesi, MEF Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, İstanbul, Türkiye
✉ cakar.tuna@gmail.com

Geliş/Received: 01.02.2024
Kabul/Accepted: 15.04.2024

Öz

Amaç: Havayolu işletmeleri, müşterilerini uçuşlara çekmek ve marka imajlarını güçlendirmek için sık sık reklam kampanyaları düzenlerler. Ancak, reklam kampanyalarının etkinliği geleneksel yöntemlerle ölçüldüğünde sınırlı kalabilmektedir. Bu çalışmanın amacı yüz kodlama teknolojisinin havayolu reklamlarında duygu ölçüm performansının değerlendirilmesidir.

Yöntem: Bu çalışma deneysel bir tasarıma sahip olup laboratuvar ortamında 40 denek ile yapılmıştır. Microsoft Azure Face API uygulamasından elde edilen sayısal duygu verileri istatistik paket program aracılığı ile analiz edilmiştir.

Bulgular: Araştırmada final sahnesi olan reklamlar anlamlı şekilde final sahnesi olmayan reklama göre daha fazla mutluluk duygusu oluşturduğu tespit edilmiştir.

Sonuç: Bu çalışma kapsamında kullanılan yüz kodlama yazılımının elde edilen çıktılar çerçevesinde ölçümlemede başarılı olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler

Havayolu, Reklam, Yüz Kodlama, Nöropazarlama, Tüketici

Abstract

Aim: Airlines frequently organize advertising campaigns to attract customers to flights and strengthen their brand image. However, the effectiveness of these campaigns remains limited when measured using traditional methods. The purpose of this study is to evaluate the performance of facial coding technology in measuring emotions in airline advertisements.

Akın Akpur, Burhanettin Zengin, Tuna Çakar, "Emotion Measurement of Viewers in Airline Advertisements: Facial Coding Application with Microsoft Azure Face API", Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci, 12 (1), April 2025, pp. 190-202.

Method: This study employs an experimental design and was conducted in a laboratory setting with 40 participants. Numerical emotion data obtained from the Microsoft Azure Face API were analyzed using a statistical software package.

Results: The study revealed that advertisements with a final scene elicited significantly higher levels of happiness compared to advertisements without a final scene.

Conclusion: The findings suggest that the facial coding software used in this study was successful in measuring emotional responses based on the obtained outputs.

Keywords

Airline, Advertisement, Face Coding, Neuromarketing, Consumer

Giriş

Turizm sektörü, belirsiz finansal küresel ortamda turist çekme sorununu ortaya çıkarmaktadır ve müşterilerin değişen ihtiyaçlarına uyum sağlama yeteneği gerektiren dinamik ve rekabetçi bir endüstridir (Njegovanović, 2020). Bu nedenle, reklamlar işletmeler açısından hayati bir pazarlama aracıdır ve tüketicilerin marka hakkındaki beklentilerinin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Altunışık vd., 2017).

Reklamlar ve tutundurma faaliyetleri, mübadele sürecinde tüketicilere ürün ve hizmetler hakkında bilgi vererek, ürünlerin ihtiyaçlarına cevap vereceği ve memnuniyet sağlayacağı konusunda onları ikna etmeye yardımcı olmaktadır (Belch ve Belch, 2003, s. 7). Reklamlar, satışlarını artırarak kar elde etme amacıyla ekonomik bir amaca da hizmet etmektedir (Tosun, 2017, s. 509). Hazırlanan mesajlarla tüketicilerde toplumsal ve psikolojik bazı davranış kalıpları oluşturarak bunları hedef kitleye doğrudan ya da bilinçaltını etkileyerek benimsetmeyi amaçlamaktadır (Elden vd., 2005, s. 467). Reklam, sosyal bilimlerle benzer araştırma yöntemlerini kullanan bir disiplin olarak kabul edilmektedir (Çakar ve Gez, 2017, s. 232). Ancak, geleneksel pazar araştırma yöntemleri tüketici davranışını anlamak için bilinçaltı (veya bilinçdışı) süreçlerden genelde yararlanamazlar. Bu nedenle, pazar araştırması bulguları ile tüketicilerin gerçek satın alma davranışları arasında uyumsuzluk oluşabilmektedir (Agarwal ve Dutta, 2015, s. 457).

Reklam kampanyalarının beklentileri karşılayıp karşılamadığını, hangi görsel ve metnin etkili olduğunu ya da medya planının başarılı olup olmadığını anlamak için objektif yöntemler kullanılarak ölçümleme yapmak ve elde edilen verilerin istatistiksel olarak analiz edilmesi tercih edilebilmektedir. Bu kapsamlı ölçümleme çalışması için pek çok araştırma yönteminden faydalanılabilmektedir (Peltekoğlu, 2019, s. 153).

Tüketiciler, modern hayatın bir parçası olarak gün içindeki etkileşimlerinde sürekli reklamlara maruz kalmakta bir nevi bombardıman altında bulunmak durumundadır. Medya veya internet üzerinden yayılan mesajların çoğu, duygusal etkileri açısından test edilebilir, ancak ölçümlerinin doğru olup olmadığını belirlemek görece daha zordur (Shen ve Morris, 2016, s. 201). Plessis (2005), 1000'den fazla reklam verisiyle yaptığı iki çalışmada, bir reklamın "maruz kalan kitleyi" "reklamı hatırlayan kişilere" dönüştürmedeki en önemli faktörün, kitlenin reklamı beğenip beğenmemesi olduğunu ampirik bulgularla göstermiştir.

Tüketiciler, reklamların kendileri üzerinde duygusal bir etki yarattığını söyleyebilirler, ancak bu söylemler her zaman gerçeği yansıtmamaktadır. Özellikle araştırmacılar, sosyal çekicilik önyargısı gibi yanlış anlama ve yanlış yorumlama potansiyelini artıran kafa karıştırıcı sorunları göz önünde bulundurmalıdırlar (Ford, 2019, s. 257). Duygular, anılar, sürü içgüdüsü ve diğer maddi olmayan faktörler, satın alma kararlarını etkiler. Bu faktörler, genellikle klasik fayda-maliyet analiziyle açıklanamaz. Satın almama kararı verildiğinde ve elde edilen çıktı ödenmesi gereken bedele değmediğinde, beyinde neler olduğu sorusu modern nöroteknoloji ile araştırılmaya başlanmıştır (Schafer, 2005, s. 73).

Daha önce kullanılan bir teknik olan "trace" yöntemi, deneklerin eline verilen ve üzerinde tuşlar olan bir el bilgisayarıyla duyguların ölçümlenmesine çalışıyordu (Lee ve Johnson, 2005, s. 135). Ancak

modern nöroteknolojinin sağladığı araç ve yöntemler, bilinçli ve bilinçsiz davranışları anlamaya yönelik olanakları artırmıştır.

Turizm alanında araştırmacıların duygular üzerindeki çabaları hem metodolojik hem de teorik olarak psikolojinin elde ettiği başarılarının gerisinde kalmaktadır. Duygularla ilgili turizm çalışmaları genellikle yalnızca öz-bildirimlere dayanır (Zhang, Chen ve Hsu, 2021). Öz-bildirim ölçümleri, rasyonel müşteri kavramına ve zihinsel durumlarına bilinçli erişilebilirliğe dayanmaktadır. Bununla birlikte, çok sayıda araştırma, insanların belirli davranış veya inançlara sahip olmalarının gerçek nedenlerini bilmediklerini göstermektedir (McClure vd, 2004). Gözlem, değerlendirme ve motivasyonu içeren zihinsel prosedürler bilinçli farkındalık düzeyine ulaşamayabilir (Giudici, Dettori ve Caboni, 2017). Örneğin Likert ölçeği reklam araştırmalarında yaygın olarak kullanılmaktadır. Ancak kişilere "çok beğendim"den "hiç beğenmedim"e uzanan bir 5 likert ölçeğini kişilerin cevaplaması için önlerine sunmak bir reklamın milisaniyeler içinde harekete geçen milyonlarca nöronun yarattığı bilinçaltı etkiyi açıklayamamaktadır (Morin ve Renvoise, 2019, s. 35). Çünkü kişisel görüşme ve anket gibi geleneksel teknikler temel olarak bir ürüne veya reklamlara verilen bilinçli ve rasyonel tepkilerin ölçülmesine izin verir. Tüketici davranışlarını incelemek için sinirbilimsel tekniklerden yararlanan "nöropazarlama" alanına hızla artan bir ilgi olduğu görülmektedir (Stasi vd., 2018, s. 650). Genellikle çok disiplinli ve bazı durumlarda disiplinler arası olarak kabul edilen turizm çalışmaları sinirbilimin son yıllarda alanını genişletmesine ve insan bilincine olduğu kadar sosyal konulara da açılmasına rağmen henüz sinirbilimi kucaklamamıştır (Parrinello, 2012).

Günümüzde pazarlamacılar tüketicilerin reklamlara nerede, ne zaman ve nasıl maruz kalacaklarına yön veren yeni medya teknolojilerine odaklanmaktadır. Benzer teknolojik gelişmeler kullanılan pazarlama araştırması yöntemleri üzerinde de etkili olmaktadır (Stipp, 2015, s. 121). Bu bağlamda küreselleşme ile iletişimin kolaylaştığı, rekabetin yoğunlaştığı, tüketicilerin daha bilinçli, satın alma döngülerinin göreli olarak çok daha uzun olduğu pazarlama alanında nöropazarlama dikkat çeken bir yöntem olarak ortaya çıkmıştır (Akgün ve Ergün, 2016).

Nöropazarlama, tüketicilerin reklamcılık uyarılarına nasıl tepki verdiğini izlemek için biyo-görüntüleme teknolojilerini kullanarak içgüdünün satın alma alışkanlıklarını harekete geçirmek için nasıl tetiklenebileceğini çözerek tüketici satın alma davranışını modellemeyi, tahmin etmeyi ve bilimsel olarak ortaya koymayı (anlaşılabilir kılmayı) amaçlamaktadır (Nemorin, 2017, s. 59).

Nöropazarlama araştırmalarında bir veya birden çok teknik bir arada kullanılabilmektedir. Kullanılacak tekniğin belirlenmesinde önemli kriterlerden biri, araştırma sorusuna hangi tekniğin en iyi cevap vereceğidir. Örneğin; EEG, beyinden elde edilen elektriksel aktivitelerin frekanslarını ölçerek insanların davranışlarını analiz edebilen bir cihazdır. Bu cihazdan elde edilen veriler ile bireylerin dikkat seviyeleri, dikkat durumları ve kaygı düzeyleri gibi durumlar tespit edilebilmektedir (Babaç ve Yüncü, 2024, s. 3376). Fonksiyonel yakın kızılötesi spektroskopisi (fNIRS), hem oksihemoglobin (HbO) hem de deoksihemoglobin (HbR) konsantrasyonlarındaki değişiklikleri ölçebilen bir nörogörüntüleme tekniğidir (Yeung, 2023). Genellikle prefrontal korteksteki hemodinamik (kan akışındaki) değişimleri izlemek için kullanılmaktadır. fMRI, ayrıntılı beyin görüntüleri elde etmek için manyetik alanlar ve radyo dalgalarını kullanan bir tekniktir (Yen, Lin ve Chiang, 2023). Genellikle beyin anatomisini, işlevini anlamak ve haritalama yapmak için kullanılan bir görüntüleme yöntemidir (Öcal ve Hasoğlan, 2024). Göz izleme tekniği, tüketicilerin göz hareketleri elde edilen veriler ile reklam, web sitesi ve ürün ambalajlarına ilişkin algıları hakkında objektif veriler elde etmeye, tercihlerini ve önceliklerini anlamaya yardımcı olmaktadır (Chygryn, Shevchenko ve Tuliakov, 2024). GSR, galvanik deri tepkilerini ölçümleyen bir tekniktir. Diğer bir ifadeyle katılımcıların çeşitli uyaranlara karşı nörofizyolojik tepkilerini değerlendirmek için kullanılan biyometrik bir ölçüm yöntemidir (Andonov vd., 2023).

Nöropazarlama yöntemlerinin pazarlama araştırmasına değer katıp katmayacağı, maliyet-fayda oranına ve diğer pazarlama araştırma yöntemleri kullanılarak elde edilemeyen gizli bilgileri sunma yeteneklerine bağlıdır (Meyerding ve Mehlhose, 2020, s. 172; Ariely ve Berns, 2010). Nöropazarlama çalışmaları zaman alıcı ve maliyetli olmakla birlikte fazlaca çaba gerektirmektedir (Kenning, 2008, s. 472).

Yeni pazarlama paradigmaları, geleneksel araştırma yöntemleriyle elde edilemeyen tüketicilerin gerçek duygu ve düşüncelerine ulaşmak için kullanılır. Böylelikle tüketicilerin satın alma davranışında kendilerine sorarak elde edilemeyen veriler de elde edilebilmektedir. Pazarlama iletişimi araçlarından

biri olan reklamlar nöropazarlama teknikleriyle mercek altına alınmaktadır (Dağlı ve Uluç, 2021). Tüketici davranışlarının altında yatan mekanizmaları ve reklamın bu tür davranışları nasıl etkilediğini anlamak araştırmaya ihtiyaç duyulan önemli konulardır (Golnar-Nik vd., 2019, s. 90).

Son zamanlarda beyin araştırmalarına artan ilgiyle birlikte davranış bilimleri bilişsel yönleri vurgulamıştır. Çünkü tüm insan fonksiyonlarının merkezinde beyin bulunduğundan gerçeklik sübjektif bir çerçevede beyin tarafından algılanır, anlamlandırılır ve içselleştirilir (Yücel, Çubuk, Yücel, Yüksel ve Çubuk, 2014). Bilişsel-duygusal sinirbilime dayalı olarak, reklamın etkinliği, bireylerin bilinçsiz duygusal tepkileri açısından ölçülür (Otamendi ve Martín, 2020).

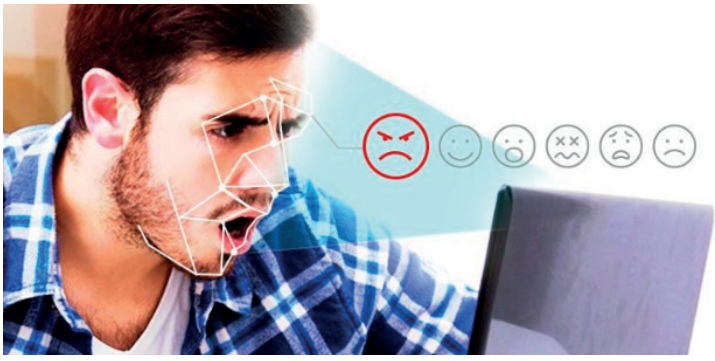
Nöropazarlama yeni bir pazarlama türü değildir. Pazarlama çalışmasına yaklaşmanın yeni bir yoludur. Beyin aktivitesinin seviyesini ölçmek, anlamak ve ölçmek için tasarlanmış modern araştırma tekniklerinin ve araçlarının kullanımına dayanmaktadır (Tanasic, 2017). Bu çalışma kapsamında nöropazarlama yöntemlerinden biri olan yüz kodlama sistemi kullanılarak reklam filminin final sahnelerinin analiz edilmesi ve uygun bir araç olup olamayacağının değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

2. Yüz Kodlama

Temel varsayımı Ekman ve Friesen'in (1971) yüz ifadelerinin evrenselliği üzerine yaptığı çalışmadan almaktadır. Çalışmada Yeni Gine'de daha önce batılı insanlar ile iletişimde bulunma şansı çok az olan kişilerle deney yapılmış ve mutluluk, üzüntü şaşkınlık, kızgınlık, tiksinme ve korku içeren altı temel yüz ifadesinin evrensel olarak aynı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yüz ifadelerini tanıma insanların günlük işlerinde ve yaşamında önemli bir rol oynamaktadır (Li ve Lima, 2021). Yüz ifadeleri duygusal dışavurum yollarından biridir hatta en temelidir. Tatlı ve acı tat gibi uyaranlara yönelik temel yüz tepkileri basit kurallara tabidir. Aynı zamanda iletişimsel bir role hizmet eder. Çoğu kültürde insanlar başkalarının niyetlerini ve amaçlarını yorumlamak için yüz ifadelerini değerlendirir (Erickson ve Schulkin, 2003). Yüz ifadeleri duyguları ve çeşitli zihinsel faaliyetleri gösterir. Sosyal davranış aynı şekilde yüz ifadeleri ile düzenlenir. İnsan duygularının anlaşılabilmesi amacıyla yüz ifadelerin sınıflandırmasının yapılmasına yönelik çalışmalar bu alanda en temel araştırma alanlarından biridir (Sayan ve Uçan, 2013, s. 13).

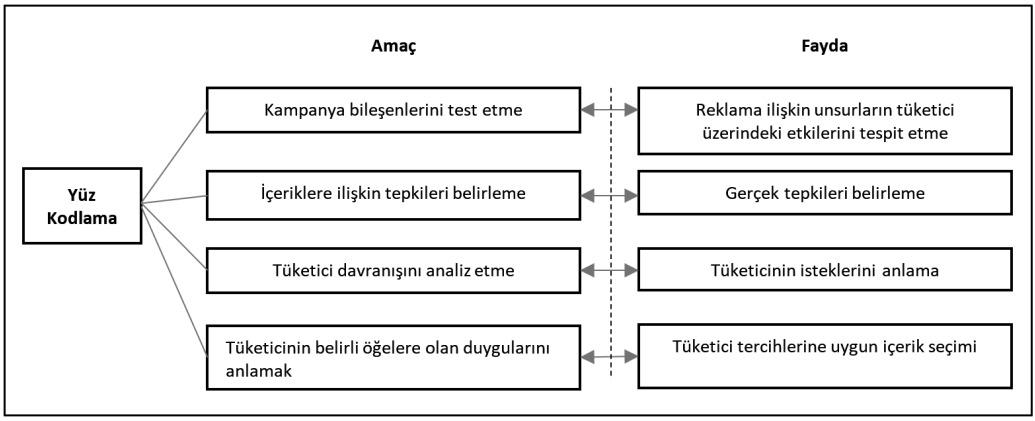
Duygular birçok tüketici davranışının önemli itici güçleri olarak büyük ölçüde kabul edilmiştir. Genellikle belirli yüz ifadeleri, beden dili ve jestleri ile tespit edilirler. Bununla birlikte otomatik sistemlerin perakendeciliğe artan entegrasyonu, araştırmacıları tüketicilerin alışveriş deneyimini daha iyi anlamaları için bu sistemlerin çalışanları ne ölçüde destekleyebileceğini anlamaya zorlamaktadır (Pantano, 2020). Duyguların yüz ifadelerinde gerçek zamanlı olarak tespit ve deşifre edilebilecek değişimlere neden olduğu bilinmektedir (Morin ve Renvoise, 2019, s. 61). Duyguları analiz etmek için yüz ifadesi kodlama yönteminin kullanılması, turizm sektöründe müşteri memnuniyetinin ölçülmesi için potansiyel bir kullanım alanı oluşturmaktadır (González-Rodríguez, Díaz-Fernández ve Gómez, 2020).



Şekil 1. Yüz kodlama (Emotion Research Lab)

Aşağıda şekilde yüz kodlamaya ilişkin amaç-fayda modeline yer verilmiştir. Bu modele göre yüz kodlama uygulamasının genel amacı reklam içeriklerine ilişkin duyguları ve davranışları anlamaktır.

Böylelikle reklamı test ederek doğru verilere ulaşma ve tüketicilerin taleplerine göre pazarlama çalışmalarını sürdürülmesi konusunda fayda sağlanması beklenmektedir.



Şekil 2. TV Reklamlarında Yüz Kodlama Amaç/Fayda Modeli

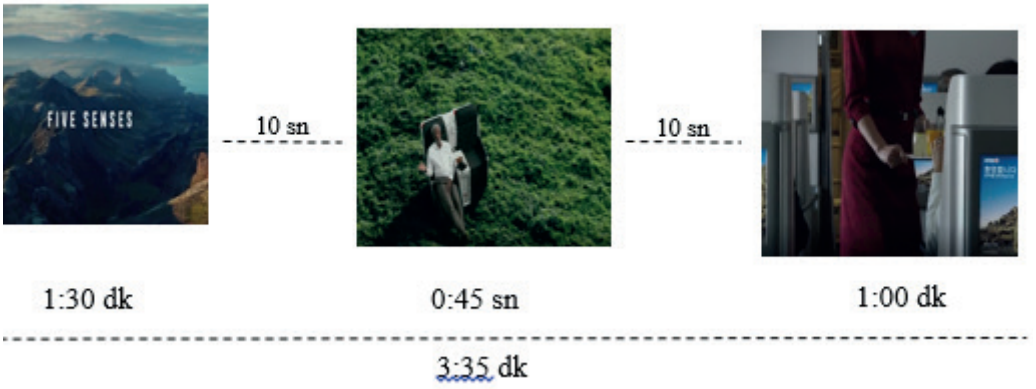
Kaynak: Constantinescu vd.'nden (2019) uyarlanmıştır.

3. Yöntem

Bu çalışmanın ana amacı, pazarlama çalışmalarının en önemli araçlarından biri olan reklamların yüz ifadeleri kapsamında tüketicilerin uyaranlara verdikleri tepkilerin analizinin yapılarak reklamın tüketiciler üzerindeki etkilerinin farklı duygusal eksenler üzerinden ortaya konulmasıdır. Bu bağlamda kültürler arası farklılıkların global yayımlanan reklamların içerikleri bakımından yüz ifadelerindeki değişimlerinin incelenmesi ve reklam senaryolarının etkilerine ilişkin bulgulara ulaşılması hedeflenmiştir. Bu araştırma öncesi etik kurulundan izin alınmıştır (Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurulu tarafından 31/03/2021 tarih ve 05 no'lu toplantıda etik açıdan uygun olduğuna karar verilmiştir).

Araştırmanın örneklemini en az bir kere havayolu ile seyahat gerçekleştirmiş ve seçilmiş reklamları altyazılı okuyabilme becerisine sahip 20 T.C. vatandaşı ve çok iyi düzeyde İngilizce veya Türkçe anlayabilen diğer ülke vatandaşı 20 denek oluşturmaktadır. Genellikle, nöropazarlama çalışmaları küçük örneklem grupları ile yapılmaktadır. Toplanan verilerin ortadan kaldırılması gereken bozulmalar da içerdiği göz önünde bulundurularak, iç geçerliliğin sağlanabilmesi için bu tür çalışmalara en az 15 ila 20 katılımcının dâhil edilmesi gerekmektedir (Bercea, 2012). Deney aşamasında izole bir laboratuvar ortamında bir operatör, araştırmacı ve 40 katılımcı ile uygulama yapılmıştır. Uygulama aşamasında öncelikle deney sürecinde olabilecek olumsuzlukları keşfetmeye yönelik olarak deneme öncesi modellerden tek grup sontest modelinden yararlanılmıştır. Tek grup sontest modeli seçilen grubunun evreni temsil edip etmediğine bakılmadan deney koşullarının görülmesi, düşünülenlerin uygulanabilirliğinin test edilmesi amacıyla kullanılır (Köse, 2017, s. 117). Bu bağlamda 2 katılımcı üzerinde pilot çalışma (deneme testi) yapılmıştır.

Araştırma tasarımı şu şekildedir: Bu çalışmada 45 saniye, 1:00 dk ve 1:30 dk sürelerine sahip bir havayolu şirketinin Super Bowl (Amerikan Ulusal Futbol Ligi Finali) için hazırladığı ve birçok ülkede yayımlanan üç reklam filmi deneklere izletilmiştir. Reklamlar senaryoları dikkate alınarak belgesel, fantastik ve macera içerikli reklamlar olarak etiketlendirilmiştir. Bu süre boyunca yüksek çözünürlüklü (HD) kamera ile katılımcıların yüz bölgesi kayıt altına alınmıştır. Daha sonra bu kayıtlar ücretsiz erişim ve kullanım sağlayan Microsoft Azure Face API üzerinden farklı eksenlerdeki duygu olasılığı olarak verilere dönüştürülmüştür. Elde edilen veriler istatiksel analiz programından yararlanılarak ve ayrıca grafiklere dönüştürülerek elde edilen bulgular kapsamlı bir şekilde incelenmiş ve yorumlanmıştır. Katılımcılara çalışma öncesi sözlü ve yazılı bilgilendirme yapılmış ve gönüllü onam formlarını uygulama öncesi doldurmaları sağlanmıştır. İlk reklamın başlaması ve son reklamın bitişi arasındaki toplam süre 3:35 dakikadır. Reklamlara karşı oluşabilecek direnç göz önünde bulundurularak reklam izleme sırası rastgele olarak değiştirilmiştir. Böylelikle reklam sıralamasına bağlı değişkenlerin kontrol altına alınması hedeflenmiştir. Reklam gösterim sürecine ilişkin görsel aşağıda şekilde gösterilmiştir.



Şekil 3. Reklam Gösterim Süreci

4. Bulgular

Demografik verileri incelendiğinde araştırmaya toplam 40 katılımcının katıldığı görülmektedir. Dengeli bir dağılım olması adına denek grubu; 20'si Türkiye Cumhuriyeti, 20'si diğer ülkelerin (3 Suriye, 1 Brezilya, 1 Libya, 1 Irak, 2 Rusya, 2 Lübnan, 1 Avusturalya, 1 Kazakistan, 1 Ukrayna, 1 İngiltere, 2 Kanada, 1 Moğolistan, 1 Azerbaycan-Gürcistan ve 2 Litvanya) vatandaşlarından oluşturulmuştur. Araştırmanın yapıldığı dönemin (Covid-19 pandemisi) şartları gereği katılımcıların birçoğu Türkiye ile bağlantısı (iş, okul vb.) olan kişilerden oluşmuştur. Katılımcılardan sadece üçünün sürekli ikametgahı yurt dışıdır. Bununla birlikte yaş dağılımlarının 20-37 arasında dağıldığı görülmektedir. Katılımcılar en az üniversite öğrencisi olan gönüllülerden seçilmiştir. Katılımcılar yılda en az 1 kere uçak ile seyahat eden aktif havayolu müşterilerinden oluşmaktadır.

Tablo 1. Demografik Verilere İlişkin Frekans Analizi Tablosu

	T.C.		**Diğer**	
	n (20)	**Yüzde**	**n (20)**	**Yüzde**
Cinsiyet				
Kadın	10	25,0	10	25,0
Erkek	10	25,0	10	25,0
Yaş				
20-25	7	17,50	11	27,50
26-31	9	22,50	6	15,00
32-37	4	10,00	3	7,50
Eğitim				
Lise	1	2,50	2	5,00
Ön lisans	1	2,50	0	-
Lisans	16	40,00	11	27,50
Lisansüstü	2	5,00	7	17,50
İş Durumu				
Öğrenci	5	12,50	5	12,50
Çalışan	13	32,50	13	32,50
İşsiz	2	5,00	2	5,00

Tablo 1. Devamı

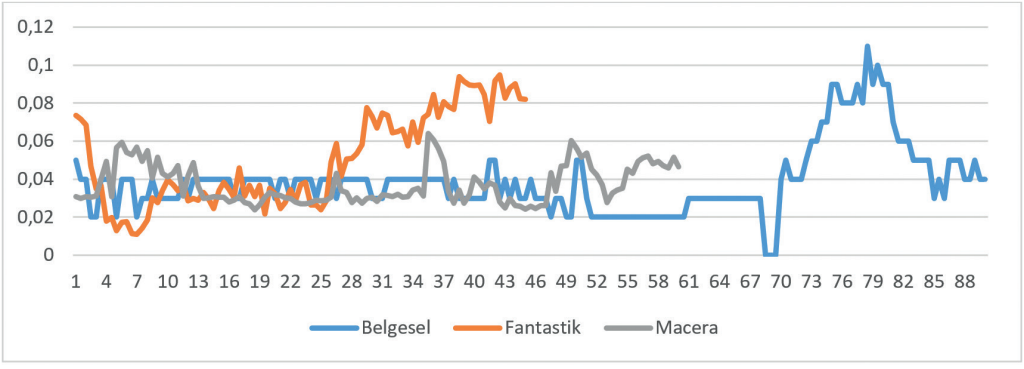
Gelir (TL)				
2.000 ve altı	6	15,00	4	10,00
2.001-4.000	7	17,50	9	22,50
4.001-6.000	5	12,50	4	10,00
6.001-8.000	-	-	2	5,00
8.001-10.000	2	5,00	1	2,50
Seyahat sıklığı (yılda)				
1-2	11	27,50	10	25,00
3-4	1	2,50	-	-
5-6	8	20,00	9	22,50
7 ve üstü	-	-	1	2,50

Aşağıda tabloda araştırmaya konu olan üç reklamın yüz kodlama –mutluluk- verilerine ilişkin Friedman testi sonuçlarına yer verilmiştir. Buna göre araştırmaya konu olan üç reklama ilişkin mutluluk skor ortalamaları baz alındığında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Tablo 2. Yüz Kodlama -Mutluluk- Freidman Testi

Reklam	**Mutluluk**	**Sıra Ortalaması**	**Ortalama**	**Standart Sapma**
Belgesel		1,96	0,389	0,136
Fantastik		2,13	0,483	0,129
Macera		21,92	0,424	0,148
Friedman Test İstatistiği				
N			36	
Ki-kare			1,500	
Df			2	
Asymp. Sig			0,472	

Veriler grafiklere dönüştürüldüğünde belgesel içerikli reklamda 27. saniye, fantastik içerikli reklamda ise 70. saniye sonrası mutluluk duygusunda bir artış trendi görülmektedir. Bu artışların başlangıç noktası incelendiğinde iki reklamda da metin kısımları bittikten sonra gelen final sahnelerinin mutluluk duygusunu artırdığı tespit edilmiştir. Macera içerikli reklamda ise diğer iki reklamdaki gibi vurgulu bir final sahnesi bulunmamaktadır. Bununla birlikte bu reklamın grafiğinde de diğer iki reklamdaki gibi göze çarpan istikrarlı bir değişim tespit edilmemiştir.



Şekil 4. Yüz Kodlama –Mutluluk- Zaman Serileri Grafiği

Aşağıda tabloda belgesel ve fantastik içerikli reklamın final sahneleri öncesi ve sonrası mutluluk duygusuna ilişkin farklılığın tespiti için Wilcoxon İşaretli Sıralar Testi yapılmıştır. Buna göre iki reklamın final sahneleri öncesi ve sonrası arasında istatiksel olarak anlamlı şekilde mutluluk duygusunun farklı olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3. Final Sahneleri ve Öncesinin Mutluluk Duygusu Karşılaştırılması

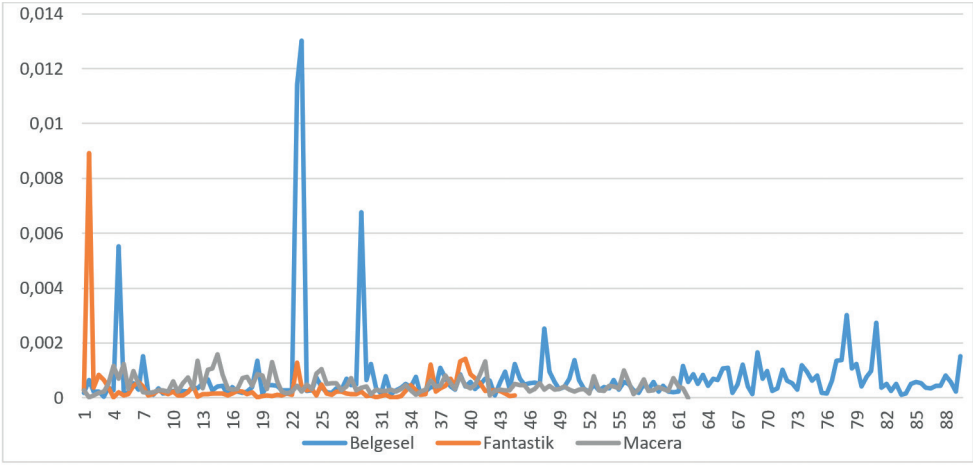
Reklam	N	S.O	Sıra Top.	Z	p
Belgesel reklam final sahn. sonrası - öncesi					
Negatif Sıra	2	7,50	15,00	-5,043	0,00
Pozitif Sıra	34	19,15	651,00		
Eşit	5				
Toplam	41				
Fantastik reklam final sahn. sonrası - öncesi					
Negatif Sıra	3	4,00	12,00	-5,122	0,00
Pozitif Sıra	34	23,32	691,00		
Eşit	0				
Toplam	37				

Aşağıdaki tabloda mutluluk duygusunda oluşan anlamlı farklılığın hangi sahnelerde olduğunu anlamaya yönelik olarak final sahneleri ve önceki sahnelerin mutluluk duygusunun skor ortalamaları verilmiştir. Tabloda iki reklamda da Şekil 4'teki grafikle uyumlu olarak final sahnelerinde mutluluk duygu ortalamalarının daha fazla olduğu görülmektedir. Buna göre belgesel ve fantastik içerikli reklamların final sahneleri anlamlı şekilde önceki sahnelerden daha fazla mutluluk duygusuna neden olmuştur.

Tablo 4. Final sahnesi ve Öncesinin Mutluluk Duygu Ortalamaları

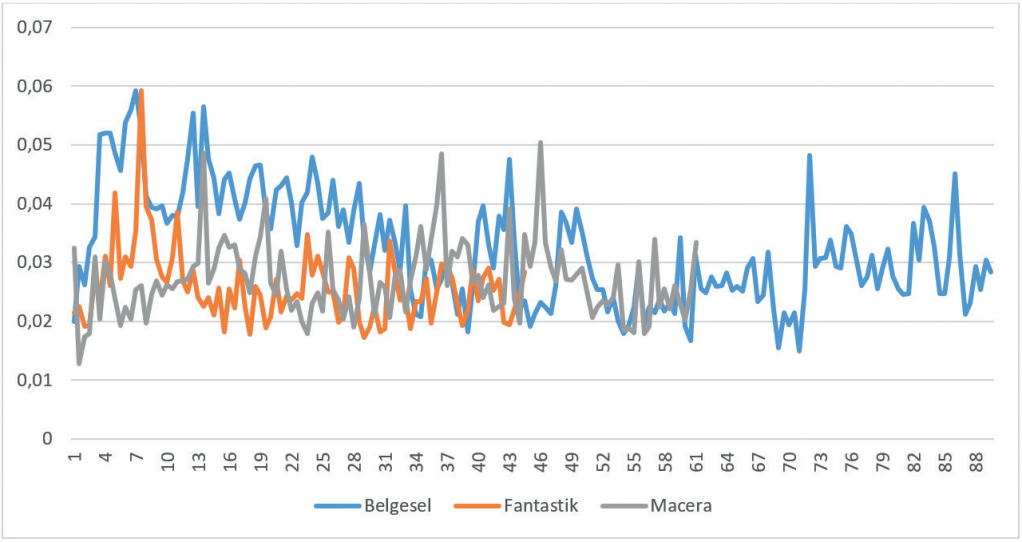
	N	Min.	Max.	Ort.	s.s
Belgesel Final Öncesi	138	0,00	0,05	0,32	0,01
Belgesel Final	41	0,03	0,11	0,61	0,21
Fantastik Final Öncesi	52	0,01	0,07	0,32	0,14
Fantastik Final	37	0,04	0,09	0,74	0,14

Aşağıdaki grafikte şaşırma duygusuna ilişkin yüz kodlama analizine yer verilmiştir. Buna göre şaşırma duygusunda ani yükselmeler olsa da mutluluk duygusundakine benzer bir kararlı artış görülmemektedir.



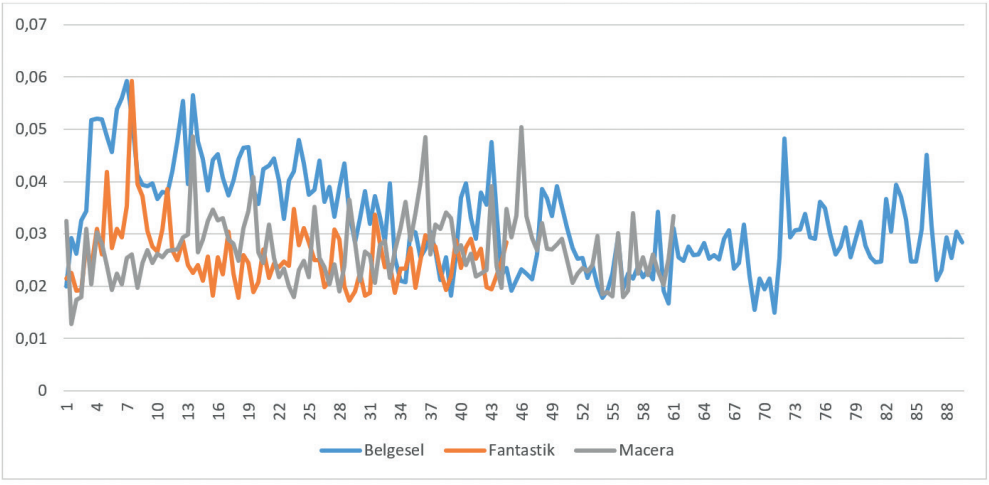
Şekil 5. Yüz Kodlama- Şaşırma- Zaman Serileri Grafiği

Aşağıdaki grafikte üzüntü duygusuna ilişkin yüz kodlama analizine yer verilmiştir. Grafik incelendiğinde araştırmaya konu olan üç reklam için üzüntü duygusunda kararlı bir değişim tespit edilmemiştir.



Şekil 6. Yüz Kodlama- Üzüntü- Zaman Serileri Grafiği

Aşağıdaki grafikte korku duygusuna ilişkin yüz kodlama analizine yer verilmiştir. Grafik incelendiğinde araştırmaya konu olan üç reklam için korku duygusunda kararlı bir değişim tespit edilmemiştir.



Şekil 7. Yüz Kodlama- Korku- Zaman Serileri Grafiği

5. Sonuç

Turizm pazarlamasında reklamlar genellikle duygusal çekicilikler üzerine yapılmaktadır. Ancak yapılan çalışmaların birçoğunda katılımcılardan alınan bilişsel cevaplardan elde edilen veriler ile analizler yapılmıştır. Bu durum farklı nedenlerle katılımcıların gerçek hislerini paylaşmaması noktasında sorun teşkil edebilmektedir. Tüketicilerin reklam uyaranları karşısındaki duygusal değişimleri anlamak için onlara soru sormanın gerekmemesi ve böylelikle daha doğru değerlendirmeler yapılabilmesi nöropazarlamayı iyi bir alternatif araştırma yöntemi olarak değerlendirilmesini sağlamaktadır. Bununla birlikte, daha sağlıklı çıkarımlar yapabilmek adına özellikle son dönemde nöropazarlama yöntemlerinin konvansiyonel/geleneksel araştırma yöntemleriyle birlikte kullanılması faydalı olabilir.

Bu çalışmada elde edilen veriler ışığında reklam uyaranlarının temaya bağlı olarak insanlarda çeşitli duygular oluşturabildiği ve oluşan bu duyguların objektif yöntemler kullanılarak saptanabileceği görülmüştür. Duyguların hafıza üzerindeki etkileri göz önünde bulundurulduğunda reklamın hafızada yer elde etmesi için tüketicide duygu oluşturmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

Araştırmaya konu olan belgesel ve fantastik içerikli reklamların özellikle final sahnelerinin duygu oluşturma konusunda başarılı olduğu tespit edilmiştir. Bununla beraber bir teaser olan macera içerikli reklamda ise anlamlı bir duygu değişimine rastlanmamıştır. Macera içerikli reklamın içeriği gereği bir final sahnesinin olmamasını da göz önünde bulundurmak gerekir. Bu bağlamda duygu yoğunluğunun oluştuğu final sahnelerinde marka vurgusunun yapılmasının reklamın amacına ulaşması açısından fayda sağlayacağı söylenebilir.

Yüz kodlama duygu ölçümünde özellikle reklam filmi analizi gibi dinamik süreçlerde en çok tercih edilen tekniklerden biridir (Tichindelean, Cetină ve Tichindelean., 2018). Bununla birlikte kullanılacak nöropazarlama tekniğinin araştırma yapılan sektöre göre seçilmesi farklı sonuçlar sunabilmektedir (Gürbüz ve Toğa, 2018). Turizm araştırmalarında ise yüz kodlama tekniğinin duygu ölçümü açısından önemli veriler sunabilecek bir potansiyele sahip olduğu bu çalışma bulgularıyla görülmüştür. Ayrıca yapay zekâ (AI) ve video analitiği ile uygulandığında, yüz kodlaması satın alma ortamında uyaranlara karşı bazen bilinçaltı tepkileri ölçebilir ve tüketicilerin nasıl hissettiğini anlamak için kullanılabilir (Arthmann ve Li, 2017).

Araştırmada Microsoft Azure Face API yüz kodlama yazılımı kullanılmıştır. İstatistiksel veriler ile kamera görüntüleri birlikte değerlendirildiğinde yazılımın sorunsuz bir şekilde yüz ifadelerini sayısal veri haline dönüştürdüğü söylenebilir. Kullanılan yöntemle ilgili dikkati çeken en önemli kısıt anlık duygusal etkiden bağımsız olarak gerçekleşen yüz mimiklerinin duygu olarak saptanmasıdır. Fakat bunlar analiz aşamasında aykırı değer olarak veri kümesinden çıkarılıp analize dâhil edilmemektedir. Bununla birlikte tüm reklam süresince elde edilen verilerin aritmetik ortalaması alınarak yapılan analizlerde reklamlar tüm gösterim boyunca sabit bir duygu oluşturmuyorsa farklılıkların tespiti zor olabilmektedir. Bu araştırmada da üç reklam için elde edilen analizlerde en fazla yüz ifadelerinin baskın olarak nötr olduğuna ilişkin veriler elde edilmiştir. Bu bağlamda araştırma içeriği açısından uygun ise sahne değişimine göre analizleri yapmak daha doğru bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir.

Bundan sonraki çalışmalarda yüz kodlama analizleri sonucu elde edilen verilerin uzun süreli hafıza ile ilişkilendirilmesi ve böylelikle hangi duyguların hangi düzeyde hafızada tutulabildiğinin ölçümlenmesinin nöropazarlama araştırmalarına doğrudan katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

AGARWAL, S., & DUTTA, T. (2015). Neuromarketing and consumer neuroscience: Current understanding and the way forward. *Decision, 42*(4), 457-462. doi:10.1007/s40622-015-0113-1

AKGÜN, V. Ö., & ERGÜN, G. S. (2016). Yeni bir pazarlama yaklaşımı olarak nöropazarlama üzerine kuramsal bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*(11), 223-235.

ALTUNIŞIK, R., ÖZDEMİR, Ş., & TORLAK, Ö. (2017). *Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi* (3. b.). İstanbul: Beta Yayıncılık.

ANDONOV, S., GEORGIEV, S., TSENOV, G., & MLADENOV, V. (2023). Neurophysiological Test with Use of EEG, GSR and Pulse Measurements Data for Focus Group Beverage Preference Aggregation. *2023 International Scientific Conference on Computer Science (COMSCI), 1-6. https://doi.org/10.1109/COMSCI59259.2023.10315904.*

ARIELY, D., & BERNS, G.S. (2010). Neuromarketing: the hope and hype of neuroimaging in business. Nature Reviews Neuroscience, 11, 284-292.

ARTHMANN, C., & Lİ, I. P. (2017). Neuromarketing-the art and science of marketing and neurosciences enabled by IoT technologies. *IIC Journal of Innovation*, 1-10.

BABAÇ, E. & YÜNCÜ, H. R. (2021). "Yiyecek ve İçecek Araştırmalarında Nöropazarlama Tekniklerinin Kullanımı" *International Social Sciences Studies Journal, (e-ISSN:2587-1587) Vol:7, Issue:87; pp:3776-3786*

BELCH, G. E., & BELCH, M. A. (2003). *Advertising and Promotion An Integrated Communications Perspective* (6. b.). The McGraw-Hill Companies.

BERCEA, M. D. (2012). Anatomy of methodologies for measuring consumer behaviour in neuromarketing research. *LCBR European Marketing Conference.* Munich.

CHYGRYN, O., SHEVCHENKO, K., & TULIAKOV, O. (2024). Neuromarketing as a Mechanism of Communication with the Consumer: Case for Small Business. *Marketing and Management of Innovations, 15(2), 26–38. doi.org/10.21272/mmi.2024.2-03*

CONSTANTINESCU, M., ORİNDARU, A., PACHITANU, A., ROSCA, L., CAESCU, S.-C., & ORZAN, M. C. (2019). Attitude evaluation on using the neuromarketing approach in social media: matching company's purposes and consumer's benefits for sustainable business growth. *Sustainability, 11*. doi:10.3390/su11247094

ÇAKAR, T., & GEZ, K. (2017). Neuroscience applications on the assessments of TV ads. *Applying Neuroscience to Business Practice* (s. 231-256). içinde IGI Global.

DAĞLI, Ö., & ULUÇ, T. A. (2021). Televizyon reklamlarındaki marka maskotların nöropazarlama yöntemlerinden galvanik deri iletkenliği ve yüz (ifade) kodlama analizi aracılığıyla incelenmesi. *Intermedia International e-Journa, 8*(14), 58-78. doi: 10.21645/intermedia.2021.101

EKMAN, P., & FRIESEN, W. V. (1971). Constants across cultures in the face and emotion. *Journal of Personality and Social Psychology, 17*(2), 124-129.

ELDEN, M., ULUKÖK, Ö., & Yeygel, S. (2005). *Şimdi Reklamlar*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Emotion Research Lab. (tarih yok). 01 02, 2020 tarihinde https://emotionresearchlab.com/ adresinden alındı

ERICKSON, K., & SCHULKIN, J. (2003). Facial expressions of emotion: A cognitive neuroscience perspective. *Brain and Cognition, 52*, 52-60.

FORD, J. B. (2019). What do we know about neuromarketing? *Journal of Advertising Research, 59*(3), 257-258. doi:10.2501/JAR-2019-031

GIUDICI, E., DETTORI, A., & CABONI, F. (2017). Neurotourism: Futuristic perspective or today's reality? *20th Excellence in Services International Conference*, (s. 335-346). Verona.

GOLNAR-NIK, P., FARASHI, S., & SAFARI, M.-S. (2019). The application of EEG power for the prediction and ınterpretation of consumer decision-making: A neuromarketing study. *Physiology & Behavior, 207*, 90-98. doi:10.1016/j.physbeh.2019.04.025

GONZÁLEZ-RODRIGUEZ, M., DIAZ-FERNÁNDEZ, M., & GÓMEZ, C. P. (2020). Facial-expression recognition: An emergent approach to the measurement of tourist satisfaction through emotions. *Telematics and Informatics, 51*.

GÜRBÜZ, F., & TOĞA, G. (2018). Usage of the facial action coding system to predict customer gender profile: A neuro marketing application in Turkey. *2nd International Symposium on Multidisciplinary Studies and Innovative Technologies (ISMSIT).* doi:10.1109/ISMSIT.2018.8566692

KENNING, P. (2008). What advertisers can do and cannot do with neuroscience. *International Journal of Advertising, 27*(3), 472-473. doi:10.2501/S0265048708080086A

KÖSE, E. (2017). Bilimsel Araştırma Modelleri. R. Y. Kıncal (Dü.) içinde, *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (5. b., s. 99-124). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tiç. Ltd. Sti.

LEE, M., & JOHNSON, C. (2005). *Principles of Advertising: A Global Perspective* (2. b.). New York & London: Routledge.

LI, B., & LIMA, D. (2021). Facial expression recognition via ResNet-50. *International Journal of Cognitive Computing in Engineering, 2*, 57-64.

MCCLURE, S. M., Lİ, J, TOMLIN, D., CYPERT, K. S., MONTAGUE, L. M., MONTAGUE, P. R. (2004). Neural correlates of behavioral preference for culturally familiar drinks. *Neuron*, 14;44(2):379-87. doi: 10.1016/j.neuron.2004.09.019.

MEYERDING, S. G., & MEHLHOSE, C. M. (2020). Can neuromarketing add value to the traditional marketing research? an exemplary experiment with functional near- ınfrared spectroscopy (fNIRS). *Journal of Business Research*(107), 172-185. doi:10.1016/j.jbusres.2018.10.052

MORIN, C., & RENVOISE, P. (2019). *Beyindeki İkna Kodu.* (T. Gezer, Çev.) İstanbul: Maltepe Üniversitesi Kitapları.

NEMORIN, S. (2017). Neuromarketing and the "poor in world" consumer: how the animalization of thinking underpins contemporary market research discourses. *Consumption Markets & Culture, 20*(1), 59-89. doi:10.1080/10253866.2016.1160897

NJEGOVANOVIĆ, A. (2020). Tourism in neuroscience framework/cultural neuroscience, mirror neurons, neuroethics. *International Journal of Law and Public Administration, 3*(1). doi:10.11114/ijlpa.v3i1.4665

OTAMENDI, F. J., & MARTIN, D. L. (2020). The emotional effectiveness of advertisement. *Frointiers in Psychology*. doi:10.3389/fpsyg.2020.02088

ÖCAL, R., & HASOĞLAN, M. (2024). Is functional MRI meaningful in migraine?. *Academic Journal of Neurology and Neurosurgery. https://doi.org/10.51271/ajnn-0007.*

PANTANO, E. (2020). Non-verbal evaluation of retail service encounters through consumers' facial expressions. *Computers in Human Behavior, 111*, 1-10.

PARRINELLO, G. L. (2012). Tourism and neuroscience: a preliminary approach. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism, 7*(2), 39-54.

PELTEKOĞLU, F. B. (2019). *Kavram ve Kuramlarıyla Reklam* (2. b.). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

PLESSIS, E. D. (2005). *The Advirtised Mind.* London: Kogan Page.

SAYAN, Ö., & UÇAN, O. N. (2013). Görüntü haberleşmesinin izlenirliğinde duygusal davranış etkisi analizi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, 5*(17), 1-24.

SCHAFER, A. (2005). Buy this. *Scientific American Mind, 16*(2), 72-75. https://www.jstor.org/stable/10.2307/24997637 adresinden alındı

SHEN, F., & MORRIS, J. D. (2016). Decoding neural responses to emotion in television commercials. *Journal of Advertising Research*, 193-294. doi:10.2501/JAR-2016-016

STASİ, A., SONGA, G., MAURI, M., CICERI, A., DIOTALLEVI, F., NARDONE, G., & RUSSO, V. (2018). Neuromarketing empirical approaches and food choice: a systematic review. *Food Research International, 108*, 650-664.

STIPP, H. (2015). The evolution of neuromarketing research: From novelty to mainstream. *Journal of Advertising Research, 55*(2), 120-122. doi:10.2501/JAR-55-2-120-122

TANASIC, B. R. (2017). Impact of sensory branding on the decision-making process of tourism product purchase. *International Journal of Research in Engineering and Innovation, 1*(6), 109-125.

TICHINDELEAN, M., CETINĂ, I., & TICHINDELEAN., M. (2018). Neuromarketing services: An analysis of ınternational specialists' experience. *Proceedings of the 12th International Management Conference*, (s. 807-816).

TOSUN, N. B. (2017). *Marka Yönetimi* (3. b.). İstanbul: Beta Yayınları.

YEN, C., LIN, C. L., & CHIANG, M. C. (2023). Exploring the Frontiers of Neuroimaging: A Review of Recent Advances in Understanding Brain Functioning and Disorders. *Life (Basel, Switzerland), 13(7), 1472. https://doi.org/10.3390/life13071472*

YEUNG, M. K. (2023). The prefrontal cortex is differentially involved in implicit and explicit facial emotion processing: An fNIRS study. In Biological Psychology (Vol. 181, p. 108619). Elsevier BV. https://doi.org/10.1016/j.biopsycho.2023.108619

YÜCEL, N., ÇUBUK, F., YÜCEL, A., YÜKSEL, M., & ÇUBUK, C. (2014). Costumer perception analysis of stores within the framework of emphatic mind. *The 2014 WEI International Academic Conference Proceedings* . New Orleans.

ZHANG, S., CHEN, N., & HSU, C. H. (2021). Facial expressions versus words: unlocking complex emotional responses of residents toward tourists. *Tourism Management, 83*, 1-13.

Summary

Airlines frequently organize advertising campaigns to attract customers to their flights and strengthen their brand image. However, the effectiveness of these advertising campaigns is limited when measured using traditional methods. Modern neurotechnology provides tools and methods to enhance the understanding of conscious and unconscious behaviors. Therefore, facial coding technology can be used to measure viewers' emotional responses. This study aims to analyze the final scenes of a commercial product using a facial coding system, a neuromarketing method, and evaluate whether it is a suitable tool. The main purpose of this study is to analyze the emotional responses of consumers to stimuli in commercials, which are one of the most important tools in marketing, through facial expressions, and to reveal the effects of commercials on consumers across different emotional axes. In this context, this study aims to examine the changes in facial expressions in globally broadcasted commercials in terms of cultural differences, and to obtain findings on the effects of commercial scenarios. The sample of the study consisted of 20 Turkish citizens who had traveled by air at least once and could read subtitles in selected commercials, and 20 nationals from other countries who could understand English or Turkish very well. The research design is as follows: In this study, three commercials of an airline company prepared for the Super Bowl (American National Football League Final) and broadcasted in many countries with durations of 45 seconds, 1:00 minute, and 1:30 minutes were shown to the participants. Considering their scenarios, the commercials were labeled documentary, fantasy, and adventure-themed. During this period, participants' faces were recorded using a high-definition (HD) camera. These recordings were then converted into data through different axes of emotional probability using a freely accessible and usable Microsoft Azure Face API. The obtained data were extensively examined and interpreted using a statistical analysis program, and converted into graphs. Considering the potential resistance to watching commercials, the order of viewing commercials was randomized. According to the research findings, the adventure-themed commercial did not have a highlighted final scene, unlike the other two commercials. However, no consistent change was observed in the graph for this commercial, as in the other two commercials. In the documentary and fantasy-themed commercials, there was a statistically significant difference in the feeling of happiness before and after the final scenes. In tourism marketing, commercials are generally based on emotional appeals. However, in many studies, analyses were conducted using data obtained from the cognitive responses of participants. In light of the data obtained in this study, it was observed that advertising stimuli could create various emotions in people, depending on the theme, and these emotions could be detected using objective methods. Considering the effects of emotions on memory, it is believed that creating emotions in the consumer is important for remembering the advertisement. It was found that documentary and fantasy-themed commercials, which were the subject of the research, were particularly successful in creating emotions in their final scenes. However, no significant emotional change was found in the adventure-themed commercial teasers. It should be noted that this commercial does not have a final scene because of its content. In this context, it can be said that emphasizing the brand in the final scenes where emotional intensity occurs will be beneficial for achieving the advertisement's purpose. The Microsoft Azure Face API facial coding software was used in this study. When the statistical data and camera footage were evaluated together, it can be said that the software successfully converted facial expressions into numerical data. The most notable limitation of this method is the detection of facial expressions as emotions, independent of the instantaneous emotional impact. However, these were excluded from the analysis as outliers during the analysis phase. Moreover, in the analysis performed by taking the arithmetic average of the data obtained throughout the entire commercial, if the commercials do not create a consistent emotion throughout the display, it can be difficult to detect differences. In this study, the most dominant facial expressions in the analysis of the three commercials were neutral. In this context, if appropriate to the research content, it may be considered a more accurate approach to analyze scene changes. In future studies, correlating the data obtained from facial coding analyses with long-term memory and thus measuring which emotions can be retained at what level in memory will directly contribute to neuromarketing research.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);203-214
DOI: 10.17336/igusbd.1495290

ORIGINAL ARTICLE / ÖZGÜN ARAŞTIRMA

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Marka İsmi Fonksiyonları Ekseninde Marka İsim Değişikliğinin Değerlendirilmesi: Sosyal Medya Yorumlarına Bir İçerik Analizi

Evaluating Brand Name Functions Through Brand Renaming: A Content Anaysis on Social Media Comments

Ezgi SAATÇİOĞLU

Dr, Bağımsız Araştırmacı, Türkiye.
✉ ezgisaatcioglu@hotmail.com

Geliş/Received: 04.06.2024
Kabul/Accepted: 21.01.2025

Öz

Amaç: Tüketici temelli marka denkliği, tüketicilerin marka ismine yönelik tepkilerini, yorumlarını ifade etmektedir. Bu çalışmada marka ismi fonksiyonları ekseninde marka isminin değiştirilmesine yönelik tüketici tepkilerinin irdelenmesi amaçlanmaktadır.

Yöntem: Nitel bir araştırma yöntemi ile betimleyici bir çalışma gerçekleştirilen araştırmada, tüketicilerin yorumları marka ismi fonksiyonları çerçevesinde irdelenmiştir. Amaçsal örneklem ile Eti markasının 2021 yılında gerçekleştirdiği Eti Negro isim değişikliğine yönelik tüketici tepkileri incelenmektedir. Tüketici tepkilerinin incelenmesi için markaya ait Instagram hesabında yer alan duyuruda bulunan kullanıcı yorumlarına yönelik içerik analizi yönteminden yararlanılmaktadır.

Bulgular: Araştırma kapsamında Instagram hesabında yer alan 433 yorum içerik analizi yöntemi ile incelenmiş ve marka ismi fonksiyonları olan rasyonel, ilişkisel, alışkanlık, sembolik fonksiyon çerçevesinde incelenmiştir. 164 yorum yalnızca emojilerden oluşmakta olup bu yorumlar marka isim değişikliğini destekleyen ve beğenen emojilerden oluşmaktadır. Geri kalan 269 yorumda ise hem olumlu hem de olumsuz tepkiler bulunmaktadır. Olumsuz tepkiler; rasyonel fonksiyon ve ilişkisel fonksiyon çerçevesine odaklanırken olumlu tepkilerin sembolik fonksiyon çerçevesinde olduğu görülmektedir.

Sonuç: Marka ismi değişikliğinin ayrımcılık gerekçesi ile yapılmış olması nedeniyle ağırlıklı olarak takdirle karşılanmaktadır. Marka ismi rasyonel fonksiyonu kapsamındaki tepkiler, marka isminin eski ve yeni marka isminin aynı anlama geldiği savunulurken ilişkisel fonksiyonda eski marka ismine duygusal açıdan bağlı olanların yanı sıra ürüne bağlılık gösteren tüketiciler de görülmektedir.

Anahtar Kelimeler

Marka İsmi, Marka İsim Değişikliği, Tüketici Temelli Marka Denkliği, İçerik Analizi

Ezgi Saatçioğlu, "Evaluating Brand Name Functions Through Brand Renaming: A Content Anaysis on Social Media Comments", Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci, 12 (1), April 2025, pp. 203-214.

Abstract

Aim: Consumer-based brand equity refers to consumers' reactions and comments towards the brand name. This study aims to examine consumer reactions to changing the brand name in terms of brand name functiıns.

Method: In this research, a descriptive study was carried out with a qualitative research method, and consumers' comments were examined within the framework of brand name functions. With purposive sampling, consumer reactions to the Eti Negro name change in 2021 are examined. To examine consumer reactions, the content analysis method is used for user comments in the announcement on the brand's Instagram account.

Results: Within the scope of the research, 433 comments on the Instagram account were examined with the content analysis method and examined within the framework of the brand name functions: rational, relational, habitual and symbolic functions. 164 comments consist only of emojis. While negative reactions focuses on rational function and relational function, it is seen that the positive reactions are within the framework of symbolic function

Conclusion: As a result of the research, it is mostly appreciated because the brand name change was made for discriminatory reasons. While the reactions within the scope of the rational function of the brand name argue that the old and new brand name have the same meaning, in the relational function, consumers who are emotionally attached to the old brand name as well as consumers who are loyal to the product are seen.

Keywords

Brand Name, Brand Renaming, Consumer Based Brand Equity, Content Analysis

Giriş

Marka, hem tüketicileri hem de markayı korumakta ve bir ürünün rakiplerinden ayırt edilmesini sağlamaktadır. Bu koruma ve ayırt etme; marka farkındalığı ve marka çağrışımları ile sağlanırken marka ismi, logosu, sembolü gibi somut unsurlar ile tanıma ve farkındalık sağlanmaktadır. Marka ismi, marka farkındalığı ve marka çağrışımları üzerinde güç ve ayırt edicilik açısından önemli bir etkileyici olmaktadır. Tüketicilerin, markaya yönelik algılarını ve tercihlerini etkileyen marka ismi, marka denkliğinin önemli bir unsuru olmaktadır. Marka denkliği tanımlanırken marka isminin önemli vurgulanmakta ve marka isminin; ürüne kazandırdığı anlam, arzu edilebilirlik, güçteki artış marka denkliği olarak tanımlanabilmektedir. Bu bağlamda tüketicilerin marka ismine yönelik tepkilerinin irdelenmesi marka denkliğinin anlaşılması açısından faydalı olmaktadır.

Bu çalışmada amaçlanan; marka ismi fonksiyonları ekseninde marka ismi değişikliğinin irdelenmesi olmaktadır. Bu amaç doğrultusunda amaçsal örneklem ile Eti markasının gerçekleştirmiş olduğu Eti Negro'dan Eti Nero'ya marka ismi değişikliğine yönelik tüketici tepkileri markanın Instagram hesabında paylaşılmış olan duyuruya gelen sosyal medya kullanıcı yorumları incelenmektedir. 1 Aralık 2021'de Eti Instagram hesabında paylaşılmış olan içeriğe gelen yorumlar, 15 Mayıs 2024 tarihinde kaydedilmiştir. Araştırma betimleyici bir yol izlemekte olup yorumlar, içerik analizi yöntemi ile incelenmektedir. Yorumlar, marka ismi fonksiyonları kategorileri çerçevesinde gruplandırılarak incelenmiştir.

Marka Denkliği ve Tüketici Temelli Marka Denkliği

Marka denkliği kavramı, 1980'li yıllardan itibaren Amerika Birleşik Devletleri'ndeki reklam uzmanları tarafından kullanılmaya başlanmıştır (Barwise, 1993, s. 94). Marka denkliği; tüketicilerin marka ile özdeşleştirdikleri değer olarak tanımlanmaktadır (Aaker, 1991). Marka denkliği; marka ile bağlantılı olan marka varlıkları topluluğunu ifade etmektedir. Bu topluluk içinde marka ismi, marka sembolü gibi öğeler yer almaktadır. Eğer markanın ismi veya sembolü değişir ise marka denkliği unsurları da etkilenmektedir (Aaker, 2009). Marka denkliği; soyut bir varlık olmakta ve markanın bağlı olduğu şirkete psikolojik ve finansal değer sağlamaktadır (Kotler ve Keller, 2006, s. 276).

Marka denkliği kavramı, hitap ettiği ve ele alındığı bakış açısına bağlı olarak farklı tanımlamalara sahip olmaktadır. Bu nedenle marka denkliği kavramına ilişkin genel geçer bir tanım yapmak zor

olmaktadır (Koçoğlu ve Aksoy, 2016, s. 73). Aaker (1991, s.16) marka denkliğini, bir markanın ismine ve sembolüne bağlı olarak markanın sağladığı depere eklenen ve çıkarılan varlıkları olarak ifade etmektedir. Keller ise (1993, 2009) markaya yüklenen pazarlama etkileri olarak ifade etmektedir.

Marka denkliği; markanın parasal değeri, markanın gücü ve markanın tanımlanması üzerine 3 duyarlılık noktasına sahip olmaktadır. Markanın parasal değeri, markanın finansal varlık değerini ifade etmektedir. Markanın gücü ise markanın sadık tüketicileri ile açıklanmaktadır. Son olarak markanın tanımlanması ise marka imajı unsuru ile açıklanmaktadır (Karanfili, 2008, s.69).

Farhuqar (1989, s.32-33) marka denkliğinin yönetilmesini; giriş, gelişme ve güçlendirme olmak üzere 3 aşamada ele almaktadır. Bunlar:

- Birinci Aşama Giriş: Kaliteli bir ürün ile başlayarak marka imajını inşa etmek ve böylelikle olumlu tüketici değerlendirmesi yaratılır.
- İkinci Aşama Gelişme: Olumlu değerlendirmeler, davranışı etkilemede yeterli olmamaktadır. Bu noktada tüketicilerin zihnindeki değerlendirmeleri güçlendirerek markanın hatırlanmasını kolaylaştırmak gerekmektedir. İkinci olarak ise doğrudan davranışsal deneyimleri destekleyerek marka denkliğini güçlendirmek amaçlanmaktadır. Marka ve tüketici arasındaki ilişkinin yönetilmesinde süreklilik ve tutarlılık önem taşımaktadır.
- Üçüncü Aşama Güçlendirme: Güçlendirme aşaması ise marka denkliği sayesinde marka genişlemesine katkı sağlamaktadır. Marka denkliği, marka genişlemesi söz konusu olduğunda olumlu anlam aktarımına destek sağlamaktadır.

Marka denkliği; yönetimsel bir kavram, somut finansal varlık veya tüketici temelli bir kavram olarak görülebilmektedir (Tuominen, 1999, s. 73). Literatürde yer aldığı üzere marka denkliği hem şirkete hem de tüketicilere değer katmaktadır. Marka denkliği; bilgi işleyerek ve alışverişi geliştirerek, karar verme sürecinde güven oluşturarak, satın almayı güçlendirerek tüketiciler için değer yaratmaktadır. Marka denkliği; pazarlama verimliliğini ve etkinliğini arttırarak, marka sadakati oluşturarak, rekabette farklılık sağlayarak firmalar için değer yaratmaktadır (Bagozzi, Rosa, Celly ve Coronel, 1998, s. 320). Firmalar açısından bakıldığında yeni tüketicileri etkileyerek markaya çekmek ve mevcut tüketicileri yeniden hatırlama yoluyla kendine çekmek için avantaj sağlayıcı olmaktadır (Yeniçeri Alemdar ve Dirik, 2016, s. 822). Bir diğer tanımda ise marka denkliği; bir markanın tüketiciler için sağladığı faydaların tamamı olarak tanımlanmakta ve markalama sürecinin başarısını göstermektedir. Markanın değeri, hem tüketiciler hem de markanın kendisi için önem taşımaktadır (Elitok, 2003, s. 91-92). Bu bağlamda kimi kaynaklarda marka denkliği kavramının marka değeri olarak da ele alındığı görülmektedir. Markanın finansal değerine dikkat çekilen ilgili tanımlarda markanın, tüketicilerin zihninde sahip olduğu konumun etkisine de dikkat çekilmektedir. Bu bağlamda tüketicilerin değer atfettiği markalar, finansal açıdan da daha yüksek değere sahip olabilmektedirler (Uztuğ, 2002, s. 47).

Güçlü bir marka denkliği, markalara birtakım faydalar sağlamaktadır. Bunlar (Hoeffler ve Keller, 2003, s. 437):

- Bir ürünün kalitesine ve fonksiyonel özelliklerine dair tüketicilerin algısını geliştirmektedir.
- Tüketicilerin markaya olan sadakatlerini geliştirmektedir.
- Pazar rekabetine ve krizlere karşı markanın hassasiyetini azaltmaktadır.
- Kar marjını arttırmaktadır.
- Fiyat değişimlerine karşı gelecek olan potansiyel tüketici tepkilerine karşı dayanıklılık sağlamaktadır.
- Pazarlama iletişimi faaliyetlerinin etkinliğini arttırmaktadır.
- Markanın genişleme olanaklarını arttırmaktadır.

Marka denkliğini ölçen modeller; finansal temelli, tüketici temelli ve karma/bileşik temelli olmak üzere 3 yaklaşım ile ele alınmaktadır (Kim, Gon Kim ve An, 2003, s. 337). Finansal marka denkliği; markanın taşıdığı varlıkların, finansal açıdan değerini ifade etmektedir (Simon ve Sullivan, 1990). Finansal temelli marka denkliği; bilanço için varlık değerleme, birleşme veya satın almalarda markanın değerini belirleyebilmek için oluşturulmuş olan yaklaşımdır (Keller, 1993, s. 1). Pazarlama uzmanları

tarafından kullanılmakta olan marka denkliği kavramı ise markanın gücünü, tanımını ifade etmektedir. Bu bağlamda marka denkliği kavramının taşıdığı varlık değerlendirme anlamından ayırabilmek için tüketici temelli marka denkliği kavramının tercih edildiği görülmektedir (Wood, 2000, s.262). Tüketici temelli marka denkliği, marka ismine yönelik olarak tüketicilerin tepkilerinin değerlendirilmesi olmaktadır (Keller, 1993, s. 8; Shocker, Srivastave ve Reukert, 1994, s. 150). Karma/bileşik yaklaşım ise yalnızca finansal veya yalnızca tüketici temelli yaklaşımlar temel alındığında ortaya çıkabilecek yetersizlikleri, eksiklikleri ortadan kaldırma amacı ile finansal ve tüketici temelli yaklaşımların bir birleşimi olarak tasarlanmaktadır (Güner, Karabıyık Yerden ve Öztek, 2021, s. 253).

Tüketici temelli marka denkliği üzerine pek çok araştırmacının çalıştığı görülmektedir (Farhuqar, 1989; Aaker, 1991; Keller, 1993; Lassar, Mittal ve Sharma, 1995; Vazquez, del Rio ve Iglesias, 2002). Tüketici temelli marka denkliği; tüketicilerin, şirketin pazarlama faaliyetlerine yönelik geliştirdikleri ayırt edici tepki olarak ifade edilirken (Keller, 1993, s. 9) tüketiciler, markaya yönelik olumlu bir değerlendirmede ve olumlu tutum içerisinde bulunmaktadırlar (Farguhar, 1989). Tüketici temelli marka denkliği unsurları, tüketiciler için değer katmakta veya değeri güçlendirerek markaya dair bilgilerin işlenmesine yardımcı olmaktadır (Aaker, 2009). Tüketici temelli marka denkliği; marka ismini taşıyan bir ürünün sahip olduğu üstünlük algısına dayanmaktadır. Bu bağlamda esas olan nesnel göstergeler değil, tüketicilerin öznel algıları olmaktadır (Lassar, Mittal ve Sharma, 1995, s. 10). Tüketici temelli marka denkliğinin inşa edilmesi hem marka kimliğine ilişkin marka ismi, logosu veya sembolünün seçimi yolu ile hem de destekleyici pazarlama programına entegrasyonu ile yapılabilmektedir (Keller, 1993, s. 9).

Tüketici temelli marka denkliğinin fonksiyonel ve sembolik olmak üzere 2 ana boyutu bulunmaktadır. Boyutların doğası markalar tarafından tatmin edilen tüketici ihtiyaçlarına dayanmaktadır (Vazquez, del Rio ve Iglesias, 2002). Fonksiyonel boyuttaki değerler, bireyin fiziksel çevresini düzenlemesi ile ilişkili olmakta ve faydacıl güdülerin tatmin edilmesi sonucu elde edilmektedir. Sembolik boyuttaki değerler ise bireyin sosyal ve psikolojik çevresini düzenlemesi ihtiyacına dayanmakta olup tüketicilerin olumlu duygular edinerek sosyal gruplar içerisinde diğer bireyler ile iletişim kurmalarına olanak tanımaktadır (Mittal, Ratchford ve Prabhakar, 1990).

Keller, tüketici temelli marka denkliğini ele alarak onu, tüketicilerin marka hakkında öğrendikleri, gördükleri, hissettiklerinin bütünü olarak tanımlarken aaker ise marka denkliği unsurlarının bir bütünü olan çok boyutlu bir yapı ile açıklamaktadır (Kim ve Kim, 2004). Pazarlama çerçevesinde marka denkliğini ele alarak tüketici temelli marka denkliği üzerine çalışan Aaker (1991, s. 14-15) marka denkliği unsurlarını; marka sadakati, marka farkındalığı, algılanan kalite ve marka çağrışımları olarak gruplandırmaktadır.

Marka Sadakati: Ürün veya hizmetin tekrar tekrar satın alınmasını yoğun bir biçimde arzulamak ve diğer ürünleri, hizmetleri istememek şeklinde tanımlanabilmektedir (Oliver, 1999, s.35). Tüketicilerin bir markada, o markayı diğerlerinden ayırt etmelerini sağlayacak özelliklerden etkilenmesi ile marka sadakati oluşmakta ve güçlenmektedir (Uztuğ, 2003, s.34). Rubio vd. (2015) ise tüketicilerin, tekrar satın alma davranışlarının marka sadakatini ifade etmeyeceğini belirtmektedir. Kimi zaman tekrarlayan satın alma davranışının nedeni, satın alma eylemindeki kolaylık ile açıklanabilmektedir.

Marka Farkındalığı: Keller (1993, s. 3) marka farkındalığını, bir markanın tüketiciler tarafından tanınması ve önceki performanslar nedeni ile hatırlanması olarak tanımlamaktadır. Yeniçeri Alemdar ve Dirik (2016, s. 826) marka farkındalığının, tüketicinin satın alma kararındaki önemini 3 ana neden ile açıklamaktadır. Bu nedenlerden ilki, ilgili ürün kategorisinde tüketicinin aklına ilk gelen marka olmasını sağlamasıdır. İkinci neden, tüketicilerin düşük bağlılık sahibi oldukları ürün kategorilerinde marka farkındalığının satın alma davranışını etkileyebilmesidir. Üçüncü neden ise marka imajının oluşumunda etki sahibi olmasıdır.

Algılanan Kalite: Algılanan kalite, bir markanın tüketicilerin zihninde sahip olduğu kalite düzeyini ifade etmektedir. Bu bağlamda algılanan kalite, gerçek kaliteyi değil önel yargıyı ifade etmektedir (Pappu, Ray ve Cooksey, 2005). Tüketiciler, algılanan kaliteyi belirlemede gerçek ipuçları ve dışsal ipuçları olmak üzere 2 unsurdan yararlanmaktadır. Gerçek ipuçları, ürünün fiziksel özelliklerini konu alırken dışsal ipuçları ürünün fiziksel parçalarının dışında kalmaktadır (Lu ve Xu, 2015).

Marka Çağrışımları: Tüketicilerin, markayı satın alma davranışı sergilemeleri için olumlu duygular yaratarak değer sunmaktadır (Pappu, Ray ve Cooksey, 2005). Marka çağrışımları; tüketicilerin bir markaya dair zihinlerinde bulundurdukları her şeyi ifade etmektedir (Aaker, 1991, s. 109). Keller (199 3, s. 4-5) marka çağrışımlarını; özellikler, faydalar ve tutumlar olmak üzere 3 kategoride sınıflandırmaktadı. Özellikler; ürünün fiziksel özelliklerini ifade etmekte ve içeriği vurgulamaktadır. Fiyat, ambalaj, görünüm gibi unsurları içermekte ayrıca kullanıcının imajını ve kullanım imajını da ifade etmektedir. Faydalar ise bir markaya eklenen kişisel değerleri ifade etmektedir. Bu bağlamda tüketiciler, bir markanın kendisi için ne yapacağını düşünmekte ve fonksiyonel faydalar, deneyimsel faydalar ve sembolik faydalar olmak üzere 3 kategoride değerlendirilmektedir. Fonksiyonel faydalar, ürünün temel özellikleri ile ilgili olup gerçek faydalardır. Deneyimsel faydalar; ürünün deneyimlenmesi ile neler elde edildiğini ifade etmektedir. Sembolik faydalar ise bireyin kendisini ifade etme gereksinimi gibi sosyal gereksinimlerle ilişkili olmaktadır. Son olarak tutumlar ise tüketici davranışının temelini oluşturmakta ve tüketicilerin markaya yönelik değerlendirmelerinin bir bütünü sonucunda meydana gelmektedir.

Tüketici Temelli Marka Denkliğinin Yansıması Olarak Marka İsmi Fonksiyonları

Marka, tüketiciler üzerinde ürünün kaynağına ilişkin çağrışımlar sağlayarak hem tüketiciyi hem de üreticiyi rakiplerin üretebilecekleri benzer ürünlere karşı korumaktadır. Marka ismi, markayı koruyan ve şirkete ait olan varlıklar arasında yer almakta olup soyut bir nitelik taşımaktadır (Aaker, 2009). Marka isimleri ilk olarak 16. yüzyılın başlarında ortaya çıkarken ürünün algılanan değerini arttırma amacı ile kullanılması 19. yüzyıla rastlamaktadır (Farhuqar, 1989, s. 24).

Marka ismi; marka farkındalığı üzerinde önemli bir etken olmaktadır. Bu bağlamda marka isminin seçimi, önem taşımaktadır (Alba ve Hutchinson, 1987). Marka ismi; marka çağrışımlarının beğenilirliği, gücü ve ayırt ediciliği bakımından da etkileyici olmaktadır (Keller, 1993, s. 9). Bir markanın sahip olduğu isim hem tüketicilerin markaya yönelik algılarını hem de markaya yönelik tercihlerini etkilemektedir (Rangaswany vd., 1993, s. 63). Lassar, Mittal ve Sharma (1995, s. 10) marka isminin bir ürüne kazandırdığı algılanan fayda ve arzu edilirlikteki artışı, marka denkliği olarak ifade etmektedirler.

Griff Round ve Roper (2012, s. 942) marka ismi fonksiyonlarını şu şekilde özetlemektedirler:

1. Rasyonel Fonksiyon:
    - Kimliklendirme Fonksiyonu: Tüketicileri aşina oldukları ürün veya hizmeti ile hızlı bir biçimde tanımlamalarına yardımcı olmaktadır.
    - Arama maliyeti azaltma fonksiyonu: Zaman ve kaynak koruma faydası ile satın alma sürecini sadeleştirmektedir.
    - Kalite sinyali fonksiyonu: Tüketicilerin, satın alma öncesinde değerlendirilemeyen kalite özelliklerini oluşturmalarına yardımcı olmaktadır.
    - Risk azaltma fonkiyonu: Satın alma sonucunda gerçekleşebilecek fonksiyonel veya sembolik riskleri azaltmaktadır.
2. Sembolik Fonksiyon: Sembolik çağrışımlar üzerinden tüketicilere fayda sağlamaktadır.
3. İlişkisel Fonksiyon: Tüketicilere, devam eden ilişki ve duygusal bağlılık faydası sunmaktadır.
4. Alışkanlık Fonksiyonu: Alışkanlığa dayalı davranışları destekler ve bilişsel etkinliğin azalması faydasını sunmaktadır.

Marka iletişimi literatüründe günümüzde dünya çağında başarı yakalamış markaların isim değişikliği yaptıkları da görülmektedir. Örneğin günümüzde Google ismi ile bilinen arama motorunun ilk ismi, kurucuları Larry Page ve Sergey Brin tarafından BackRub olarak belirlenmiştir. İsim belirlenirken Page ve Brin'in amacı internetin arka bağlantılarının analizini vurgulama istekleri iken bir yılın sonunda yeni bir isimle ortaya çıkmışlar ve "googlelamak" sözcüğü gündelik yaşama sirayet etmiştir. Farklı bir sektörde ise Pepsi markasının ilk adı olan "Brad's Drink" göze çarpmaktadır. Caleb Bradham, hazırladığı gazlı içeceği "Brad'in İçeceği" olarak adlandırmıştır. 5 yıl sonrasında ise hazımsızlık anlamına gelen "dispepsi" sözcüğünden yola çıkarak "Pepsi" adı ile kolanın sindirime yardımcı olduğu vurgusu ile yeniden markalamayı gerçekleştirdi.

Marka isminin değiştirilmesi tüketicilerin, markaya yönelik memnuniyetlerini marka tutumlarını etkilememekte ancak marka kişiliğinin algılanmasında değişim gerçekleşmektedir (M'Sallem, Mzoughi ve Bouhlel, 2009). Hilgenkamp ve Shanteau (2010) marka ismi ne kadar güçlü ise algılanan kalitenin de o düzeyde yüksek olduğunu ifade etmektedirler. Pauwels Delassus ve Mogos Descotes (2012) ise marka ismi değişikliğinde marka denkliğinin aktarımını ele aldıkları çalışmalarında, şemsiye markanın tanınırlığının ve önceki marka isminin ilişiğinin bilinmesinin marka denkliğinin aktarımında olumlu etkide bulunduğunu ortaya koymaktadırlar. Toklu ve Toklu (2017) ürün ismi değişikliğine tüketici tepkilerini irdeledikleri araştırmada isim ve ürün arasında uyumun markaya yönelik algıyı, markaya yönelik algının da davranış niyetini etkilediği ortaya çıkmaktadır. Rangaswany, Burke ve Oliva (1993) ise marka ismi denkliği kavramını kullanarak marka denkliği ve marka isminin arasındaki birlikteliği vurgulamaktadırlar.

Araştırma

Bu çalışmada marka ismi değişikliğinin, marka ismi fonksiyonları çerçevesinde irdelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda amaçsal örneklem yöntemi ile Eti markasına ait Instagram hesabında 1 Aralık 2021 tarihinde paylaşılmış olan ve Eti Negro ürününün marka isminin, Eti Nero olarak değiştirildiğini duyuran gönderide yer alan yorumlar içerik analizi yöntemi ile incelenmektedir. Yorumlar, 15 Mayıs 2024 tarihinde kaydedilmiştir.

İçerik analizinde Instagram gönderisinin seçilmesinin nedeni Eti markasının ilgili duyurusuna en yüksek sayıda yorumun Instagram platformunda yapılmış olmasıdır. Instagram platformunda Eti markasına hesapta 78.3 bin takipçi bulunmaktadır. Instagram hesabında ilgili gönderiye 433 yorum, 14.6 bin beğeni bulunurken Facebook'ta gönderide 163 yorum 1094 beğeni, Twitter hesabında ise 420 yorum ve 9 bin beğeni bulunmaktadır. Bu bağlamda yorumlar üzerinden tüketici tepkilerinin incelenmesi sınırlandırılmaktadır.

Bu çalışmada Griff Round ve Roper (2012)'nin gerçekleştirdikleri çalışmadan yararlanılarak Eti markasına ait Instagram hesabında gerçekleştirilen paylaşımda yer alan yorumlar incelenmiştir. Nitel bir çalışma gerçekleştiren araştırmacılar, marka ismi değişimlerinin kendileri üzerinde etki yarattığını ifade eden tüketiciler ile 25 yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirmişlerdir. Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler, tematik olarak analiz edilmiş ve ilgili temalar; rasyonel, ilişkisel, alışkanlık ve sembolik marka ismi fonksiyonlarından meydana gelmektedir. Bu çalışmada kapsamında da benzer bir biçimde marka ismi fonksiyonları ana temalar olarak ele alınmakta ve tüketicilerin Instagram yorumları analiz edilmektedir.

Ek olarak marka söyleminde, Eti Negro isminin ayrımcılık nedeni ile Eti Nero olarak değiştirildiği belirtilmektedir. Bu bağlamda ilgili değişiklik özelinde olumlu ve olumsuz yorumlar da irdelenmektedir.

Bulgular

Bu bölümde gerçekleştirilen içerik analizi ile elde edilen bulgular marka ismi fonksiyonları çerçevesinde gruplandırılmaktadır. İlgili kategoriler, Griff Round ve Roper (2012, s. 942)'un ifade ettikleri; rasyonel fonksiyon, ilişkisel fonksiyon, alışkanlık fonksiyonu ve sembolik fonksiyon olmaktadır.

Tablo 1. İçerik Analizinde Marka İsmi Fonksiyonları Örnekleri

Marka İsmi Fonksiyonları	**Yorum Sayısı**
Rasyonel Fonksiyon	9
İlişkisel Fonksiyon	4
Alışkanlık Fonksiyonu	3
Sembolik Fonksiyon	5

Rasyonel Fonksiyon

Marka isminin rasyonel fonksiyonu kimliklendirmeyi sağlamaktadır. Bu bağlamda tüketiciler tüketmek istedikleri ürünü isminden, ambalajından, logosundan tanıyabilmektedirler. Marka isminin değişimi ile tanıma üzerindeki değişime yer veren bir yoruma rastlanmakta olup bu yoruma aşağıda

yer verilmektedir. Bu yorumda isim değişikliğinin yaratabileceği olası karışıklık vurgulanmakta olup marka isminin tamamen değişmesinin yaratabileceği etki ile benzer bir karmaşasının marka isminde yapılan ufak değişikliğin de yaratılabileceği ifade edilmektedir.

"Negronun çakması gibi olmuş. Neyse öğrenmemiz iyi oldu markette görsem çakma negro yapıp adını nero koymuşlar derdim almazdım."

Marka isminin rasyonel fonksiyonuna ilişkin bir diğer tüketici tepkisi ise negro ve nero sözcüklerinin benzerliği üzerine olmaktadır. İlgili yorumları yapan sosyal medya kullanıcıları aynı anlama gelen iki sözcük arasında yapılan değişimin gereksiz ve önemsiz olduğunu ifade etmektedirler. İlgili yorumlarda Eti tarafından paylaşılan "çünkü biz bir kişinin bile kalbinin kırılmasını istemiyoruz" metnine de değinilmektedir. İlgili tüketiciler marka ismi ile ayrımcılık arasında bir bağ olmadığını düşünmekte ve bu bağlamda yapılan marka ismi değişikliği ile duygusal bir ilişki kurmamakta ve mantıksız bulmaktadırlar.

"Nero negronun İtalyancası"

"Nero veya negro ikisi de farklı dillerde siyah anlamına geliyor fark eden nedir?"

"Negro da siyah anlamına geliyor negro da aynı anlam ama neyse"

"E şimdi adamları İtalyanca kırdınız? Yahu şaka gibi."

"Birinin bisküvi yüzünden kalbi kırılacaksa o insan yaşamasın zaten."

"Türkiye'de Negro ayrımcı değil. Zenci kelimesi de ayrımcı değildir. Adam zenci ise zencidir. Çekik gözlü ise çekik, Kızılderili ise kızılderilidir."

"Bu bisküvit çıktığında dünyada ırkçılık kavramı bile oturmamıştı. Çoğu Türk Negronun bile ne demek olduğunu bilmiyordu. Tamamıyla bakış açısıyla alakalı bir durum. Özetle iş bir kelimeye gelene kadar önce toplumun eğitilmesi lazım. Paketin değiştirilmesi değil."

Bir diğer yorumda ise marka ismi değişikliğine olumlu yaklaşılmakta ve negro ve nero sözcüklerinin anlamlarından ziyade taşıdıkları sembolik anlama değinilmektedir. Bu bağlamda yapılan marka ismi değişikliğinin olumlu olduğu ifade edilmektedir.

"Hangi dilde ne anlama geliyor tek tek kontrol edilmesi anlamsız bence, negro hemen her dilde anlamı bilinen ve hakaret olarak anlaşılan bir kelime. Mevzu buydu bence. Yer etmiş bir markayı bu maksatla değiştirme cesaretinizi kutluyor ve yerinde olduğunu düşünüyorum."

İlişkisel Fonksiyon

Marka ismine ilişkin ilişkisel fonksiyon, tüketicilerin marka ve ürün ile kurdukları duygusal bağa değinmektedir. İncelenen yorumlarda marka isminin ilişkisel fonksiyonunun da yer aldığı görülebilmektedir. Tüketiciler arasında marka isminin değişimine yönelik olarak marka ile kurulmuş olan duygusal bağ ve ilişki çerçevesinde olumsuz yorumlar olduğu görülmektedir.

"HAYIRRRR!!!"

"Geri Negro yapmazsanız yemem."

Tüketiciler marka ile kurdukları ilişkide markanın ismi ile değil ürünün kendisi ile bağ kurdukları görülmektedir. İlgili tepkileri veren sosyal medya kullanıcıları, ismin önemli olmadığını ürünü severek aldıklarını ve alacaklarını ifade etmektedirler. Bu bağlamda kurulan ilişki markanın isminden bağımsız olarak kendisine yönelik olmaktadır.

"İsmi fark etmez markası yeter. Eti süper kalite."

"Negro çok severdik, bugün hemen bir nero alıp yiyeceğim. Teşekkürler Nero."

Alışkanlık Fonksiyonu

Alışkanlığa dayalı davranışları ve bu bağlamda bilişsel etkinliklerin azalmasını ifade eden alışkanlık fonksiyonunu ortaya koyan yorumlara aşağıda yer verilmektedir. Tüketiciler, birtakım alışkanlıklara sahip olmakta ve tüketim eylemlerini de buna bağlı olarak gerçekleştirmektedirler. Alışkanlığa dönüşen eylemler için bilişsel değerlendirme süreçlerinin yoğun olarak yaşanması gerekmemektedir.

"Ne enteresan insanlar var adı değişti diye yemeyecekmiş bir daha sanki çocuğunun ismi vazgeçemiyor."

Yukarıda yer alan yorumda alışkanlık fonksiyonuna karşı bir tepki verilmektedir. İlgili yorumu yapan tüketici marka isminin alışkanlık fonksiyonuna karşıt bir yaklaşım sergilemekte ve marka isminin alışkanlık fonksiyonuna önem atfetmemektedir.

"İnsanlar alıştıkları isimden gene vazgeçemeyecek. Sigara böreğini de kalem böreği olarak değiştirdiler ama hala sigara böreği diyoruz. Keşke ürünü çıkarırken düşünseydiniz bunu. Gene de tebrikler teşekkürler."

"Güzel düşünülmüş ama yıllarca bu isim marka yapılmış keşke başta düşünülseymiş ben yeni ismi pek beğenmedim."

Yukarıda yer alan yorumlarda ise alışkanlığın değişiminin zorluğuna işaret edilmektedir. Buna göre tüketiciler markanın mevcut ismine bir alışkanlık ile bağlanmıştır ve bu alışkanlığın değişemeyeceğini düşünmektedirler. Örnek olarak verilen her iki yorumda da marka ismi değişikliğinin alışkanlık fonksiyonunu yüklenmeden önce yapılması gerektiği düşünülmektedir.

Sembolik Fonksiyon

Sembolik fonksiyonun daha çok üst segment markalar, lüks markalar için geçerli olabilmektedir. Eti Negro markası sembolik tüketim unsuru olmamaktadır. Bununla birlikte tüketicilerin Eti Negro markasına dair Eti'nin de marka ismini değiştirme nedeni olarak ifade ettiği ayrımcılık çağrışımları yaratarak sembolize ettiğini düşünen tüketiciler bulunduğu görülmektedir.

"Saygım azaldı diyenler iyi mi almazsanız almayın ben bu haliyle daha fazla alıcam ırkçılığa hayır kampanyası yapıyorlar."

"Bravo bu çok güzel bir değişiklik."

"Çok geç kaldınız ama neyse, bundan sonra gönül rahatlığıyla alıp yiyebilirim."

"Çok doğru bir karar tebrikler. Yemesini çok sevdiğim adını söylerken rahatsız olduğum bir çeşidiniz ve iyi ki değişti."

"Bu bizim için yurtdışında negroya hem daha kolay ulaşabilme imkanı hem de rahat rahat yiyebilme imkanı anlamına geliyor. Muhteşem bir karar olmuş tebrikler!!!"

Eti markası Negro ismini değiştirirken bu durumu 'çünkü biz bir kişinin bile kalbinin kırılmasını istemiyoruz' metni ile açıklamaktadır. Bu bağlamda Eti Negro'nun Eti Nero'ya dönüşümü ile ayrımcılık çağrışımlarını değiştirmek ve izlenen bu strateji ile tüketiciler olumlu çağrışımlar yaratmak istemektedir. Tüketicilerin isim değişikliğine tepkileri ise markanın amacı ile uyumlu olabileceği gibi olumsuz tepkiler de gerçekleşebilmektedir. Yalnızca emojilerden oluşan 164 yorumda destekleyici olumlu yönde emojiler yer almaktadır. Olumlu tepkilere aşağıdaki yorumlar örnek verilebilmektedir.

"Çok mantıklı ve saygılı bir yaklaşım, tebrikler.

"Süper olmuş."

"Çok iyi düşünülmüş."

"Tebrik ediyorum ne ince bir düşünce."

Olumlu tepkiler de marka tebrik ve takdir edilirken olumsuz tepkilere ise aşağıdaki örnekler verilebilmektedir.

"Gereksiz olmuş bunca zaman sonra."

"Geç kalınmış bir karar. Ama nero kelimesi de negroyu andırıyor. Bence bambaşka bir isim olmalı."

Olumsuz tepkilere marka isim fonksiyonları çerçevesinde gruplandırılmış yorumlarda da rastlanabilmektedir. Bununla birlikte kararı gereksiz bulan yorumlar ile yukarıda yer aldığı gibi karar olumlu olsa da farklı bir isim seçilmesi gerektiğine dair bir yorum yer aldığı görülmektedir.

Sonuç

Tüketici temelli ve finansal temelli olmak üzere farklı boyutları bulunan ve pek çok araştırmacının farklı tanımlamalarda ve yaklaşımlarda bulunduğu marka denkliğini meydana getiren en önemli unsurlardan biri marka ismi olarak kabul görmektedir. Marka ismi fonksiyonları ile birlikte marka ismi, marka çağrışımları ve marka farkındalığında rol oynamaktadır.

Rasyonel, ilişkisel, alışkanlık ve sembolik olmak üzere 4 ana fonksiyona sahip olan marka ismi, bu bağlamda tüketicilerin markayı tanımaları üzerinde rol oynayarak marka denkliğini oluşturmaktadır. Genel olarak bakıldığında tüketici temelli marka denkliği; marka ismine yönelik tüketici tepkilerinin değerlendirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda marka ismine yönelik tepkiler, marka ismi fonksiyonları çerçevesinde incelenebilmektedir.

Marka isminin değiştirilmesine yönelik tüketici tepkileri de yine marka denkliği ile açıklanabilmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada tüketici temelli marka denkliği açısından marka ismi değişikliğinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda nitel bir araştırma yönteminden yararlanılarak betimleyici bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Marka ismine tüketici tepkilerinin incelenmesi için amaçsal örneklem belirleme yöntemi ile Eti markasına ait Instagram hesabında 1 Aralık 2021 tarihinde paylaşılmış olan ve Eti Negro ürününün marka isminin Eti Nero olarak değiştirildiğini duyuran gönderide yer alan yorumlar incelenmiştir. Eti markası, 2021 yılında Eti Negro isimli ürünün marka ismini Eti Nero olarak değiştirmiş ve bu değişikliği negro sözcüğünün taşıdığı ayrımcılık içeren anlamı değiştirilmesi olarak gerekçelendirmiştir.

Araştırma kapsamında Instagram hesabında yer alan 433 yorum içerik analizi yöntemi ile incelenmiş ve marka ismi fonksiyonları olan rasyonel, ilişkisel, alışkanlık, sembolik fonksiyon çerçevesinde incelenmiştir. 164 yorum yalnızca emojilerden oluşmakta olup bu yorumlar marka isim değişikliğini destekleyen ve beğenen emojilerden oluşmaktadır. Geri kalan 269 yorumda ise hem olumlu hem de olumsuz tepkiler bulunmaktadır. Olumsuz tepkiler; rasyonel fonksiyon ve ilişkisel fonksiyon çerçevesine odaklanırken olumlu tepkilerin sembolik fonksiyon çerçevesinde olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamında örneklem olarak ele alınan Eti Negro markasının Eti Nero isim değişikliği ayrımcılık çağrışımlarını ortadan kaldırmak için yapıldığı marka tarafından ifade edilmektedir. Bu bağlamda değişikliğin nedeni tüketiciler açısından da olumlu tepkiler de almaktadır. Bununla birlikte özellikle rasyonel fonksiyon açısından her iki isim arasındaki benzerlik ve anlamlarının aynı olması nedeniyle kimi tüketiciler tarafından gereksiz bulunduğu görülmektedir. Bu noktada sembolik fonksiyon devreye girmektedir. Marka isminin sembolik fonksiyonu bakımından Griff Round ve Roper (2012)'nın araştırmasının aksine yorumlarda tüketiciler için sembolize ettiği farklı anlamlar bulunmaktadır. Bununla birlikte negro kelimesinin taşıdığı ayrımcılık anlamı içeren sembolik bir anlam olmakta ve tüketicilerin bu anlamı paylaştıkları görülmektedir. Bu anlamı paylaşan tüketiciler, isim değişikliğine olumlu yaklaşmakta ve markayı bu değişiklik için takdir etmektedirler.

Marka isminin ilişkisel fonksiyonu bakımından marka ismi ile duygusal bağ kuran tüketicilerin değişikliğe olumsuz tepki verdikleri görülmektedir. Bununla birlikte ürünün kendisinde herhangi bir değişiklik olmaması, ambalajın değişmemesi olumsuz tepkileri sınırlandırmaktadır. Çünkü yorumlarda görüldüğü üzere tüketiciler ürünün kendisi ile de duygusal bir bağ kurmakta ve ürünü lezzeti ve kalitesi için tercih ettiklerini ifade etmektedirler. Bu noktada ürünün benzer bir sözcük yerine tamamen farklı bir isim ve ambalaj ile sunulsaydı tepkilerin nasıl olacağı bir merak unsurudur.

Marka isminin alışkanlık fonksiyonu ise tüketicilerin halihazırda rutinlerinin bir parçası olmasını ifade etmektedir. Yorumlarda görüldüğü üzere tüketiciler, alıştıkları marka isminin değişmesinden rahatsızlık duymaktadırlar. Bununla birlikte bu rahatsızlığa anlam veremeyen yorumlarda da bulunulduğu görülmekte ve bu yorumlarda da alışkanlık fonksiyonuna atıf yapılarak alışkanlıkları nedeniyle ürün tercihini değiştireceğini söyleyen tüketicilere yönelik bir tepki söz konusu olmaktadır.

Literatürde yer alan bulgularla karşılaştırıldığında isim değişikliğinin nedeninin ve bu nedenin tüketicilere açıklanmasının olumlu tepkiler açısından önem taşıdığı anlaşılmaktadır. Marka ismine yönelik tepkiler, marka denkliğinin bir unsurunun değerlendirilmesini sağlamaktadır. Bu bağlamda farklı açılardan tüketici tepkilerinin irdelenmesi önerilmektedir.

Kaynakça

AAKER, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name.* NY: The Free Press

AAKER, D. A. (2009). *Brand equity: Capitalizing on the value of a brand name.* NY: Simon and Schuster

ALBA, J. W. & HUTCHINSON, J. W. (1987), Dimensions of consumer expertise, *Journal of Consumer Research*, *13* (March), 411-453.

BAGOZZI, R., ROSA, J., CELLY, K. & CORONEL, F. (1998) *Marketing management.* Prentice Hall: Upper Saddle River.

BARWISE, P. (1993) Brand equity: Snark or Boojum? *International Journal of Marketing Research*, *10* (March), 93-104.

ELITOK, B. (2003). Hadi markalaşalım. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

FARQUHAR, P. H. (1989). Managing brand equity, Marketing Research, 1 (3), 24-33.

GUNER, E., KARABIYIK YERDEN, N., & ÖZTEK, M. Y. (2021). Marka denkliği ile satın alma niyeti arasındaki ilişkide marka tercihinin önemi ve mobil telefon sektörü üzerine bir araştırma, *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi,* 16 (55), 250-285.

GRIFF ROUND, D. J., & ROPER, S. (2012). Exploring consumer brand name equity. *European Journal of Marketing,* 46 (7/8), 938–951. doi:10.1108/0309056121123

HILGENKAMP, H., & SHANTEAU, J. (2010). Functional measurement analysis of brand equity: Does brand name affect perceptions of quality?. *Psicológica*, *31* (3), 561-575.

HOEFFLER, S. & KELLER, K. L (2003). The marketing advantages of strong brands, *Journal of Brand Management,* 10 (6), 421-445.

KARANFİLİ, Ö. (2008). Marka iletişimi bağlamında marka kimliği ve marka kimliği ve marka kimliğinin reklam dilinde kullanımının değerlendirilmesi". (Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul.

KELLER, K. L. (1993), Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity, *Journal of Marketing, 57* (January), 1-22.

KELLER, K. L. (2009). Building strong brands in a modern marketing communications environment. *Journal of Marketing Communications*, 15 (1), 139–155.

KIM, H. & KIM, W. G. (2004). Measuring customerbased restaurant brand equity investigating the relationshio between brand equity and firms' performance. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 45 (2), 115-131.

KIM, H. B., GON KIM, W., & AN, J. A. (2003). The effect of consumer-based brand equity on firms' financial performance. Journal of Consumer Marketing, 20 (4), 335-351.

KOTLER, P. & KELLER, K. L. (2006) Marketing management. 12th edition. New York: Pearson Education INC.

LASSAR, W., MITTAL, B., & SHARMA, A. (1995). Measuring customer-based brand equity. *Journal of Consumer Marketing,* 12 (4), 11–19. doi:10.1108/0736376951009

LU, J. & XU, Y. (2015). Chinese young consumers' brand loyalty toward sportswear products: a perspective of selfcongruity. *Journal of Product & Brand Management*, 24 (4), 365–376. DOI: http://dx.doi.org/10.1108/JPBM-05-2014-0593

MITTAL, B., RATCHFORD, B. & PRABHAKAR, P. (1990), Functional and expressive attributes as determinants of brand-attitude, *Research in Marketing*, **10**, 135-155.

M'SALLEM, W., MZOUGHI, N. & BOUHLEL, O. (2009). Customers' evaluations after a ban renaming: effect of brand name change on brand personality, brand attitudes and customer satisfaction, *Innovative* Marketing*, 5* (3), 58-65.

OLIVER, R. L. (1999). Whence consumer loyalty?. *Journal of Marketing*, 63, Fundamental Issues and Directions for Marketing, 33-44.

PAUWELS DELASSUS, V., & MOGOS DESCOTES, R. (2012). Brand name substitution and brand equity transfer. *Journal of Product & Brand Management, 21* (2), 117-125.

PASCALE, R. P., Ray, G. O., & Cooksey, W. (2005). Consumer-based brand equity: improving the measurement –empirical evidence. *Journal of Product & Brand Management*, 14 (3), 143–154. DOI http://dx.doi.org/10.1108/10610420510601012.

RANGASWAMY, A., BURKE, R. R., & OLIVA, T. A. (1993). Brand equity and the extendibility of brand names. *International Journal of Research in Marketing, 10* (1), 61–75. doi:10.1016/0167-8116(93)90034-v

RUBIO N., OUBINA, J. & Gómez-Suárez, M. (2015). Understanding brand loyalty of the store brand's customer base. *Journal of Product & Brand Management,* 24 (7), 679-692. DOI http://dx.doi.org/10.1108/JPBM-03-2015-0822

SHOCKER, A. D., SRIVASTAVA, R. K., & RUEKERT, R. W. (1994). Challenges and opportunities facing brand management: an introduction to the special issue. *Journal of Marketing Research, 31* (2), 149–158. doi:10.1177/002224379403100201

SIMON, C. J., & SULLIVAN, M. W. (1993). The measurement and determinants of brand equity: a financial approach. *Marketing Science, 12* (1), 28–52. doi:10.1287/mksc.12.1.28

TOKLU, I. T., & TOKLU, A. T. (2017). Ürün adı değişimi ile yapılan yeniden markalamaya tüketici tepkisi: pirina yağı üzerine bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 17* (4), 91-108.

TUOMINEN, P. (1999). Managing brand equity. *Lta, 1* (99), 65-100.

UZTUĞ, F. (2002). Markan kadar konuş marka iletişimi stratejileri. İstanbul: Media Cat.

VAZQUEZ, R., RIO, B. A. & IGLESIAS, V. (2002). Consumer-based brand equity: development and validation of a measurement instrument, *Journal of Marketing Management*, *18* (1/2) 27-48.

WOOD, L. (2000). Brands and brand equity: definition and management, Management Decision, 38 (9), 662-669.

YENICERI ALEMDAR, M., & DIRIK, C. (2016). Tüketici temelli marka denkliği: gazete markaları örneği. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 6* (3), 821-838.

Summary

Branding protects both consumers and the brand and helps distinguish a product from its competitors. This protection and discrimination also helps to provide brand awareness and brand associations via concrete elements such as the name, logo and symbol. The concept of brand equity has been approached in different ways. These approaches can be classified as financial, managerial and consumer based. Generally speaking, brand equity can be defined as the value identified with the brand name by consumers. The brand name is an important influencer in terms of power and distinctiveness on brand awareness and brand associations. The brand name, which affects consumers' perceptions and preferences towards the brand, is an important element of brand equity. The increase in meaning, desirability and power that the brand name brings to the product can be defined as brand equity. In this context, examining consumers' reactions to the brand name is useful in understanding brand equity.

For this purpose, a descriptive study was conducted using a qualitative research method. To examine consumer reactions to the brand rename, the comments on the post shared on the Instagram account of the Eti brand on December 1, 2021, announcing that the brand name of the Eti Negro product was changed to Eti Nero, were examined using the purposeful sampling method. The Eti brand changed the brand name of the product named Eti Negro to Eti Nero in 2021 and justified this change as changing the discriminatory meaning of the word negro.

It is stated by the brand that the Eti Nero name change of the Eti Negro brand, which was taken as a sample within the scope of the research, was made to eliminate connotations of discrimination. In this context, the reason for the change also receives positive reactions from consumers. However, it seems that some consumers find it unnecessary, especially due to the similarity between the two names and the same meaning in terms of rational function. At this point, the symbolic function comes into play. Contrary to the research of Griff Round and Roper (2012) in terms of the symbolic function of the brand name, there are different meanings it symbolizes for consumers in the comments. However,

the word negro has a symbolic meaning that includes discrimination, and it seems that consumers share this meaning. In terms of the relational function of the brand name, it is seen that consumers who have an emotional bond with the brand name react negatively to the change. However, the fact that there is no change in the product itself or the packaging limits negative reactions. Because, as seen in the comments, consumers establish an emotional bond with the product itself and state that they prefer the product for its taste and quality. At this point, it is a matter of curiosity what the reactions would be like if the product was presented with a completely different name and packaging instead of a similar word. The habit function of the brand name means that it is already a part of consumers' routines. As seen in the comments, consumers are uncomfortable with the change of the brand name they are used to. However, it is seen that there are comments that do not understand this discomfort, and in these comments, there is a reaction towards consumers who say that they will change their product preference due to their habits, referring to the habit function.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);215-229
DOI: 10.17336/igusbd.1383765

ORIGINAL ARTICLE / ÖZGÜN ARAŞTIRMA

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Dezavantajlı Gruplarla Çalışan Psikologların İkincil Travma ve Bilişsel Esneklik Düzeylerinin Sosyodemografik Değişkenler Açısından İncelenmesi

Examination of Secondary Trauma and Cognitive Flexibility Levels of Psychologists Working with Disadvantaged Groups in Terms of Sociodemographic Variables

[1]Pınar UYGUN
[2]Zekeriya KÖKREK

Öz

Amaç: Bu araştırmanın amacı, dezavantajlı gruplarla çalışan psikologların ikincil travmatik stres ve bilişsel esneklik düzeylerini incelemek ve bu değişkenlerin çeşitli demografik ve mesleki özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini değerlendirmektir.

Yöntem: Nicel desenle yürütülen araştırmaya, dezavantajlı gruplarla çalışan toplam 165 psikolog katılmıştır. Veri toplamak amacıyla "Sosyodemografik Bilgi Formu", "İkincil Travmatik Stres Ölçeği" ve "Bilişsel Esneklik Envanteri" kullanılmıştır. Elde edilen veriler çeşitli istatistiksel analiz yöntemleriyle değerlendirilmiştir.

Bulgular: Araştırma sonucunda, cinsiyet, yaş, eğitim durumu, gelir düzeyi, çalışılan kurum türü, psikiyatrik rahatsızlık öyküsü, mesleği isteyerek yapma ve çalışılan dezavantajlı grup türü gibi değişkenlerin ikincil travmatik stres ve bilişsel esneklik puanlarında anlamlı bir fark yaratmadığı bulunmuştur. Öte yandan, görev süresi ve bireysel travmatik yaşantı öyküsü, ikincil travmatik stres düzeylerinde anlamlı farklılık göstermiştir. Bilişsel esneklik düzeyleri ise yalnızca görev süresine göre anlamlı farklılık göstermiştir.

Sonuç: Elde edilen bulgular, dezavantajlı gruplarla çalışan psikologların mesleki dayanıklılığı açısından ikincil travmatik stres ve bilişsel esnekliğin dikkate alınması gerektiğine işaret etmektedir. Bu çerçevede, psikologların iyi oluşlarının desteklenmesi ve etkin müdahale sunabilmeleri adına daha fazla uygulamalı çalışma ve destekleyici programlara ihtiyaç duyulmaktadır.

Anahtar Kelimeler

Bilişsel esneklik, dezavantajlı gruplar, ikincil travma, psikolog

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, İstanbul, Türkiye.
✉ p_uygun_@hotmail.com

[2]Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Psikoloji Bölümü, İstanbul, Türkiye.
✉ zkokrek@ticaret.edu.tr

Geliş/Received: 31.10.2023
Kabul/Accepted: 05.12.2024

Pınar Uygun, Zekeriya Kökrek, "Examination of Secondary Trauma and Cognitive Flexibility Levels of Psychologists Working with Disadvantaged Groups in Terms of Sociodemographic Variables", Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci, 12 (1), April 2025, pp. 215-229.

Abstract

Aim: This study aimed to examine the levels of secondary traumatic stress and cognitive flexibility among psychologists working with disadvantaged groups, and to investigate whether these variables differ based on various demographic and professional characteristics.

Method: The study was conducted using a quantitative design and included 165 psychologists working with disadvantaged populations. Data were collected through the "Sociodemographic Information Form," the "Secondary Traumatic Stress Scale," and the "Cognitive Flexibility Inventory." The data were analyzed using appropriate statistical methods.

Results: Findings indicated that gender, age, education level, income level, type of institution, history of psychiatric disorders, willingness to practice the profession, and the type of disadvantaged group served did not yield significant differences in secondary traumatic stress or cognitive flexibility scores. However, significant differences in secondary traumatic stress levels were observed based on years of professional experience and personal history of traumatic experiences. Cognitive flexibility levels showed significant variation only in relation to professional experience.

Conclusion: The findings highlight the importance of addressing secondary traumatic stress and cognitive flexibility to support the well-being and effectiveness of psychologists working with disadvantaged groups. The study suggests a need for further applied research and supportive programs to promote mental resilience in this professional group.

Keywords

Cognitive flexibility, disadvantaged groups, secondary trauma, psychologist

Giriş

İkincil travmatik stres (ikincil travmatik stres) olarak da bilinen ikincil travma, başkalarının travmatik deneyimlerine maruz kalan bireyleri etkileyebilen bir durumdur (Beck, 2011). Genellikle, travma yaşamış bireylerle düzenli olarak etkileşime giren hemşire, sosyal hizmet uzmanı ve terapist olarak eğitim ya da sağlık sektörlerinde çalışan yardım mesleklerindeki profesyoneller tarafından deneyimlenmektedir (Beck, 2011; Sodeke-Gregson vd., 2013; Adams vd., 2006; Zakeri vd., 2020; Cieślak vd., 2013; Beck, 2019; Choi, 2016). İkincil travma, travma sonrası stres bozukluğuna (TSSB) benzer bir dizi semptom olarak ortaya çıkabilir (Beck, 2019; MacRitchie ve Leibowitz, 2010). Bu belirtiler arasında müdahaleci düşünceler, kâbuslar, kaçınma davranışları, aşırı tetikte olma ve duygusal sıkıntı yer alabilir (Beck, 2019; MacRitchie ve Leibowitz, 2010).

İkincil travmatik stres terimi bazen merhamet yorgunluğu ve dolaylı travma gibi diğer ilgili terimlerle birbirinin yerine kullanılmaktadır (Newsome vd., 2019; Chen vd., 2019; Widarsih vd., 2021). Ancak, bu terimlerin farklı anlamlara sahip olduğunu belirtmek önemlidir. Merhamet yorgunluğu, acı çeken başkalarıyla ilgilenmekten kaynaklanabilecek duygusal ve fiziksel tükenmeyi ifade eder (Newsome ve ark., 2019; Coetzee ve Klopper, 2010). Dolaylı travma, başka bir bireyin travmatik deneyimlerine dolaylı olarak maruz kalmayı ve bunun sonucunda ortaya çıkan duygusal etkiyi ifade eder (Chen ve ark., 2019; Foley ve Massey, 2020). İkincil travmatik stres, özellikle dolaylı travmanın bir sonucu olarak ortaya çıkabilen akut stres reaksiyonlarını ifade eder (Chen ve ark., 2019).

İkincil travmatik stresin gelişimine çeşitli faktörler katkıda bulunabilir. Bunlar arasında travmaya maruz kalma sıklığı ve yoğunluğu, kişisel travma geçmişi, sosyal destek eksikliği ve yetersiz öz bakım uygulamaları yer almaktadır (Sodeke-Gregson ve ark., 2013; Cieślak ve ark., 2013; Beck, 2019; Merwe ve Hunt, 2019). Travma danışanları veya hastalarıyla çalışan profesyonellerin ikincil travmatik stres yaşama riski daha yüksektir (Sodeke-Gregson ve ark., 2013; Beck, 2019). Bu mesleklerdeki bireylerin ikincil travmatik stres geliştirme riskini azaltmak için öz bakım faaliyetlerine katılmaları ve destek aramaları önemlidir (Sodeke-Gregson ve ark., 2013; Lee ve ark., 2021; Zakeri ve ark., 2020).

İkincil travma veya ikincil travmatik stres (ikincil travmatik stres), başkalarının travmatik deneyimlerine maruz kalan bireyleri etkileyebilen bir durumdur. Genellikle hemşireler, sosyal hizmet

uzmanları ve terapistler gibi yardım mesleklerinde çalışan profesyoneller tarafından deneyimlenir. İkincil travma, travma sonrası stres bozukluğuna (TSSB) benzer bir dizi semptom olarak ortaya çıkabilir. İkincil travmatik stres, merhamet yorgunluğu ve dolaylı travma arasında ayrım yapmak önemlidir, çünkü bu terimlerin farklı anlamları vardır. Travmaya maruz kalma sıklığı ve yoğunluğu, kişisel travma geçmişi, sosyal destek eksikliği ve yetersiz öz bakım uygulamaları gibi faktörler ikincil travmatik stresin gelişmesine katkıda bulunabilir. Bu alanlardaki profesyoneller, ikincil travmatik stres geliştirme riskini azaltmak için öz bakıma öncelik vermeli ve destek aramalıdır.

İkincil travma, travmatik olaylara dolaylı olarak maruz kalan bireylerin işleri veya travma mağdurlarıyla olan ilişkileri nedeniyle yaşadıkları duygusal ve psikolojik sıkıntıları ifade etmektedir (Bride vd., 2004). Zihinsel süreçler arasında geçiş yapma ve uygun davranışsal tepkiler üretme yeteneği olan bilişsel esnekliğin, ruh sağlığı ve esenliğin çeşitli yönlerinde önemli bir rol oynadığı iyi bilinmektedir (Dajani ve Uddin, 2015). Birçok çalışma ikincil travma ve bilişsel esneklik arasındaki ilişkiyi incelemiştir.

Bilişsel esneklik, değişen koşullara veya taleplere yanıt olarak kişinin düşünce ve davranışlarını uyarlama ve değiştirme yeteneğini ifade eder (Yao ve Hsieh, 2019). Sorunları etkili bir şekilde çözmek, yeni bilgiler öğrenmek ve karmaşık durumların üstesinden gelmek için farklı bilişsel süreçler, bakış açıları veya stratejiler arasında geçiş yapma kapasitesini içerir (Yao ve Hsieh, 2019; Apperly ve Butterfill, 2009). Bilişsel esneklik, bilişsel işleyişin önemli bir yönü olarak kabul edilir ve dikkat, çalışma belleği ve yürütme işlevleri gibi çeşitli bilişsel süreçlerle ilişkilidir (Yao ve Hsieh, 2019).

Araştırmalar, bilişsel esnekliğin insan dayanıklılığında ve olumsuz deneyimlere uyum sağlamada önemli bir rol oynadığını göstermektedir (Yao ve Hsieh, 2019). Daha yüksek düzeyde bilişsel esnekliğe sahip bireylerin dikkat kaynaklarını biliş-duygu düzenleme ve ağrı algısı arasında daha iyi tahsis edebildikleri ve böylece zorlu durumlara daha etkili bir şekilde uyum sağlayabildikleri öne sürülmektedir (Yao ve Hsieh, 2019). Bu dikkat ve bilişsel kaynakları kaydırma becerisi, sıkıntılar karşısında daha iyi başa çıkma stratejilerine ve psikolojik esenliğe katkıda bulunabilir (Yao ve Hsieh, 2019).

Bilişsel esneklik, zihinsel durumları anlama ve kendine ve başkalarına atfetme yeteneği olan zihin teorisiyle de yakından ilişkilidir (Apperly ve Butterfill, 2009). Zihin kuramı becerileri daha geç gelişir ve bilişsel olarak daha zorlayıcı olsa da, bilişsel esnekliğin zihin kuramı süreçleriyle birlikte var olduğu ve bu süreçleri desteklediği düşünülmektedir (Apperly ve Butterfill, 2009). Başkalarındaki inançları ve inanç benzeri durumları takip etme kapasitesi, farklı zihinsel temsiller ve bakış açıları arasında esnek bir şekilde geçiş yapabilme becerisini gerektirir (Apperly ve Butterfill, 2009).

Bilişsel esneklik, değişen koşullar veya talepler karşısında kişinin düşünce ve davranışlarını uyarlama ve değiştirme becerisini ifade eder. Farklı bilişsel süreçler, perspektifler veya stratejiler arasında geçiş yapma kapasitesini içerir. Bilişsel esneklik, insanların dayanıklılığında ve olumsuz deneyimlere uyum sağlamasında önemli bir rol oynar ve bireylerin dikkat kaynaklarını etkili bir şekilde tahsis etmesine ve zorlu durumlarla başa çıkmasına olanak tanır. Zihin teorisi ile yakından ilişkilidir ve kişinin kendisinin ve başkalarının inançlarını ve zihinsel durumlarını takip etme becerisini destekler (Magalhães ve ark., 2020).

Araştırmalar, nörogelişimsel bozuklukları olan bireylerde bilişsel esnekliğin tehlikeye girdiğini ve travma sonrası stres bozukluğu (TSSB) semptomlarının şiddetiyle ilişkili olduğunu göstermiştir (Harel ve ark., 2023). Daha yüksek düzeyde bilişsel esnekliğe sahip travmaya maruz kalmış yetişkinlerin TSSB semptomlarının şiddetinde azalma ve psikolojik iyi olma halinde iyileşme yaşadıkları bulunmuştur (Harel ve ark., 2023). Ayrıca, bilişsel esneklik, travmaya maruz kaldıktan kısa bir süre sonra TSSB semptom şiddetinin önemli bir belirleyicisi olarak tanımlanmıştır (Ben-Zion ve ark., 2018).

Çocuklukta travmaya maruz kalmanın da daha düşük bilişsel esneklikle ilişkili olduğu bulunmuştur (Huang ve ark., 2022). Çin'de yetişkin bireylerle yapılan bir çalışma, daha yüksek çocukluk çağı travmasına maruz kalmanın bilişsel esnekliğin azalmasıyla bağlantılı olduğunu ortaya koymuştur (Huang ve ark., 2022). Ayrıca, bilişsel esnekliğin erken yaşam stresi ile alışılmış davranışlar arasındaki ilişkiye aracılık ettiği gösterilmiştir; bu da eksik bilişsel esnekliğin günlük yaşamda alışılmış davranış eğilimlerini beraberinde getirebileceğini düşündürmektedir (Zhou ve ark., 2020).

Travma mağdurlarıyla çalışan sağlık çalışanları bağlamında, travmanın bilişsel olarak işlenmesinin ve sosyal desteğin ikincil travmatik stres semptomlarında önemli rol oynadığı bulunmuştur (Gurowiec ve ark., 2023). Sağlık personelleri üzerinde yapılan bir çalışma, travmanın bilişsel olarak işlenmesinin ve sosyal desteğin ikincil travmatik stres belirtilerinin gelişiminde önemli faktörler olduğunu göstermiştir (Gurowiec ve ark., 2023). Benzer şekilde, acil servis hemşireleri üzerinde yapılan bir çalışma, bakım verenlerin ikincil travma deneyimleriyle ilgili duygu ve düşüncelerini açıklamalarına olanak tanıyan destekleyici bir örgütsel ortamın çok önemli olduğunu ortaya koymuştur (Duffy ve ark., 2015).

Dezavantajlı gruplarla çalışan profesyoneller, ikincil travmatik stres olarak adlandırılan durum açısından risk altındadır (Hensel ve ark., 2015). İkincil travmaya maruz kalma bağlamında öz yeterlilik ile benlik ve dünya hakkındaki bilişler arasındaki ilişkileri gösteren araştırmaların sınırlı olduğu bilinmekte ve ikincil travmaya maruz kalan profesyoneller arasında olumlu ve olumsuz bilişler arasındaki etkileşime ilişkin öngörü sağlayabilecek araştırmaların olduğu görülmektedir (Cieślak ve ark., 2013). Daha önce yapılan araştırmalar, dezavantajlı gruplarla çalışan psikologların ruh sağlığı üzerindeki sonuçlarını, sağlayıcıya ve uygulama ortamına özgü bireysel ve bağlamsal özelliklere bağlı olarak farklılık gösteren tepkileri ortaya koymuştur (Sprang ve ark., 2007).

Sonuç olarak, bilişsel esneklik ikincil travmanın etkisini anlamada çok önemli bir faktördür. TSSB semptomlarının şiddeti, psikolojik iyi olma hali ve günlük yaşamdaki işlevsellikle ilişkilidir. Çocuklukta travmaya maruz kalma ve erken yaşam stresinin daha düşük bilişsel esneklikle bağlantılı olduğu bulunmuştur. Ayrıca, travmanın bilişsel olarak işlenmesi ve sosyal destek, yardım çalışanlarında ikincil travmatik stres belirtilerinin gelişiminde önemli rol oynamaktadır. Bu anlamda, ikincil travma ve bilişsel esneklik arasındaki ilişkinin anlaşılması, ikincil travmadan etkilenen bireylere yönelik müdahaleler ve destek stratejileri konusunda bilgi sağlayabilir. İlgili literatür bağlamında, araştırmanın problemi *"dezavantajlı gruplarla çalışan psikologların ikincil travma ve bilişsel esneklik düzeyleri sosyodemografik ve mesleki değişkenler bakımından farklılık göstermekte midir?"* olarak belirlenmiştir.

Materyal ve Metot

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini dezavantajlı gruplarla çalışan yardım profesyonelleri oluşturmaktadır. Bu araştırmada çevrimiçi anketlere katılmayı onaylayan 165 psikolog ile araştırma yürütülmüştür. Örnekleme yöntemi olarak uygun (convenient) örnekleme yöntemi seçilmiştir. Örneklem büyüklüğü tahmini için G*Power sürüm 3.1.9.7 (Faul vd., 2007) kullanılarak, Cohen›in (1988) kriterleri kullanılarak 0.08 yüksek düzey olarak kabul edilmiştir. Anlamlılık kriteri $\alpha = .05$ ve güç = .80 olduğunda, bu etki büyüklüğü ile tek yönlü ANOVA analizi için gereken minimum örneklem büyüklüğü N = 84›dür. Dolayısıyla, elde edilen minimum N = 84 örneklem büyüklüğü çalışma hipotezini test etmek için fazlasıyla yeterlidir. Cohen›in (1988) kriterleri kullanılarak 0.05 orta düzey olarak kabul edilmiştir. Anlamlılık kriteri $\alpha = .05$ ve güç = .80 olduğunda, bu etki büyüklüğü ile bağımsız örneklem t-testi analizi için gereken minimum örneklem büyüklüğü N = 110›dür. Dolayısıyla, elde edilen minimum N = 110 örneklem büyüklüğü çalışma hipotezini test etmek için yeterlidir. Bu doğrultuda, 165 kişinin fazlasıyla yeterli olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırmanın örnekleminin sosyodemografik değişkenlerine ilişkin frekans dağılımları Tablo 1'de verilmiştir:

Tablo 1. Katılımcıların sosyodemografik değişkenlerinin frekans dağılımları

Sosyodemografik Değişkenler	Gruplar	F	%
Cinsiyet	Erkek	35	21.2
	Kadın	130	78.8
Yaş	20-25	34	20.6
	26-30	90	54.5
	31-35	26	15.8
	36 ve üzeri	15	9.1
Medeni Durum	Bekar	124	75.2
	Evli	41	24.8
Gelir Düzeyi	Düşük	18	10.9
	Orta	142	86.1
	Yüksek	5	3.0
Eğitim Düzeyi	Lisans	109	66.1
	Lisansüstü	56	33.9
Görev Süresi	1-3 yıl	75	45.5
	3-5 yıl	38	23.0
	5-10 yıl	40	24.2
	10 yıl ve üzeri	12	7.3
Mesleği İsteyerek Yapma	Evet	154	93.3
	Hayır	11	6.7
Görev Yapılan Kurum	Özel kuruluş	20	12.1
	Kamu kuruluşu	126	76.4
	Sivil toplum kuruluşu	19	11.5
Çalışılan Dezavantajlı Grup	İhmal ve istismar Mağduru çocuklar	39	23.6
	Afet	11	6.7
	Şiddete maruz kalan yetişkinler	86	52.1
	Engelli bireyler	18	10.9
	Yaşlı bireyler	11	6.7
Travmatik Yaşantı	Evet	67	40.6
	Hayır	98	59.4
Travma Müdahalelerin Yönelik Eğitim	Evet	102	61.8
	Hayır	63	38.2
Psikiyatrik Rahatsızlık Öyküsü	Evet	30	18.2
	Hayır	135	81.8
	Toplam	**165**	**100.0**

Tablo 1'de, dezavantajlı gruplarla çalışan psikologların sosyodemografik ve mesleki değişkenlerinin frekans dağılımları incelendiğinde, erkek katılımcılar %21.2 ve kadınlar %78.8 oranındadır. Yaş değişkenine göre 20-25 yaş arası %20.6; 26-30 yaş arası %54.5; 31-35 yaş arası %15.8 ve 36 yaş ve üzeri %9.1 oranındadır. Bekar katılımcılar %75.2 ve evliler %24.8 oranındadır. Gelir düzeyi düşük olanlar %10.9; orta düzeyde olanlar %86.1 ve yüksek düzey olanlar %3.0 oranındadır. Eğitim düzeyine

göre, lisans mezunu olanlar %66.1 ve lisansüstü mezunları %33.9 oranındadır. Görev süresi 1-3 yıl olanlar %45.5; 3-5 yıl olanlar %23.0; 5-10 yıl olanlar %24.2 ve 10 yıl ve üzeri olanlar %7.3 oranındadır. Mesleğini isteyerek yaptığını belirten katılımcıların oranı %93.3 olarak belirtilmiştir. Görev yapılan kurum ya da kuruluş değişkenine göre, özel kuruluşlarda çalışanlar %12.1; kamu kuruluşunda çalışanlar %76.4 ve sivil toplum kuruluşunda çalışanlar %11.5 oranındadır. Dezavantajlı grup olarak, ihmal ve istismar mağduru çocuklarla çalışanlar %23.6; afetzedelerle çalışanlar %6.7; şiddete maruz kalan yetişkinlerle çalışanlar %52.1; engelli bireylerle çalışanlar %10.9 ve yaşlı bireylerle çalışanlar %6.7 oranındadır. Travmatik yaşantısı olduğunu belirtenler %40.6 olarak bulunmuştur. Dezavantajlı gruplarla çalışırken travma eğitimi alanların oranı %61.8'dir. Psikiyatrik rahatsızlık öyküsü bulunan profesyonellerin tanısı ise %18.2 olarak bulunmuştur.

Araştırmanın Modeli

Araştırma betimsel tarama modeli olarak belirlenmiş olup, betimleyici karşılaştırmalı ve ilişkisel incelemelerin yapılıp hipotezlerin test edildiği nicel bir çalışmadır. İlişkisel tarama modeli, iki ve daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişimin varlığını belirlemeyi amaçlayan tarama yaklaşımına denir. İlişkisel tarama modelinde, değişkenlerin birlikte değişip değişmediği; değişme varsa bunun nasıl olduğu saptanmaya çalışılır (Karasar, 2011).

Veri Toplama Araçları

Sosyodemografik Bilgi Formu:

Araştırmacı tarafından oluşturulan ve katılımcıların mesleki ve bireysel değişkenlerine yönelik soruların yer aldığı bilgi formudur. Form içerisinde katılımcıların cinsiyeti, yaşı, eğitim düzeyi, gelir düzeyi, çalıştıkları dezavantajlı gruplar, daha önce travmaya yönelik müdahaleler konusunda eğitim alıp almadığı konusunda sorular yer almaktadır.

Bilişsel Esneklik Envanteri (BEE):

Bilişsel Esneklik Envanteri (BEE) bireylerin uyumsuz düşüncelerini sorgulamaları ve uyumsuz düşüncelerini uyumlu düşünceler ile başarılı bir şekilde değiştirmeleri için gerekli olan bilişsel esnekliği ölçmek amacıyla geliştirilmiştir (Dennis ve Vander Wal, 2010). Ölçeğin Alternatifler ve kontrol olmak üzere iki alt boyutu bulunmaktadır. Her iki faktörde 10 madde olmak üzere toplam 20 maddeden oluşmaktadır. Gülüm ve Dağ (2012), ölçeğin Türkçe adaptasyon çalışmasını yapmıştır. Adaptasyon çalışmasında, Cronbach Alpha güvenirlik katsayıları, alternatifler için .90, kontrol için .89, ölçeğin tümü için .85 olarak hesaplanmıştır.

İkincil Travmatik Stres Ölçeği

Bride ve arkadaşları (2004) tarafından geliştirilen İkincil Travmatik Stres Ölçeği (Secondary Traumatic Stress Scale) 17 maddelik, beşli likert tipi bir kendini değerlendirme ölçeğidir. Ölçek, travmatize olmuş bireylerle çalışan meslek elemanlarının, ikincil olarak geliştirdikleri travma sonrası stres belirtilerini ölçmek amacıyla geliştirilmiştir ve bireyin yaşamındaki son yedi günde deneyimlediği tepkileri değerlendirir. Ölçekte bulunan 17 maddenin her biri, Travma Sonrası Stres Bozukluğu DSM IV-TR tanısının B ölçütü (yeniden yaşama), C ölçütü (kaçınma) ve D ölçütü (aşırı uyarılmışlık) temel alınarak geliştirilmiştir. Ölçeğin istemsiz etkilenmeler (intrusion), kaçınma (avoidance) ve uyarılmışlık (arousal) olarak üç boyut içermektedir. Ölçek maddelerinin 2, 3, 6, 10 ve 13. maddeleri istemsiz etkilenmeler (intrusion), 1, 5, 7, 9, 12, 14 ve 17. maddeleri kaçınma (avoidance), 4, 8, 11, 15 ve 16. maddeleri uyarılmışlık (arousal) belirtilerini ölçmektedir. Her bir maddeden alınabilecek en düşük puan 1, en yüksek puan 5'tir. Ölçekten alınabilecek puan aralığı 17 ile 85 arasındadır ve yüksek puan yüksek etkilenme düzeyine işaret eder. Kahil (2016) tarafından yapılan Türkçe uyarlama çalışmasına göre, Ölçeğin tek boyutlu bir yapıya sahip olduğunun kabul edilmesinin ardından yapılan faktör analizinde, söz konusu faktörün varyansın %54.10'unu açıkladığı, 17 maddenin toplam test puanı ile olan korelasyonunun .60 ile .78 arasında değiştiği görülmüştür.

Veri Analiz Yöntemi

Araştırmada, dezavantajlı gruplarla çalışan psikologlara uygulanan anketlerden alınan veriler SPSS yazılımına girişleri yapılarak toplam puanlar hesaplanmıştır. Araştırmanın bağımsız değişkenleri demografik değişkenler, dezavantajlı gruplarla çalışma durumudur. Bağımlı değişkenler ikincil travma

ve bilişsel esneklik düzeyleri olarak belirlenmiştir. Veri analizleri doğrultusunda araştırmadaki değişkenlerin birbirleri arasındaki ilişki ve demografik değişkenler bakımından farklılaşma düzeyleri incelenmiştir. Araştırmada, katılımcıların verileri, sosyal bilimler için istatistik yazılımı olan SPSS 24 üzerinde girişleri yapılarak, araştırma değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla istatistiksel veri analiz yöntemleri kullanılmıştır. Veri analiz yöntemleri olarak kişisel değişkenleri incelemek için betimleyici istatistiksel yöntemler, araştırma değişkenleri ve kişisel değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek için normallik testi sonucunda, parametrik yöntemler uygulanmıştır. Parametrik ölçümler arasında ikili bağımsız gruplar için "Bağımsız Örneklem t Testi"; çoklu bağımsız gruplar için "Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) kullanılmıştır.

Bulgular

Araştırma bulguları aşağıdaki verilmiştir.

Tablo 2. İkincil Travmatik Stres Ölçeği toplam puanının sosyodemografik değişkenler bakımından karşılaştırılmasına ilişkin bulgular

Sosyodemografik Değişkenler	Gruplar	n	Ort.	ss	t/F	p
Cinsiyet	Erkek	35	31.23	10.89	-1.27	.20
	Kadın	130	34.18	12.40		
Yaş	20-25	34	32.41	11.11		
	26-30	90	32.28	10.94	1.75	.15
	31-35	26	37.15	16.03		
	36 ve üzeri	15	37.53	12.53		
Medeni Durum	Bekar	124	32.92	10.99	-1.16	.24
	Evli	41	35.46	15.04		
Gelir Düzeyi	Düşük	18	33.22	11.32		
	Orta	142	33.87	12.33	1.13	.32
	Yüksek	5	25.60	5.94		
Eğitim Düzeyi	Lisans	109	33.37	12.14	-.27	.78
	Lisansüstü	56	33.91	12.19		
Görev Süresi	1-3 yıl	75	32.04	10.15		
	3-5 yıl	38	31.00	11.23	3.02	.03*
	5-10 yıl	40	37.92	14.97		
	10 yıl ve üzeri	12	36.50	12.75		
Mesleği İsteyerek Yapma	Evet	154	33.19	12.11	-1.44	.15
	Hayır	11	38.64	11.59		
Görev Yapılan Kurum	Özel kuruluş	20	32.45	9.64		
	Kamu kuruluşu	126	33.42	11.79	.35	.70
	Sivil toplum kuruluşu	19	35.58	16.42		
Çalışılan Dezavantajlı Grup	İhmal ve istismar Mağduru çocuklar	39	34.28	10.23		
	Afet	11	29.00	10.19		
	Şiddete maruz kalan yetişkinler	86	33.19	13.81	.60	.66
	Engelli bireyler	18	35.28	9.56		
	Yaşlı bireyler	11	35.55	9.86		

Tablo 2. Devamı

	Sivil toplum kuruluşu	19	35.58	16.42		
Çalışılan Dezavantajlı Grup	İhmal ve istismar Mağduru çocuklar	39	34.28	10.23		
	Afet	11	29.00	10.19		
	Şiddete maruz kalan yetişkinler	86	33.19	13.81	.60	.66
	Engelli bireyler	18	35.28	9.56		
	Yaşlı bireyler	11	35.55	9.86		
Travmatik Yaşantı	Evet	67	35.99	13.81	2.15	.03*
	Hayır	98	31.89	10.58		
Travma Müdahalelerin Yönelik Eğitim	Evet	102	34.58	13.14	1.38	.16
	Hayır	63	31.89	10.14		
Psikiyatrik Rahatsızlık Öyküsü	Evet	30	37.10	13.71	1.78	.07
	Hayır	135	32.76	11.65		

*p<0.05

Tablo 2'de ikincil travmatik stres ölçeğinin sosyodemografik ve meslek ile ilgili değişkenler bakımından farklılaşmasına ilişkin karşılaştırma bulguları verilmiştir. Sonuçlara göre, katılımcıların görev süresi bakımından ikincil travmatik stres puanlarının anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur ($F(3,162)=3.02$; $p=.03$; $p<0.05$). Farklılığın kaynağını saptamak için yapılan Post hoc Scheffe testi bulgularına göre, görev süresi arttıkça ikincil travmatik stres puanlarının anlamlı düzeyde artış gösterdiği bulunmuştur. Anlamlı saptanan diğer değişken ise travmatik yaşantı değişkeni olarak saptanmıştır ($t(163)=2.15$; $p=.03$; $p<0.05$). Bulgulara göre, travmatik yaşantısı olduğunu bildiren katılımcıların ikincil travmatik stres puanları travmatik yaşantısı olduğunu belirten katılımcılarda anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 3. Bilişsel Esneklik Ölçeği toplam puanının sosyodemografik değişkenler bakımından karşılaştırılmasına ilişkin bulgular

Sosyodemografik Değişkenler	**Gruplar**	**n**	**Ort.**	**ss**	**t/F**	**p**
Cinsiyet	Erkek	35	72.29	5.44	-.95	.34
	Kadın	130	73.31	5.65		
Yaş	20-25	34	73.56	3.83		
	26-30	90	73.03	5.67	.11	.95
	31-35	26	72.85	7.60		
	36 ve üzeri	15	72.80	5.03		
Medeni Durum	Bekar	124	72.87	5.16	-.87	.38
	Evli	41	73.76	6.80		
Eğitim Düzeyi	Lisans	109	73.20	5.66	.35	.72
	Lisansüstü	56	72.88	5.55		
Görev Süresi	1-3 yıl	75	73.59	4.41		
	3-5 yıl	38	70.39	5.34	4.22	.01**
	5-10 yıl	40	74.35	7.08		
	10 yıl ve üzeri	12	74.33	5.51		
Mesleği İsteyerek Yapma	Evet	154	73.12	5.60	.27	.78
	Hayır	11	72.64	5.98		

Tablo 3. Devamı

	Hayır	11	72.64	5.98		
Görev Yapılan Kurum	Özel kuruluş	20	73.90	4.87		
	Kamu kuruluşu	126	73.27	5.76	1.53	.22
	Sivil toplum kuruluşu	19	71.05	5.08		
Çalışılan Dezavantajlı Grup	İhmal ve istismar Mağduru çocuklar	39	72.28	5.48		
	Afet	11	72.27	7.21		
	Şiddete maruz kalan yetişkinler	86	73.65	5.56	.91	.45
	Engelli bireyler	18	73.89	5.98		
	Yaşlı bireyler	11	71.09	3.78		
Travmatik Yaşantı	Evet	67	72.55	6.28	-1.02	.30
	Hayır	98	73.46	5.10		
Travma Müdahalelerin Yönelik Eğitim	Evet	102	72.99	5.43	-.29	.77
	Hayır	63	73.25	5.93		
Psikiyatrik Rahatsızlık Öyküsü	Evet	30	73.10	4.76	.01	.99
	Hayır	135	73.09	5.79		

*p<0.05

Tablo 3'te bilişsel esneklik puanlarının sosyodemografik ve mesleki değişkenler bakımından farklılaşmasına ilişkin karşılaştırma bulguları verilmiştir. Sonuçlara göre, katılımcıların görev süresi değişkenine göre bilişsel esneklik puanlarında anlamlı farklılık olduğu saptanmıştır ($F(3,162)=4.22$; $p=.01$; $p<0.01$). Farklılığın kaynağını saptamak için yapılan Post Hoc Scheffe testi bulgularına göre, görev süresi arttıkça bilişsel esneklik puanlarının artış gösterdiği bulunmuştur.

Tartışma ve Sonuç

Bu araştırmada, dezavantajlı gruplarla çalışan psikologların ikincil travmatik stres ve bilişsel esneklik düzeyleri incelenmiştir. Araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda, dezavantajlı gruplarla çalışan psikologların cinsiyet, gelir düzeyi, eğitim düzeyi, yaş, psikiyatrik rahatsızlık öyküsü, çalıştığı kurum, dezavantajlı gruplar ve mesleğini isteyerek yapma durumu bakımından ikincil travmatik stres ve bilişsel esneklik puanlarında anlamlı farklılık saptanmamıştır. Katılımcıların görev süresi ve travmatik yaşantı değişkeni bakımından ikincil travmatik stres puanlarında anlamlı farklılık saptanmıştır. Bulgulara göre, görev süresi arttıkça ikincil travmatik stres puanları artış göstermektedir. Ayrıca, travmatik yaşantısı olduğunu belirten psikologların ikincil travmatik stres puanlarının travmatik yaşantısı olmayan katılımcılara kıyasla daha yüksek olduğu bulunmuştur. Araştırmada elde edilen bulgular bu bölümde ilgili literatür kapsamında değerlendirilmiştir.

Duffy ve arkadaşları (2015) tarafından yapılan çalışma, sağlık çalışanları arasında ikincil travmatik stres açısından önemli farklılıklar olduğuna dair önemli bilgiler sunmaktadır. Çalışma özellikle acil servis hemşireleri arasındaki ikincil travmatik strese odaklanmış ve belirli bir gruptaki (personel hemşire grubu) ikincil travmatik stres oranına ilişkin istatistiksel olarak anlamlı bir bulgu rapor etmiştir (Duffy ve ark., 2015). Bu bulgu, demografik veya mesleki faktörlerin ikincil travmatik stres üzerindeki etkisini incelerken belirli mesleki rolleri ve bağlamları göz önünde bulundurmanın önemini vurgulamaktadır.

İkincil travmatik stres, travma mağdurlarıyla terapötik olarak çalışan profesyoneller tarafından deneyimlenen ve iyi belgelenmiş bir olgudur (Hensel ve ark., 2015). Buna sosyal hizmet uzmanları, ruh sağlığı sağlayıcıları, hemşireler ve kolluk kuvvetleri gibi profesyoneller dahildir (Bride vd., 2004; Cieślak vd., 2013; Ogińska-Bulik ve Michalska, 2021; Campbell vd., 2022). İkincil travmatik stres, başkalarının travmatik deneyimlerini duymaktan veya bunlara tanık olmaktan kaynaklanan duygusal ve psikolojik sıkıntı ile karakterize edilmektedir (Hensel ve ark., 2015). Yaygın olarak instrusif

düşünceler, hipervijilans (aşırı uyarılmışlık) ve duygusal tükenme gibi semptomlarla ilişkilidir (Shoji ve ark., 2015).

Araştırmalar, daha ağır travmatize olmuş danışanlarla çalışan ve travma sorunlarını daha sık ele alan profesyonellerin ikincil travmatik stres riskinin daha yüksek olduğunu göstermiştir (Bride ve ark., 2004). Bu durum, travmaya maruz kalma düzeyinin ikincil travmatik stres'nin gelişiminde rol oynadığını düşündürmektedir. Ayrıca, çalışmalar yardım mesleklerinde daha uzun iş deneyimine sahip profesyonellerde ikincil travmatik stres riskinin daha yüksek olduğunu bulmuştur (Hensel ve ark., 2015). Bu durum, zaman içinde travmaya kümülatif olarak maruz kalmanın ikincil travmatik stres gelişimine yol açabileceğini göstermektedir.

Farklı meslek grupları arasında ikincil travmatik stres yaygınlığı farklılık göstermektedir. Örneğin, askeri hastalarla çalışan ruh sağlığı sağlayıcıları üzerinde yapılan bir çalışmada, bu popülasyonda ikincil travmatik stres yaygınlığının yüksek olduğu bulunmuştur (Cieślak ve ark., 2013). Benzer şekilde, ölümcül hastalarla çalışan hemşirelerin de ikincil travmatik stres yaşadığı tespit edilmiştir (Ogińska-Bulik & Michalska, 2021). İkincil travmatik stres riski, kolluk kuvvetleri ve eşlerinde de mevcuttur (Campbell vd., 2022; Landers vd., 2019).

Ayrıca, Aminihajibashi ve arkadaşları (2022) tarafından yapılan çalışma, ikincil travmatik stresin farklı meslek grupları arasında karşılaştırılmasına ilişkin değerli bilgiler sunmaktadır. Çalışma, örneklemlerindeki psikologların diğer meslek gruplarına kıyasla daha yüksek tükenmişlik ve ikincil travmatik stres dereceleri sergilediğini, ancak çoklu test etkileri kontrol edildiğinde farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığını bildirmiştir (Aminihajibashi ve ark., 2022). Bu çalışmanın özel odağı çocuk terapistleri olsa da ikincil travmatik stresin meslek grupları arasında karşılaştırılması, ikincil travmatik stres deneyimlerindeki nüanslı varyasyonların anlaşılmasına katkıda bulunmaktadır.

Maurya ve DeDiego (2023) tarafından yapılan çalışmada, danışmanlar arasında ikincil travmatik stres ve mesleki kimlik arasındaki ilişki araştırılmış ve çalışma ortamı, deneyim düzeyi, uygulama türü ve cinsiyet gibi çeşitli faktörlere dayalı olarak danışmanların ikincil travmatik stres düzeylerinde önemli grup farklılıkları ortaya çıkmıştır (Maurya ve DeDiego, 2023). Bu bulgu, mesleki faktörlerin ikincil travmatik stres deneyimleri üzerindeki potansiyel etkisini vurgulamakta ve ikincil travmatik stresi incelerken çeşitli mesleki bağlamları dikkate alma ihtiyacını vurgulamaktadır.

İkincil travmatik stres›ye genellikle tükenmişlik ve merhamet yorgunluğu gibi diğer olumsuz sonuçlar eşlik eder (Shoji vd., 2015; Lee vd., 2021; Levin vd., 2021). Tükenmişlik, işle ilgili kronik stresin neden olduğu fiziksel, duygusal ve zihinsel tükenme durumunu ifade eder (Shoji ve ark., 2015). Merhamet yorgunluğu ise, başkalarına bakmanın sürekli taleplerinden kaynaklanan duygusal ve fiziksel tükenmedir (Lee ve ark., 2021). Bu faktörler, yardımcı profesyonellerin yaşadığı genel sıkıntıya daha fazla katkıda bulunabilir.

İkincil travmatik stres›nin iş tatmini ve örgütsel destek gibi faktörlerle hafifletilebileceğini belirtmek önemlidir (Levin ve ark., 2021). İş deneyimlerinin olumlu yönlerini ifade eden merhamet memnuniyetini daha yüksek düzeyde yaşayan profesyonellerin ikincil travmatik stres geliştirme olasılığı daha düşüktür (Lee ve ark., 2021). Ayrıca, destekleyici bir çalışma ortamına sahip olmak ve öz bakım için kaynaklara erişim, ikincil travmatik stres riskini azaltmaya yardımcı olabilir (Ruhenkamp ve ark., 2023).

Araştırmada elde edilen diğer bir bulgu ise, dezavantajlı gruplarla çalışan psikologların görev süresi arttıkça bilişsel esneklik puanlarının artış göstermesidir. Birçok çalışma bilişsel esneklik ile işle ilgili faktörler arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Colzato, van den Wildenberg ve Hommel (2013) yürütme kontrolüne ilişkin ikili görev çalışmaları yapmış ve bilişsel esnekliğin çoklu görev ve farklı görevler arasında geçiş gerektiren işle ilgili durumlarda çok önemli olduğunu bulmuştur. Bu durum, daha yüksek bilişsel esnekliğe sahip bireylerin karmaşık iş taleplerinin üstesinden gelmek için daha donanımlı olabileceğini düşündürmektedir.

Rönnlund, Mäntylä ve Nilsson (2008) bilişsel yetenek, bilişsel esneklik ve kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Bilişsel yetenek ve bilişsel esneklik arasındaki ilişkinin dışadönüklerde içedönüklere kıyasla daha güçlü olduğunu bulmuşlardır. Bu durum, kişilik özelliklerinin de bilişsel esneklik ve işle ilgili sonuçlar arasındaki ilişkide rol oynayabileceğini düşündürmektedir.

Zacher ve Frese (2009) yaş ve mesleki başarı arasındaki ilişkide bilişsel yetenek ve iş performansının aracı rolünü incelemişlerdir. Bilişsel yeteneğin mesleki başarı ile pozitif ilişkili olduğunu ve bu ilişkinin yaşlı bireyler için daha güçlü olduğunu bulmuşlardır. Bu durum, bilişsel yeteneğin bir bileşeni olarak bilişsel esnekliğin mesleki başarıya katkıda bulunabileceğini düşündürmektedir.

Zacher ve Frese (2011) yaş, iş karmaşıklığı ve seçim, optimizasyon ve tazminat stratejilerinin kullanımı arasındaki etkileşimi araştırmıştır. Daha yüksek bilişsel beceriye sahip yaşlı bireylerin, işteki fırsatlara odaklanmayı sürdürmek için bu stratejileri kullanma olasılıklarının daha yüksek olduğunu bulmuşlardır. Bu durum, bilişsel esnekliğin bireylerin değişen iş taleplerine uyum sağlamalarına ve büyüme ve gelişme için yeni fırsatlar bulmalarına yardımcı olabileceğini göstermektedir.

Daha önce yapılan araştırmalara, ruh sağlığı profesyonellerinde çeşitli mesleki faktörlere dayalı olarak ikincil travmatik stres ve bilişsel esneklik açısından önemli farklılıklar olduğuna dair değerli bilgiler sunmaktadır. Bu bulgular, ikincil travmatik stres deneyimlerinin ve bilişsel esneklik düzeylerinin karmaşıklığını ve demografik ve mesleki faktörlerin ikincil travmatik stres üzerindeki etkisini incelerken farklı mesleki bağlamları göz önünde bulundurmanın önemini vurgulamaktadır.

Yeni Çalışmalar İçin Öneriler

Araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda, görev süresi arttıkça katılımcıların ikincil travmatik stres ve bilişsel esneklik puanlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur. İkincil travmatik stres, dezavanttajlı gruplarla çalışan yardım mesleklerindeki profesyoneller için önemli bir konudur. İkincil travmatik stres riski, daha uzun iş deneyimine sahip profesyonellerde ve daha ağır travmatize olmuş danışanlarla çalışanlarda daha yüksek bulunmuştur. Bu doğrultuda, ikincil travmatik stres'ye genellikle tükenmişlik ve merhamet yorgunluğu eşlik etmektedir. Bununla birlikte, iş tatmini ve kurumsal destek gibi faktörler ikincil travmatik stres riskini azaltmaya yardımcı olabilir. Kuruluşların ikincil travmatik stres'yi önlemek ve ele almak için çalışanlarının refahına öncelik vermesi ve öz bakım için kaynaklar sağlaması çok önemlidir. Bilişsel esneklik ile ilgili bulgular doğrultusunda ise mevcut literatür bilişsel esnekliğin iş deneyimi ile olumlu yönde ilişkili olduğunu göstermektedir. Bilişsel esnekliği yüksek olan bireyler, karmaşık iş talepleriyle başa çıkmak, farklı görevler arasında geçiş yapmak ve değişen koşullara uyum sağlamak için daha donanımlı olabilirler. Dışadönüklük gibi kişilik özellikleri de bilişsel esneklik ve işle ilgili sonuçlar arasındaki ilişkiyi etkileyebilir. Gelecekteki araştırmalar bu ilişkinin altında yatan mekanizmaları daha fazla araştırmalı ve işyerinde bilişsel esnekliği artırmaya yönelik potansiyel müdahaleleri incelemelidir.

Kaynakça

ADAMS, R., BOSCARINO, J., & FIGLEY, C. (2006). Compassion fatigue and psychological distress among social workers: a validation study. American Journal of Orthopsychiatry, 76(1), 103-108. https://doi.org/10.1037/0002-9432.76.1.103

AMINIHAJIBASHI, S., SKAR, A., & JENSEN, T. (2022). Professional wellbeing and turnover intention among child therapists: a comparison between therapists trained and untrained in trauma-focused cognitive behavioral therapy. BMC Health Services Research, 22(1). https://doi.org/10.1186/s12913-022-08670-3

APPERLY, I. & BUTTERFILL, S. (2009). Do humans have two systems to track beliefs and belief-like states? Psychological Review, 116(4), 953-970. https://doi.org/10.1037/a0016923

BECK, C. (2011). Secondary traumatic stress in nurses: a systematic review. Archives of Psychiatric Nursing, 25(1), 1-10. https://doi.org/10.1016/j.apnu.2010.05.005

BECK, C. (2019). Secondary traumatic stress in maternal-newborn nurses: secondary qualitative analysis. Journal of the American Psychiatric Nurses Association, 26(1), 55-64. https://doi.org/10.1177/1078390319886358

BEN-ZİON, Z., FİNE, N., KEYNAN, N., ADMON, R., GREEN, N., HALEVİ, M., & SHALEV, A. (2018). Cognitive flexibility predicts ptsd symptoms: observational and interventional studies. Frontiers in Psychiatry, 9. https://doi.org/10.3389/fpsyt.2018.00477

BRİDE, B. E. (2001). *Psychometric properties of the secondary traumatic stress scale.* (Yayımlanmamış doktora tezi). The University of Georgia/Graduate Faculty, Georgia, ABD.

BRİDE, B., ROBİNSON, M., YEGİDİS, B., & FİGLEY, C. (2004). Development and validation of the secondary traumatic stress scale. Research on Social Work Practice, 14(1), 27-35. https://doi.org/10.1177/1049731503254106

CAMPBELL, A., LANDERS, A., & JACKSON, J. (2022). I have to hold it together: trauma in law enforcement couples. Family Relations, 71(4), 1593-1618. https://doi.org/10.1111/fare.12661

CHEN, J., MASTARONE, G., & DENNESON, L. (2019). It's not easy – impacts of suicide prevention research on study staff. Crisis, 40(3), 151-156. https://doi.org/10.1027/0227-5910/a000595

CHOI, G. (2016). Secondary traumatic stress and empowerment among social workers working with family violence or sexual assault survivors. Journal of Social Work, 17(3), 358-378. https://doi.org/10.1177/1468017316640194

CIEŚLAK, R., ANDERSON, V., BOCK, J., MOORE, B., PETERSON, A., & BENIGHT, C. (2013). Secondary traumatic stress among mental health providers working with the military. The Journal of Nervous and Mental Disease, 201(11), 917-925. https://doi.org/10.1097/nmd.0000000000000034

CİEŚLAK, R., SHOJİ, K., LUSZCZYNSKA, A., TAYLOR, S., ROGALA, A., & BENİGHT, C. (2013). Secondary trauma self-efficacy: concept and its measurement.. Psychological Assessment, 25(3), 917-928. https://doi.org/10.1037/a0032687

COETZEE, S. & KLOPPER, H. (2010). Compassion fatigue within nursing practice: a concept analysis. Nursing and Health Sciences, 12(2), 235-243. https://doi.org/10.1111/j.1442-2018.2010.00526.x

COHEN, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

COLZATO, L. S., VAN DEN WILDENBERG, W. P., & HOMMEL, B. (2013). Cognitive flexibility in work-related situations: Dual-task studies of executive control. Cognitive psychology, 66(3), 184-202. Rönnlund, M., Mäntylä, T., & Nilsson, L. G. (2008). The association between cognitive ability and cognitive flexibility is higher for extraverts than introverts. Intelligence, 36(6), 591-601.

DAJANİ, D. & UDDİN, L. (2015). Demystifying cognitive flexibility: implications for clinical and developmental neuroscience. Trends in Neurosciences, 38(9), 571-578. https://doi.org/10.1016/j.tins.2015.07.003

DENNİS, J. P. & VANDER WAL, J. S. V. (2010). The Cognitive Flexibility Inventory: Instrument development and estimates of reliability and validity. Cognitive Therapy and Research, 34(3), 241–253. http:// dx.doi.org/10.1007/s10608-009-9276-

DUFFY, E., AVALOS, G., & DOWLİNG, M. (2015). Secondary traumatic stress among emergency nurses: a cross-sectional study. International Emergency Nursing, 23(2), 53-58. https://doi.org/10.1016/j.ienj.2014.05.001

FOLEY, J. & MASSEY, K. (2020). The 'cost' of caring in policing: from burnout to ptsd in police officers in england and wales. The Police Journal Theory Practice and Principles, 94(3), 298-315. https://doi.org/10.1177/0032258x20917442

GUROWİEC, P., OGİŃSKA-BULİK, J., MİCHALSKA, P., & KĘDRA, E. (2023). The mediating role of cognitive processing in the relationship between social support and secondary traumatic stress symptoms in healthcare professionals. Archives of Psychiatry and Psychotherapy, 25(1), 54-62. https://doi.org/10.12740/app/155143

GÜLÜM, İ. V. & DAĞ, İ. (2012). The Turkish adaptation, validity and reliability study of The Repetitive Thinking Questionnaire and The Cognitive Flexibility Inventory. Anatolian Journal of Psychiatry, 13(3), 216-223

HAREL, O., HEMİ, A., & LEVY-GİGİ, E. (2023). The role of cognitive flexibility in moderating the effect of school-related stress exposure. Scientific Reports, 13(1). https://doi.org/10.1038/s41598-023-31743-0

HENSEL, J., RUİZ, C., FİNNEY, C., & DEWA, C. (2015). Meta-analysis of risk factors for secondary traumatic stress in therapeutic work with trauma victims. Journal of Traumatic Stress, 28(2), 83-91. https://doi.org/10.1002/jts.21998

HUANG, W., FANG, Y., TAN, X., & ZHAO, J. (2022). Childhood trauma, stressful life events, and depression: exploring the mediating effect of cognitive flexibility.. Psychological Trauma Theory Research Practice and Policy. https://doi.org/10.1037/tra0001337

IVİCİC, R. & MOTTA, R. (2017). Variables associated with secondary traumatic stress among mental health professionals.. Traumatology an International Journal, 23(2), 196-204. https://doi.org/10.1037/trm0000065

KAHİL, A. (2016). *Travmatik yaşantıları olan bireylere yardım davranışında bulunan profesyonel ve gönüllülerin ikincil travmatik stres düzeylerinin incelenmesi* (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Ufuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

LANDERS, A., DIMITROPOULOS, G., MENDENHALL, T., KENNEDY, A., & ZEMANEK, L. (2019). Backing the blue: trauma in law enforcement spouses and couples. Family Relations, 69(2), 308-319. https://doi.org/10.1111/fare.12393

LEE, H., BAEK, W., LIM, A., LEE, D., PANG, Y., & KIM, O. (2021). Secondary traumatic stress and compassion satisfaction mediate the association between stress and burnout among korean hospital nurses: a cross-sectional study. BMC Nursing, 20(1). https://doi.org/10.1186/s12912-021-00636-w

LEE, H., LEE, M., & JANG, S. (2021). Compassion satisfaction, secondary traumatic stress, and burnout among nurses working in trauma centers: a cross-sectional study. International Journal of Environmental Research and Public Health, 18(14), 7228. https://doi.org/10.3390/ijerph18147228

LEVIN, A., PUTNEY, H., CRIMMINS, D., & MCGRATH, J. (2021). Secondary traumatic stress, burnout, compassion satisfaction, and perceived organizational trauma readiness in forensic science professionals. Journal of Forensic Sciences, 66(5), 1758-1769. https://doi.org/10.1111/1556-4029.14747

MACRITCHIE, V. & LEIBOWITZ, S. (2010). Secondary traumatic stress, level of exposure, empathy and social support in trauma workers. South African Journal of Psychology, 40(2), 149-158. https://doi.org/10.1177/008124631004000204

MAGALHÃES, S., CARNEIRO, L., LIMPO, T., & FILIPE, M. (2020). Executive functions predict literacy and mathematics achievements: the unique contribution of cognitive flexibility in grades 2, 4, and 6. Child Neuropsychology, 26(7), 934-952. https://doi.org/10.1080/09297049.2020.1740188

MAURYA, R. & DEDIEGO, A. (2023). Exploring the relationship between secondary traumatic stress, professional identity and career factors for counsellors. Counselling and Psychotherapy Research, 24(1), 199-208. https://doi.org/10.1002/capr.12630

MERWE, A. & HUNT, X. (2019). Secondary trauma among trauma researchers: lessons from the field.. Psychological Trauma Theory Research Practice and Policy, 11(1), 10-18. https://doi.org/10.1037/tra0000414

NEWSOME, J., CLEMMONS, E., FITZHUGH, D., GLUCKMAN, T., CREAMER-HENTE, M., TAMBRALLO, L., & WILDER-KOFIE, T. (2019). Compassion fatigue, euthanasia stress, and their management in laboratory animal research. Journal of the American Association for Laboratory Animal Science, 58(3), 289-292. https://doi.org/10.30802/aalas-jaalas-18-000092

OGIŃSKA-BULIK, N. & MICHALSKA, P. (2021). Psychological resilience and secondary traumatic stress in nurses working with terminally ill patients—the mediating role of job burnout.. Psychological Services, 18(3), 398-405. https://doi.org/10.1037/ser0000421

OGİŃSKA-BULİK, N., GUROWİEC, P., MİCHALSKA, P., & KĘDRA, E. (2021). Prevalence and predictors of secondary traumatic stress symptoms in health care professionals working with trauma victims: a cross-sectional study. Plos One, 16(2), e0247596. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0247596

RUHENKAMP, G., DAWSON, C., & LEE, H. (2023). Why self-care? maintaining high job satisfaction among human service professionals. Journal of Student Research, 11(4). https://doi.org/10.47611/jsr.v11i4.1813

SHOJI, K., LESNIEROWSKA, M., SMOKTUNOWICZ, E., BOCK, J., LUSZCZYNSKA, A., BENIGHT, C., & CIEŚLAK, R. (2015). What comes first, job burnout or secondary traumatic stress? findings from two longitudinal studies from the u.s. and poland. Plos One, 10(8), e0136730. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0136730

SODEKE-GREGSON, E., HOLTTUM, S., & BILLINGS, J. (2013). Compassion satisfaction, burnout, and secondary traumatic stress in uk therapists who work with adult trauma clients. European Journal of Psychotraumatology, 4(1). https://doi.org/10.3402/ejpt.v4i0.21869

SPRANG, G., CLARK, J., & WHİTT-WOOSLEY, A. (2007). Compassion fatigue, compassion satisfaction, and burnout: factors impacting a professional's quality of life. Journal of Loss and Trauma, 12(3), 259-280. https://doi.org/10.1080/15325020701238093

WIDARSIH, R., WIDYANA, R., & LAILATUSIFAH, S. (2021). The effectiveness of self-induced unclassified therapeutic tremor for decreasing secondary traumatic stress among social workers. Jurnal Psikologi, 20(1), 75-94. https://doi.org/10.14710/jp.20.1.75-94

YAO, Z. & HSIEH, S. (2019). Neurocognitive mechanism of human resilience: a conceptual framework and empirical review. International Journal of Environmental Research and Public Health, 16(24), 5123. https://doi.org/10.3390/ijerph16245123

ZACHER, H., & FRESE, M. (2009). Age and occupational success: The moderating role of cognitive ability and job performance. Journal of Vocational Behavior, 75(2), 156-167.

ZACHER, H., & FRESE, M. (2011). Maintaining a focus on opportunities at work: The interplay between age, job complexity, and the use of selection, optimization, and compensation strategies. Journal of Organizational Behavior, 32(3), 291-318.

ZAKERI, M., BAZMANDEGAN, G., GANJEH, H., ZAKERI, M., MOLLAAHMADI, S., ANBARIYAN, A., … & KAMIAB, Z. (2020). Is nurses' clinical competence associated with their compassion satisfaction, burnout and secondary traumatic stress? a cross-sectional study. Nursing Open, 8(1), 354-363. https://doi.org/10.1002/nop2.636

ZHOU, X., MENG, Y., SCHMİTT, H., MONTAG, C., KENDRİCK, K., & BECKER, B. (2020). Cognitive flexibility mediates the association between early life stress and habitual behavior. Personality and Individual Differences, 167, 110231. https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110231

Summary

In this study, secondary traumatic stress and cognitive flexibility levels of psychologists working with disadvantaged groups were examined. 165 psychologists participated in the study. "Sociodemographic Information Form", "Secondary Traumatic Stress Scale" and "Cognitive Flexibility Inventory" were applied to the participants. Independent sample t-test and one-way ANOVA were applied to compare the secondary traumatic stress and cognitive resilience levels of the participants in terms of sociodemographic and occupational variables. The population of the study consists of helping professionals working with disadvantaged groups. In this study, the research was conducted with 165 psychologists who agreed to participate in online surveys. The research was determined as a descriptive survey model and is a quantitative study in which descriptive comparative and relational examinations are made and hypotheses are tested. Convenient sampling method was chosen as the sampling method, male participants were 21.2% and women were 78.8%. According to the age variable, 20-25 years old 20.6%; 26-30 years old 54.5%; 31-35 years old 15.8% and 36 years old and above 9.1%. Single participants make up 75.2% and married participants make up 24.8%. Those with low income level are 10.9%, those with medium income level are 86.1% and those with high income level are 3.0%. According to education level, 66.1% of the respondents have a bachelor's degree and 33.9% have a postgraduate degree. Those with 1-3 years of service are 45.5%; those with 3-5 years are 23.0%; those with 5-10 years are 24.2% and those with 10 years or more are 7.3%. The rate of participants who stated that they willingly practiced their profession was 93.3%. According to the institution or organization variable, 12.1% of the participants worked in private organizations, 76.4% in public organizations and 11.5% in non-governmental organizations. As disadvantaged groups, 23.6% work with children who are victims of neglect and abuse; 6.7% work with disaster victims;

52.1% work with adults exposed to violence; 10.9% work with people with disabilities; and 6.7% work with elderly people. Those who stated that they had traumatic experiences were found to be 40.6%. The rate of those who received trauma training while working with disadvantaged groups was 61.8%. The diagnosis of professionals with a history of psychiatric disorders was found to be 18.2%. Comparison findings regarding the differentiation of the secondary traumatic stress scale in terms of sociodemographic and occupational variables are given. According to the results, it was found that the secondary traumatic stress scores of the participants differed significantly in terms of tenure ($F(3,162)=3.02$; $p=.03$; $p<0.05$). According to the findings of the Post hoc Scheffe test conducted to determine the source of the difference, it was found that secondary traumatic stress scores increased significantly as the length of service increased. The other significant variable was traumatic experience ($t(163)=2.15$; $p=.03$; $p<0.05$). According to the findings, the secondary traumatic stress scores of the participants who reported having a traumatic experience were significantly higher than the participants who reported having a traumatic experience. There was a significant difference in the cognitive flexibility scores of the participants according to the tenure variable ($F(3,162)=4.22$; $p=.01$; $p<0.01$). According to the findings of the Post Hoc Scheffe test conducted to determine the source of the difference, it was found that cognitive flexibility scores increased as the duration of duty increased. Based on the findings obtained in the study, no significant difference was found in the secondary traumatic stress and cognitive flexibility scores of psychologists working with disadvantaged groups in terms of gender, income level, education level, age, history of psychiatric disorder, institution of employment, disadvantaged groups and willingness to do their profession. A significant difference was found in the secondary traumatic stress scores of the participants in terms of tenure and traumatic experience variable. According to the findings, secondary traumatic stress scores increase as the length of service increases. In addition, it was found that the secondary traumatic stress scores of helping professionals who stated that they had traumatic experiences were higher than those of participants without traumatic experiences. In line with the findings obtained in the study, it was found that the participants' secondary traumatic stress and cognitive flexibility scores were higher as the length of service increased. Secondary traumatic stress is an important issue for professionals in helping professions working with disadvantaged groups. The risk of secondary traumatic stress was found to be higher in professionals with longer work experience and those working with more severely traumatized clients. Accordingly, secondary traumatic stress is often accompanied by burnout and compassion fatigue. However, factors such as job satisfaction and organizational support may help reduce the risk of secondary traumatic stress. In line with the findings on cognitive flexibility, the existing literature shows that cognitive flexibility is positively related to work experience. Individuals with high cognitive flexibility may be better equipped to cope with complex job demands, switch between different tasks and adapt to changing circumstances. Personality traits such as extraversion may also influence the relationship between cognitive flexibility and work-related outcomes.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);230-244
DOI: 10.17336/igusbd.1453173

ORIGINAL ARTICLE / ÖZGÜN ARAŞTIRMA

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Küçük Travma Yaşantılarının Psikolojik Belirtileri Yordama Gücü

Predictive Power of Small Trauma Experiences on Psychological Symptoms

[1]Makbule KALI SOYER
[2]Şerife ŞEKERCİ
[3]Gamze TONĞUÇ

Öz

Amaç: Çocukluk döneminde temelleri atılan küçük travmalar, zaman içinde ortaya çıkar ve kademeli olarak bireyi etkiler. Bu çalışma, yetişkin bireylerde küçük travma yaşantılarının güncel psikolojik belirtiler üzerindeki yordama gücünü belirlemeyi amaçlamaktadır.

Yöntem: İlişkisel tarama modeli kullanılarak tasarlanan bu nicel araştırmanın çalışma grubu 284'ü kadın, 93'ü erkek toplam 377 katılımcıdan oluşmaktadır. Araştırma verileri, kişisel bilgi formu, Küçük "t" Travma Yaşantıları Belirleme Ölçeği ve Kısa Semptom Envanteri aracılığıyla toplanmıştır. Küçük travma yaşantılarının ve psikolojik belirtilerin cinsiyet açısından farklılaşma durumlarını incelemek üzere bağımsız örneklem t testi, küçük travma yaşantılarının psikolojik belirtileri yordama gücünü değerlendirmek için basit (doğrusal) regresyon analizi yapılmıştır.

Bulgular: Araştırma bulguları, kadın katılımcıların erkek katılımcılardan daha fazla küçük travma yaşantılarına sahip olduklarını ve yine kadın katılımcıların erkeklere göre daha fazla psikolojik belirtiler gösterdiğini ortaya koymuştur. Ayrıca yapılan regresyon analizi, küçük travma yaşantılarının psikolojik belirtileri anlamlı bir şekilde yordadığını göstermiştir.

Sonuç: Deneyimlenen küçük travmaların, bireylerin mevcut veya gelecekteki psikolojik sorunları üzerinde öngörülebilir bir etkisi olduğu anlamına gelmektedir.

Anahtar Kelimeler

Travma, küçük travma yaşantıları, psikolojik belirtiler, Kısa Semptom Envanteri, yetişkin bireyler

Bu çalışmanın özeti, 16-19 Mayıs 2024 tarihleri arasında Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Derneği ile Gazi Üniversitesi iş birliğinde gerçekleştirilen 25. Uluslararası Psikolojik Danışma ve Rehberlik Kongresinde "Küçük Travma Yaşantılarının Psikolojik Semptomlar Üzerindeki Yordayıcı Etkisi" ismiyle sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

[1]Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, Atatürk Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri Bölümü, İstanbul, Türkiye.
✉ makbulesoyer@marmara.edu.tr

[2]Psikolojik Danışman, Milli Eğitim Bakanlığı, Türkiye.
✉ serifeesekerci@gmail.com

[3]Psikolojik Danışman, Milli Eğitim Bakanlığı, Türkiye.
✉ tongucgamze@gmail.com

Geliş/Received: 15.03.2024
Kabul/Accepted: 05.01.2025

Makbule Kalı Soyer, Şerife Şekerci, Gamze Tonğuç, "Predictive Power of Small Trauma Experiences on Psychological Symptoms", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 230-244.

Abstract

Aim: Small traumas, rooted in childhood, gradually manifest and exert cumulative effects on individuals over time. This study aims to determine the predictive power of small trauma experiences on current psychological symptoms in adults.

Method: Designed as a quantitative study using a correlational survey model, the study sample consists of 377 participants. Data were collected through a personal information form, Small "t" Trauma Experiences Scale, and the Brief Symptom Inventory. An independent samples t-test was conducted to examine gender differences in small trauma experiences and psychological symptoms, while simple regression analysis was performed to evaluate the predictive power of small trauma experiences on psychological symptoms.

Results: The findings indicate that female participants reported experiencing significantly more small traumas and exhibited more psychological symptoms compared to male participants. Furthermore, regression analysis demonstrated that small trauma experiences significantly predict psychological symptoms.

Conclusion: Small traumas have a predictable impact on individuals' current or future psychological problems.

Keywords

Trauma, small trauma experiences, psychological symptoms, Brief Symptom Inventory, adult individuals

Giriş

Travma; kişinin, baş etme becerilerinin yetersiz kaldığı ve sonucunda duygusal belirtilerin oluştuğu zorlayıcı yaşam olaylarıdır (APA, 2013; Ataoğlu vd., 2019). Travmatik olaylar ise kişinin kendi maruz kaldığı ya da şahit olduğu psikolojik veya fiziksel bütünlüğü tehdit eden ve sonucunda korku, kaygı, aşırı uyarılmışlık gibi duygusal tepkiler oluşturan yaşam olayları olarak ifade edilmektedir (APA, 2013; Bozkurt, 2023). Deprem, sel, yangın gibi doğa olaylarından kaynaklanan ya da savaş, işkence, göç, cinsel saldırı gibi insanlardan kaynaklanan travmatik olaylar hep var olmuş ve insanlık, tarih boyunca zaman zaman bireysel ya da toplumsal olarak travmatik olaylara maruz kalmıştır (Altınsoy, 2020; Sevinç Yalçın ve Öztürk, 2018). Bu tür travmalar şok travma olarak tanımlanmakla birlikte, ani gerçekleşmesi ve merkezi sinir sistemi yoluyla yaşamı tehdit edici olması bakımından önem arz etmektedir (Hensley, 2015; Shapiro, 2014). Travmatik yaşantılar maruz kalan kişilerde fizyolojik, psikolojik, sosyal ve ekonomik yönden olumsuz etkiler oluşturmakta (Ataoğlu vd., 2019; Aykut ve Soner Aykut, 2020) ve bu kişilerin bir kısmında travma sonrası stres bozukluğu (TSSB) belirtileri görülmektedir (Çamaş ve Anayurt, 2022). Diğer yandan, temellerini çoğunlukla çocukluk yaşantılarından alan ve kişiyi birçok yönden olumsuz etkileyen gelişimsel travmalar da önemli bir travma türü olarak değerlendirilmektedir (Hensley, 2015; Shapiro, 2014).

Küçük travmalar, gelişimsel travmaların bir alt türü olarak, temellerini genellikle çocukluk dönemindeki olumsuz yaşantılardan ve rahatsız edici olaylardan alan; çocuğun erken yaşlarda maruz kaldığı, başlangıçta etkilerinin fark edilmesi güç olan ancak zamanla bireyi olumsuz yönde etkileyebilen durumlardır (Hensley, 2015; Shapiro, 2014). Çocuğu huzursuz eden bu olumsuz yaşam deneyimleri küçük "t" travma olarak tanımlanmaktadır (Hensley, 2015; Shapiro, 2001). Bu yaklaşım, Csikszentmihalyi'nin (1990) yaratıcılığı iki farklı düzeyde ele aldığı modeline benzetilebilir. Csikszentmihalyi, tarihsel ve kültürel bağlamda büyük etkiler yaratan yaratımları büyük yaratıcılık "Big C", buna karşın günlük yaşamda üst düzey problem çözme olarak tanımladığı yaratımları ise küçük yaratıcılık "little c" olarak adlandırmıştır (Simonton, 2002). Benzer şekilde, büyük ve ani etkiler yaratan şiddetli olaylar büyük "T" travmalar, günlük yaşamda başlangıçta daha küçük ölçekli ancak birikerek bireyi etkileyen olayları küçük "t" travmalar olarak ifade edilmektedir (Hensley, 2015; Shapiro, 2001; Yılmaz Dinç, 2021).

Küçük "t" travmalar, zamanla ortaya çıkar, aşamalı olarak kişiyi etkiler, birikerek kişinin nörolojik sistemini değiştirir ve kişinin sürekli bir travmatik durumda kalmasına neden olur (Hensley, 2015;

Yılmaz Dinç, 2021). Örneğin; çocuğun terkedilmesi, boşanma veya bakım nedeniyle aileden uzun süre ayrı ve uzakta kalması, ihmal edilmesi gibi çocukta stres ve kaygı yaratan durumlar (Grogan vd., 2020; Hawes vd., 2021; Hensley, 2015; Pilkington vd., 2020), çocuğun fiziksel ve psikolojik ve cinsel kötüye kullanımı (Hensley, 2015, Kalı Soyer vd., 2021), bakım verenin alkol ve madde kullanımı gibi çocuğun kendini güvende hissetmediği toksik ebeveyn davranışlarının ve uyumsuz aile ilişkilerinin sergilendiği bir ortamda bulunması (Chavez, 2024; Pilkington vd., 2020) gibi, fiziksel bütünlüğü doğrudan tehdit etmese de duygusal, bilişsel, bedensel ve ilişkisel boyutta birçok psikopatolojik etkiler yaratmaktadır (Barbash, 2017; Hawes vd., 2021; Hensley, 2015). Hensley'e (2015) göre bu özelliği ile küçük "t" travmalar çocuğun doğal psikolojik gelişimini sekteye uğratır Bu olumsuz yaşam olayları içten içe etkisini sürdürür ve kişinin; kendisi, diğer insanlar ve yaşam hakkındaki inançlarını etkiler (Hensley, 2015). Tüm bu yaşam deneyimleri kişinin benliğini (Patel, 2012), özsaygısını, özgüvenini (Forgash ve Knipe, 2007) ve göstereceği optimal davranışları olumsuz etkiler (Yılmaz Dinç, 2021).

Ericson'un psikososyal kuramı, Freud'un psikoseksüel kuramı ve Adler'in bireysel psikoloji kuramı gibi birçok kurama göre; çocukluk çağı olumsuz yaşantıları, karşılanmayan temel duygusal ve fiziksel ihtiyaçlar hem çocuğun kişiliğinin şekillenmesini hem ileriki yaşlarda psikolojik iyi oluş halini etkilemektedir (Corey, 2015). Erken çocukluk döneminde çocukların temel fiziksel ve duygusal ihtiyaçlarının aile tarafından yeterince karşılanmamasının çocukların duygusal gelişimlerini de olumsuz yönde etkilediği ve birçok psikolojik sorunla ilişkili olduğu bulunmuştur (Hawes vd., 2021; Yılmaz Dinç, 2021). Ayrıca Shapiro (2001) çocukluk döneminde yaşanan duygusal aşağılanma, dışlanma gibi olumsuz deneyimlerin büyük travma yaşantılarından daha olumsuz ve kalıcı etkiler oluşturabileceğini ifade etmektedir. Küçük travma etkisi olan olumsuz yaşam olayları çoğu zaman başlangıçta travmatik olarak algılanmazlar, yaygındırlar, her yerde olabilirler, çocukluk döneminden itibaren başlar ve süreklilik arz ederler (Shapiro, 2001). Bununla birlikte, bu tür travmaya maruz kalanlarda istenmeyen semptomların yaşanması çoğu zaman söz konusu değildir (Hensley, 2015). Bu yüzden olumsuz yaşam deneyimine maruz kalan kişilerde genellikle travmanın etkileri gizil yaşandığından bu etkilerin travmatik belirtiler olduğu gözden kaçabilmekte ve çoğunlukla farkına varılmamaktadır (Levine ve Frederick, 2020). Olumsuz yaşam deneyimleri, bireyin kendisini nasıl gördüğünü ve kendisine hangi özellikleri atfettiğini şekillendiren önemli bir belirleyicidir; çocukluk döneminde tekrar ettiği takdirde bireyin genel gelişimi üzerinde derin etkiler bırakabilirken, sürekli olarak tekrarlanmadığı durumlarda bu etkiler sınırlı kalmakta, ancak kişinin kendisine olumsuz atıflarda bulunma ve uzun vadede olumsuz sonuçlar çıkarma eğilimini sürdürebilmektedir (Hawes vd., 2021).

Çocukluk çağına dayanan küçük travmalara benzer şekilde gündelik sıkıntılar da bireyin yaşamındaki küçük stres kaynakları da birey üzerinde birikimli bir etki yaratır (Holm ve Holroyd, 1992; Junça-Silva vd., 2020). Bu tür sıkıntılar genellikle küçük çaplıdır ve bireyin normal yaşamını etkileyebilecek günlük sorunlarla ilgili olabilir. Örneğin; trafik sıkışıklığı, işle ilgili küçük sorunlar, ev işleri veya kişisel ilişkilerle ilgili küçük anlaşmazlıklar gibi durumları içerebilir (Holm ve Holroyd, 1992; Junça-Silva vd., 2020). Bu sıkıntılar tek başına genellikle travmatik etkilere yol açmaz; ancak sürekli ve birikmiş stres faktörleri, zaman içinde olumsuz etkilere neden olabilir ve küçük travma deneyimine benzer bir hâle gelebilir (Ardanıç, 2017; McCullough, 2002). Özellikle bireyin başa çıkma yeteneklerini aşan veya sürekli olarak zorlayan bir dizi günlük sıkıntı ve stresin, duygusal ve psikolojik sağlığını olumsuz etkileyebildiği bilinmektedir (Junça-Silva vd., 2020; Udayar vd., 2023; Yıldırım, 2004a; Yıldırım, 2006).

Psikolojik sağlık; bireyin çevresindeki insanlar, içinde bulunduğu topluluk, aile bireyleri ve kendisi ile uyum halinde ve dengede olması, sorumluluklarını yerine getirerek tutarlı bir yaşam sürdürebilmesi, genel olarak sağlıklı ilişki kurabilen ve psikolojik bütünlüğünü koruyabilen bir birey olabilmesi olarak ifade edilmektedir (Bilgin vd., 2020; Özören, 2023; Öztürk, 1995; Seven, 2018). Bir kişinin psikolojik olarak sağlıklı olması, kişinin yeteneklerinin farkında olmasını, stresle baş edebilmesini, kendine güvenmesini gerektirmektedir (Özel vd., 2020). Amerikan Psikiyatri Birliği'ne göre (2013) psikolojik bozukluk, bireyin kendisi ve çevresiyle uyumlu ve dengeli bir yaşam sürdürememesidir. Psikolojik belirti ise bireydeki psikolojik bozukluğu saptamayı sağlayan, sorunu işaret eden unsurlardır (APA, 2013).

Psikolojik belirtiler daha çok yaşamın stresli, kaygılı, zor dönemlerinde ortaya çıkmaktadır (Alver vd., 2010; Bilgin vd., 2020). Çocukluk dönemindeki olumsuz yaşam deneyimleri kişinin nöral sistemini

etkileyerek yetişkinlikte oluşabilecek travmalar için bir basamak oluşturma eğilimindedir (Opel vd., 2019). Klinik olarak düşük özsaygı, kaygı, panik bozukluğu, çeşitli fobiler, depresyon, travma sonrası belirtiler, dissosiyatif bozukluklar, yeme bozuklukları, kendine ve başkalarına zarar verme gibi birçok psikopatoloji, Olumsuz çocukluk deneyimleri ile ilişkilendirilmektedir. (Grogan vd., 2020; Hawes vd., 2021; Hensley, 2015; Levine ve Frederick, 2020; Pilkington vd., 2020). Bu açıdan, küçük travma olarak tanımlanan yaşam olaylarına maruz kalmış yetişkin bireylerde ortaya çıkan psikolojik belirtileri tespit etmek, hem konuya dikkat çekmek hem de çocukların maruz kalabileceği olumsuz yaşam deneyimlerini önlemeye yönelik müdahalelere ışık tutmak açısından önemli hâle gelmektedir. Yapılan alanyazın incelemesinde travma yaşantılarının etkilerine yönelik birçok çalışmaya rastlanmasına karşın (Ataoğlu ve ark., 2019; Çoban, 2021; Eker, 2016; Fırat ve Baskak, 2012; Güreşen, 2022; Kocamanoğlu, 2021; Özatmaca, 2023; Sarıçamlık, 2020; Şahin Demirkapı, 2013; Şenol ve Kalı Soyer, 2022; Yavuz, 2021) küçük travmalar ve etkilerine yönelik çalışmaların oldukça sınırlı olduğu gözlenmiştir. Küçük travma yaşantılarına yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde, bu tür travmaların farklı değişkenlerle ilişkisini ele alan araştırmalara rastlanmıştır. Örneğin, psikolojik ihtiyaç doyumu, psikolojik sağlamlık, psikolojik iyi oluş (Yılmaz Dinç, 2021), duygusal yeme davranışı, sıkıntıya dayanma kapasitesi, yaşantısal kaçınma (İşçimen, 2024), yetişkinlikte yakın ilişkiler (Çoban, 2021), psikolojik esneklik, duygu düzenleme (Mert, 2024) ve travma sonrası büyüme (Acar ve ark, 2024) gibi konular küçük travma yaşantıları ile ilişkilendirilmiştir. Ancak, küçük travma yaşantılarının psikolojik belirtilerle olan ilişkisini doğrudan inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Tüm bunlar ışığında, bu araştırmanın yetişkinlerin deneyimledikleri küçük travma yaşantılarının güncel psikolojik belirtiler ile olan ilişkisini değerlendirerek literatüre özgün bir katkı sunacağı düşünülmektedir.

Yapılan alanyazın incelemesinde küçük "t" travma yaşantılarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı düzeyde kadınların lehine farklılaştığını gösteren çalışmalar mevcuttur. Örneğin; Yılmaz Dinç (2021) tez çalışmasında aile ilişkilerinden kaynaklı küçük "t" travma yaşantıları alt boyutuna ait ortalamalar cinsiyete göre karşılaştırıldığında kadınların erkeklere göre daha yüksek puan ortalamasına sahip olduğu tespit etmiştir. Bir başka çalışmada ise Küçük "t" travma yaşantılarından etkilenme düzeyleri cinsiyete göre karşılaştırıldığında kadınların ($\bar{x}$ =2.06) ortalamalarının erkelere ($\bar{x}$ =1.86) göre daha yüksek olduğu bulunmuştur (Çoban, 2021). Mert (2024)'in çalışmasında ise küçük "t" travma yaşantıları ortalama puanları cinsiyete göre karşılaştırıldığında kadınların ($\bar{x}$=1.98) erkeklere ($\bar{x}$=1.91) daha yüksek puan aldıkları ancak bu farklılığın anlamlı düzeyde olmadığı (p= .243) tespit edilmiştir. Bu veriler, küçük "t" travma yaşantılarının kadınlar için daha belirgin olduğuna işaret ederken, cinsiyetler arası farklılıkların her zaman istatistiksel olarak anlamlı olmadığına da dikkat çekmektedir. Bu nedenle, bu çalışmada küçük "t" travmalar ile psikolojik belirtiler arasındaki ilişkide cinsiyetler arası farklılıkların da değerlendirilmesi ayrıca bir hipotez olarak ele alınmıştır.

Bu çalışmanın amacı, yetişkinlerin deneyimledikleri küçük travma yaşantılarının güncel psikolojik belirtileri yordama gücünü belirlemektir. Araştırma, küçük travmaların bireylerin psikolojik sağlığı üzerindeki etkisini anlamayı ve bu etkilerin cinsiyet temelindeki olası farklılıklarını ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu amaç ışığında araştırma sürecinde aşağıdaki soruların yanıtları aranmıştır:

1. Katılımcıların deneyimledikleri küçük travma yaşantıları katılımcıların psikolojik belirtilerini yordamakta mıdır?

2. Katılımcıların küçük travma yaşantıları ve psikolojik belirtileri cinsiyete göre istatiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşmakta mıdır?

Yöntem

Araştırma Modeli

Bu araştırma küçük travma yaşantıları ile psikolojik belirtiler arasındaki ilişkinin incelendiği ilişkisel tarama modelinde nicel bir çalışma olarak tasarlanmıştır. Tarama araştırmaları katılımcılardan anket veya görüşmelerden yararlanarak bilgi toplanan ve diğer araştırma yöntemlerine göre daha geniş örneklem üzerinde gerçekleştirilen nicel bir araştırma desenidir (Creswell, 2020). İlişkisel tarama araştırmalarında eldeki veriler doğrultusunda değişkenler arasındaki ilişki bunun beraberinde bir değişkenin diğer değişkeni ne düzeyde açıklayabileceği belirlenmekte ve sayısal olarak ifade

edilmektedir. (Can, 2022; Creswell, 2020). Bu araştırmada küçük travma yaşantıları yordayan değişken psikolojik belirtiler ise yordanan değişken olarak belirlenmiştir.

Çalışma Grubu

Bu araştırmanın evrenini 18 yaş üstü yetişkin bireyler oluşturmaktadır. Bu araştırmanın çalışma grubu olasılık dışı örnekleme yöntemi olan ölçüte dayalı uygunluk/elverişlilik örnekleme yöntemi ve katılımcıların araştırmaya uygun diğer bireylere çalışmayı ulaştırması ile desteklenen kartopu örnekleme yöntemleri ile oluşturulmuştur. (Kılıç, 2013; Creswell, 2020). Araştırmaya dâhil edilme ölçütlerinden en önemlisi 18 yaş üzerinde bir yetişkin olmaktır. Ayrıca, okuryazar olma ve çalışmaya katılmaya onam verme diğer ölçütleri oluşturmaktadır. Bu doğrultuda farklı cinsiyet, yaş ve eğitim düzeyindeki yetişkinlere ulaşılmıştır.

Bu araştırmada örneklem sayısının belirlenmesi için Ural ve Kılıç (2006)'ın örneklem büyüklüğü tablosu kullanılmıştır. Bu tabloya göre %95 güven aralığında evrenin 100 binin üzerinde olması halinde 384 bireyin örnekleme dahil edilmesi önerilmektedir. Araştırmanın çalışma grubu 380 katılımcıdan oluşmuştur; ancak araştırmaya dâhil edilme ölçütleri dışında kalan 3 kişi kapsam dışına çıkarılmış ve analizler, 284'ü kadın (%75) ve 93'ü erkek (%25) toplam 377 katılımcı üzerinden gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların yaşları 18 ile 64 arasında değişmektedir; yaş ortalamaları 29, standart sapması 9.64'tür. Eğitim düzeyi açısından katılımcıların 20'si (%5) lisans altı, 108'i (%29) hâlihazırda lisans eğitimine devam etmekte, 178'i (%47) lisans mezunu ve 71'i (%19) lisansüstü eğitime sahiptir.

Veri Toplama Araçları

Bu araştırmanın verileri araştırmacılar tarafından hazırlanan kişisel bilgi formunun yanı sıra Küçük "t" Travma Yaşantıları Belirleme Ölçeği ve Kısa Semptom Envanteri aracılığıyla elde edilmiştir.

Kişisel bilgi formu.

Araştırmacılar tarafından katılımcıların cinsiyet, yaş ve eğitim durumlarını belirtebilecekleri şekilde hazırlanmış bir formdur.

Küçük "t" travma yaşantılarını belirleme ölçeği.

Yılmaz Dinç ve Sapmaz (2020) tarafından geliştirilen Küçük "t" Travma Yaşantılarını Belirleme Ölçeği toplam 46 maddeden oluşmaktadır. Ölçek; Aile İlişkilerinden Kaynaklı Küçük Travmalar, Sosyal İlişkilerden Kaynaklı Küçük Travmalar ve Karşılanmayan Fizyolojik Kökenli İhtiyaçlardan Kaynaklı Küçük Travmalar olmak üzere üç alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçek 5'li likert tipinde geliştirilmiş olup 5- beni tamamen yansıtıyor, 4- beni oldukça yansıtıyor, 3- beni biraz yansıtıyor, 2- beni az yansıtıyor, 1- beni hiç yansıtmıyor şeklinde puanlanmaktadır ve ölçekte ters madde bulunmamaktadır. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 230 iken en düşük puan 46'dır. Ölçekten alınan yüksek puan bireyin geçmişinde küçük travma yaşantılarının fazla olduğunu, düşük puan ise küçük travma yaşantılarının az olduğunu göstermektedir.

Ölçeğin geçerlik çalışmalarından yapı geçerliliğine yönelik yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen uyum iyiliği değerlerinin $\chi 2/sd$ (3102.59/942) =3.29, p=.001, SRMR: .064; NNFI:96; IFI=.96; CFI=.96; RMSEA=.087 şeklinde olduğu saptanmış ve yapı onanmıştır. Ayrıca yapılan madde ayırt ediciliği analizlerinde de %27'lik alt ve üst grup ortalamaları arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir. (p< .01)

Ölçeğin güvenilirliğine bakıldığında iç tutarlılık katsayısının .96 olduğu görülmektedir. Aile İlişkilerinden Kaynaklı Küçük Travmalar alt ölçeği için iç tutarlılık katsayısı .96, Sosyal İlişkilerden Kaynaklı Küçük Travmalar alt ölçeği için .92 ve Fizyolojik Kökenli Gereksinimlerin Karşılanmamasından Kaynaklı Küçük Travmalar alt ölçeği için .76 olduğu gözlenmektedir. Ölçeğin bu çalışma için hesaplanan güvenirlik kat sayısı .96 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğe ait örnek maddeler Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1. Küçük "t" Travma Yaşantılarını Belirleme Ölçeği Örnek Maddeler

Madde Numarası	Örnek Madde
Madde 2	Arkadaşlarım tarafından hakaret ya da küfür edilme gibi olumsuz durumlara maruz kaldığım anlar oldu.
Madde 6	İhtiyaçlarım (yiyecek, giysi, kırtasiye vb.) karşılanamayacak kadar ekonomik zorluklarla büyüdüm.
Madde 8	İstenilmeyen bir çocuk olduğumu düşündüren anılara sahibim.
Madde12	Ailemden biri/lerinin bize zarar verecek bağımlılıkları (uyuşturucu, alkol, kumar) vardı.

Kısa Semptom Envanteri (KSE).

Derogatis (1992) tarafından geliştirilen, Şahin ve Durak (1994) tarafından Türkçe geçerlik ve güvenirlik çalışması yapılan envanter toplam 53 madde ve 5 alt boyuttan oluşmaktadır ve SCL-90 ölçeğinin kısa formu olarak ifade edilmektedir. Alt boyutları anksiyete, depresyon, olumsuz benlik, somatizasyon ve hostilite olarak tanımlanmaktadır. Ölçek 5'li likert tipinde geliştirilmiş olup 1-Hiç, 2-Biraz, 3-Orta derecede, 4-Epey, 5-Çok fazla şeklinde puanlanmaktadır. Ölçekten alınabilecek puanlar 0-212 aralığındadır. Ölçekten elde edilen toplam puanın yüksek olması bireyin psikolojik belirtilerinin arttığı anlamına gelmektedir.

Kısa Semptom Envanteri için yapılan geçerlik ve güvenirlik çalışmaları için dört farklı örneklem grubu ile çalışılmıştır. Dört çalışmada da alt ölçekler için yapılan faktör analizi sonucunda yapı geçerliliği sınanmış ve kabul edilebilir olarak tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan tüm ölçüt geçerliliği çalışmalarında da beklenen yönde anlamlı ilişkiler elde edilmiştir.

Güvenilirlik ölçümlerinde envanterin tamamına ait iç tutarlık katsayısı dört çalışma içerisinde .93 ile .96 arasında değişmektedir. Bununla birlikte alt ölçeklere ait iç tutarlılık katsayılarının da bu dört çalışma içerisinde .63 ile .86 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Ölçeğin bu çalışma için hesaplanan güvenirlik kat sayısı .97 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğe ait örnek maddeler Tablo 2'de görülmektedir.

Tablo 2. Kısa Semptom Envanteri Örnek Maddeler

Madde Numarası	Örnek Madde
Aşağıda insanların bazen yaşadıkları belirtiler ve yakınmaların bir listesi verilmiştir. Listedeki her maddeyi lütfen dikkatle okuyun. Daha sonra o belirtinin sizi bugün dâhil, son bir haftadır ne kadar rahatsız ettiğini seçeneklerden uygun olanı işaretleyerek gösterin.	
Madde 1	İçinizdeki sinirlilik ve titreme hali
Madde 6	Çok kolayca kızıp öfkelenme
Madde 12	Hiç bir nedeni olmayan ani korkular
Madde 22	Kendini diğerlerinden daha aşağı görme

Verilerin Toplanması ve Veri Analizi

Araştırma sürecine öncelikle Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü 711773 nolu etik kurul onayı alınmıştır. Ardından çevrimiçi veri toplayabilmek amacıyla ölçeklerin maddeleri Google form üzerine aktarılmıştır. Veriler çevrimiçi formlar aracılığıyla hem uzaktan hem de yüz yüze olarak toplanmıştır.

Elde edilen 380 katılımcı verisi gözden geçirilmiş, araştırmaya dahil edilme kriterlerine uygun olmayan (18 yaşından küçük) bir veri analizden çıkarılmıştır. Ardından Mahalanobis Uzaklığı hesaplanarak yapılan analiz sonrası uç değer olduğu tespit edilen iki veri daha analiz kapsamından çıkarılmıştır. Çalışmanın analizleri 377 veri üzerinden yapılmıştır. Analiz aşamasında öncelikle verilerin normal dağılım gösterip göstermediği basıklık ve çarpıklık analizi ile sınanmış ve ±1 aralığında olduğu

anlaşılarak (KTYBÖ için Skewness= .97 Kurtosis=.40, KSE için Skewness= .77 Kurtosis=.12) toplanan verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir (Hair ve ark., 2013). Cinsiyete göre fark analizleri için bağımsız örneklem t testi, katılımcıların deneyimledikleri küçük travma yaşantılarının güncel psikolojik belirtilerini yordama düzeyini belirlemek için basit (doğrusal) regresyon analizi yapılmıştır. Analizler için SPSS 26.0 programından yararlanılmış ve analizlerde hata payı .05 olarak alınmıştır.

Bulgular

Küçük travma yaşantılarının psikolojik belirtileri yordama gücünün incelendiği bu araştırmada değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistik bulgularına, değişkenlerin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin bağımsız örneklem t testi bulgularına ve değişkenler arası basit regresyon analizi bulgularına yer verilmiştir. Çalışmada incelenen değişkenlere ait ortalama, standart sapma, çarpıklık ve basıklık değerleri, güvenirlik katsayıları Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistik Bulguları

	Ortalama	Standart sapma	Skewness	Kurtosis	Cronbach Alpha
KTYBÖ	84.77	29.70	.97	.40	.96
KSE	109.65	40.19	.77	.12	.97

KTYBO: Küçük "t" Travma Yaşantıları Belirleme Ölçeği, KSE: Kısa Semptom Envanteri

Katılımcıların cinsiyetlerine göre her bir değişken için ortalama puan farklılıklarının analizi, Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Cinsiyete Göre Küçük Travma Yaşantıları Ve Psikolojik Belirti Puanları t Testi Sonuçları

Değişken	Gruplar	N	Ort	SS	Sh	t	Sd	p
KTYBÖ	Kadın	284	86.60	29.50	1.75	2.10	375	.03*
	Erkek	93	79.19	29.79	3.09			
KSE	Kadın	284	113.29	39.58	2.35	3.11	375	.00*
	Erkek	93	98.53	40.22	4.17			

KTYBO: Küçük "t" Travma Yaşantıları Belirleme Ölçeği, KSE: Kısa Semptom Envanteri

Tablo 4'te Küçük "t" Travma Yaşantıları Belirleme Ölçeğinden alınan puan ortalamaları cinsiyete göre incelendiğinde; kadınların lehine istatiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Bu sonuç bize kadın katılımcıların erkek katılımcılardan daha fazla küçük travmaya maruz kaldıklarını göstermektedir. Benzer şekilde Kısa Semptom Envanterinden alınan puan ortalamaları cinsiyete göre incelendiğinde yine kadınların lehine bu iki ortalama arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. Bir başka ifadeyle kadın katılımcıların erkek katılımcılardan daha fazla psikolojik belirti yaşadıkları bulgulanmıştır.

Tablo 5. Değişkenler Arası Basit (Doğrusal) Regresyon Analizi Sonuçları

KSE	B	Std. Hata	Beta	t	Sig.
Sabit	39.66	4.97		7.97	.00
KTYBÖ	0.82	0.05	0.61	14.91	.00

N=377, R= .61, R2= .37, F=222.52, p<0.05

Küçük travma yaşantılarının psikolojik belirtileri ne şekilde yordadığını tespit etmek amacıyla yapılan basit (doğrusal) regresyon analizi sonucu Tablo 5'te gösterilmiştir. Elde edilen bulgular, küçük travma yaşantıları ile Kısa Semptom Envanteri puanları arasında istatistiksel olarak orta düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır ($R = .61$, $R^2 = .37$). Bu ilişkinin varlığı, yordayıcı değişkenin regresyon katsayısı ($B = .61$) ve ilgili anlamlılık testinin sonuçları ($F = 222.52$, $p < .05$) ile güçlendirilmiştir, bu da küçük travma yaşantılarının psikolojik semptomlar üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Beta değerinin pozitif olması, küçük travma yaşantıları ile psikolojik

semptomlar arasındaki ilişkinin doğasının pozitif yönde olduğunu; yani küçük travma yaşantılarının artışının, bireylerin yaşadıkları psikolojik semptomların şiddetinde bir artışa sebep olduğunu ifade etmektedir. Sonuç olarak, küçük travma yaşantıları, psikolojik belirtilerin toplam varyansın yaklaşık %37'sini açıklamaktadır.

Tartışma

Bu araştırmada öncelikle küçük travma yaşantıları ile psikolojik belirtiler arasındaki ilişki detaylı bir şekilde incelenmiştir. Aynı zamanda, küçük travma yaşantıları ve psikolojik belirtilerin cinsiyet değişkenine göre farklılık gösterip göstermediği analiz edilmiştir.

Araştırmada gerçekleştirilen regresyon analizi, küçük travma yaşantılarının psikolojik belirtileri anlamlı düzeyde yordadığını ortaya koymuştur. Ek olarak, cinsiyet değişkenine göre yapılan farklılık analizlerinde, hem küçük travma yaşantılarında hem de psikolojik belirtilerde kadın katılımcıların puan ortalamalarının erkeklerden istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Elde edilen bulgular, küçük travma yaşantılarının psikolojik belirtilerin anlamlı bir yordayıcısı olduğunu göstermektedir. Analiz sonuçlara göre bireylerin deneyimledikleri küçük travma yaşantıları arttıkça güncel psikolojik belirtileri de artmaktadır. Literatürü incelendiğinde bu bulguyu destekleyen araştırma sonuçlarına rastlanmaktadır. Bilim'in (2012) yetişkin bireylerin çocukluk çağı örselenme yaşantılarıyla psikolojik sağlıkları, duygu düzenleme becerileri ve kişilerarası tarzları arasındaki ilişkinin incelenmesini amaçladığı çalışmasında bireylerin çocukluk çağı örselenme yaşantıları ile Kısa Semptom Envanterinden aldıkları puanlar arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Eker'in (2016) travmatik yaşantıların psikolojik sağlığa etkisini incelediği çalışmasında ise travmatik yaşantıların psikolojik belirtileri yordadığı tespit edilmiştir. Psikolojik danışmanlar ile gerçekleştirilen bir çalışmada çocukluk çağı travmalarının psikolojik belirtileri yordadığı bulgulanmıştır (Savi Çakar vd., 2018). Sarıçamlık'ın 2020 yılında yetişkin bireylerle gerçekleştirmiş olduğu çalışmasında çocukluk çağı travmaları yüksek olan bireylerin Kısa Semptom Envanterinin depresyon ve somatizasyon alt boyutlarından aldığı puanların da yüksek olduğu tespit edilmiştir. Güreşen'in (2022) çocukluk çağı travmalarının yetişkinlikteki psikolojik belirtilerle ilişkisini psikolojik ağ analizi yöntemiyle incelediği çalışmasında çocukluk çağı travmasıyla yetişkinlikteki psikopatoloji arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Özatmaca'nın (2023) yetişkin bireylerde çocukluk çağı travmasının duygu düzenleme, psikopatoloji ile ilişkisini incelediği çalışmasında çocukluk çağı travmaları arttıkça psikolojik belirtilerin de arttığı bulgulanmıştır. Duran (2023) tarafından üniversite öğrencilerinin çocukluk çağı travmaları ile ilişkilerle ilgili bilişsel çarpıtmaları arasındaki ilişkinin incelendiği araştırma bulgularına göre üniversite öğrencilerinin küçük travma yaşantıları ile sahip oldukları bilişsel çarpıtmalar arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bilişsel çarpıtmaların depresyon, anksiyete, obsesif kompulsif bozukluk gibi patolojilerle pozitif yönde ilişki olasılığının yüksek olduğu (Ardanıç, 2017) düşünüldüğünde bu sonuç, bu araştırma bulgularını destekler niteliktedir.

Süreklilik arz ettiğinde küçük travma yaşantılarına benzer şekilde bireyi sıkıntıya sokan ve travmatik etkilere sebep olan gündelik sıkıntılar üzerine yapılan araştırmalara bakıldığında da bu araştırma sonucunu destekleyen birtakım bulgulara rastlanmıştır (McCullough, 2002; Yıldırım, 2004a). Üniversite öğrencilerindeki tükenmişliği inceleyen bir araştırmada gündelik sıkıntıların duygusal tükenme üzerine doğrudan bir etkisi olduğu, gündelik sıkıntıların öğrencilerin yaşadığı zorlukların önemli bir sebebi olduğu tespit edilmiştir (Shankland vd., 2018). Lise öğrencileriyle yapılan başka bir çalışmada ise öğrencilerin gündelik sıkıntılarının depresyonu yordadığı sonucuna ulaşılmıştır (Yıldırım, 2004b). Hastane hemşireleri ile yapılan bir araştırmada hemşirelerin gündelik sıkıntılarının kronik stresleriyle ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Louch vd., 2017). Klusmann vd. tarafından 2020 yılında yapılan bir araştırma bulgusuna göre de bireylerin iş yerlerinde yaşadıkları gündelik sıkıntıların duygusal tükenmişlikleriyle ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. COVID-19 salgını karantina döneminde yapılan bir araştırma, çocukları ilkokul ve anaokulunda olan ebeveynlerin, okullarının kapanması sırasında daha fazla gündelik ebeveynlik sıkıntısı yaşadığını ve diğer bireylere göre daha yüksek depresyon, anksiyete ve stres belirtileri yaşadığını göstermiştir (Li vd., 2022). Birlikte yaşayan yaşlı çiftlerle yapılan bir araştırmada gündelik stresin hem erkekler hem de kadınlar için evlilik işlevselliğini ve psikolojik sıkıntıları etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Villeneuve vd., 2014). Çocuk mültecilerin kültüre özgü gündelik sıkıntılarını inceleyen bir başka çalışmada ise bu sıkıntıların depresyona katkıda bulunduğu ve mülteci çocukların ruh sağlığı için mevcut yaşam koşullarındaki sıkıntıların önceki travmatik

yaşam olaylarının ötesine geçebildiği sonucuna ulaşılmıştır (Keles vd., 2015). Parkinson hastalığı olan yakınlarına bakım verenlerle yapılan araştırma bulgularında ise bakım verenlerin yaşadığı psikolojik stresin daha yüksek anksiyete düzeyine sahip olmalarına ve genel psikolojik semptomlarının daha yüksek olmasına etki ettiği sonucuna varılmıştır (Özdilek vd., 2022). Tüm bunlar ışığında, küçük travma deneyimlerine benzer bir hâle gelen günlük yaşam sıkıntılarının ve küçük travma yaşantılarının bireylerin psikolojik sağlığı üzerinde belirgin etkiler yarattığı, ayrıca, bireylere yönelik psikolojik müdahalelerin geliştirilmesi ve destek sistemlerinin tasarlanması süreçlerinde dikkate alınması gereken önemli bir veri sunduğu söylenebilir.

Bir diğer araştırma sorusunu yanıtlamak amacıyla, küçük travma yaşantıları ve psikolojik belirtiler ile cinsiyet değişkeni arasındaki ilişki incelenmiştir. Küçük travma yaşantıları ile cinsiyet değişkeni arasındaki ilişkiye dair elde edilen bulgulara göre kadınların küçük travma yaşantılarının erkeklere göre daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, Yılmaz Dinç (2021) tarafından gerçekleştirilen ve EMDR odaklı çevrim içi grup psikolojik danışmanlığının küçük travmalar üzerindeki etkisini araştıran çalışmanın bulgularıyla paralellik göstermektedir. Yılmaz Dinç'in (2021) bulgularında, özellikle aile ilişkileri kaynaklı küçük travmaların kadınlar arasında daha yaygın olduğu belirlenmiştir. Bir başka örnek ise Çoban'ın (2021) romantik ilişkisi olan bireylerde küçük travmalar ile yakın ilişkiler arasındaki ilişkide küçük travma etkilerinin aracılık rolünü incelediği çalışmasında; küçük travmalardan etkilenme düzeyinin kadınların ($\bar{x}$ =2.06) ortalamalarının erkelere ($\bar{x}$ =1.86) göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Mert'in (2024) yetişkin bireylerde küçük travmalar ile psikolojik esneklik arasındaki ilişkide duygu düzenlemenin aracı rolünü incelediği çalışmasında ise küçük travma yaşantılarını belirleme ölçeğinden kadınların ($\bar{x}$=1.98) erkeklere ($\bar{x}$=1.91) göre daha yüksek puan aldıkları ancak bu farklılığın anlamlı düzeyde olmadığı (p= .243) tespit edilmiştir. Bununla birlikte, alanyazında yapılan bazı çalışmalarda çocukluk çağı travmalarında cinsiyete göre bir farklılaşma olmadığı da görülmüştür. (Çavuşoğlu, 2020; Doğruer vd., 2022; Sarıçamlık, 2020; Şahin Demirkapı, 2013). Bu bulgular, küçük travma yaşantılarının cinsiyet ile ilişkisinin daha derinlemesine incelenmesinin gerekli olduğu anlamına gelebilir.

Psikolojik belirtiler ile cinsiyet değişkeni arasındaki ilişkiye dair elde edilen bulgular değerlendirildiğinde kadınların Kısa Semptom Envanterinden aldıkları puan ortalamaları erkeklere göre daha yüksek bulunmuştur. Bu sonuç, literatürde de sık rastlanan bir sonuç olup kadınların psikolojik belirtileri erkeklerden daha fazla yaşadıklarına işaret etmektedir (Bilgin vd., 2020; Bilim, 2012; Günay Molu vd., 2023; Özel vd., 2020; Özyanık ve Tarlacı, 2022). Örneğin; Lise öğrencilerinde sınav kaygısı, gündelik sıkıntılar ve sosyal desteğin depresyonu yordama düzeylerinin araştırıldığı bir çalışmada kız öğrencilerin depresyon puanlarının erkek öğrencilere göre daha yüksek olduğu görülmüştür (Yıldırım, 2004b). Benzer şekilde; Çavuş'un (2023) üniversite öğrencilerinin pandemi sürecinde travmatik stres ile psikolojik belirtilerini incelemeyi amaçladığı çalışması, kadınların ($\bar{x}$=78,02) psikolojik belirti puanlarının erkeklere göre ($\bar{x}$=63,13) daha yüksek olduğunu göstermektedir (p<.01). Bunun yanı sıra psikolojik belirtilerde cinsiyete göre anlamlı bir farklılık saptanmayan çalışmalarla da alanyazında karşılaşılmıştır (Duran, 2023; Gettioğlu, 2023; Yüksel, 2015). Bu sonuçlar, psikolojik belirtiler ile cinsiyet arasındaki ilişkinin daha kapsamlı bir şekilde incelenmesi ve bu ilişkiyi şekillendiren faktörlerin detaylı olarak analiz edilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Nihayetinde bu çalışmada küçük travma yaşantılarının güncel psikolojik belirtileri yordadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, deneyimlenen küçük travmaların, bireylerin mevcut veya gelecekteki psikolojik sorunları üzerinde öngörülebilir bir etkisi olduğu anlamına gelmektedir. Araştırma bulguları, küçük travma yaşantılarının psikolojik belirtileri yordamasının yanı sıra kadınların bu tür yaşantılara daha fazla maruz kaldığını da göstermektedir. Ayrıca, kadınların genel olarak daha yüksek düzeyde psikolojik belirtiler sergilediği de tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, küçük travma yaşantılarının psikolojik belirtiler üzerindeki etkisini ortaya koymakta ve bu etkinin cinsiyet değişkenine göre farklılık gösterebileceğini işaret etmektedir. Bu araştırma sonuçlarının, bireyler üzerinde travmatik etkileri olabilen ancak TSSB kriterleri içerisinde kategorize edilemeyen yaşantıların yani küçük 't' travmaların, bireylerin psikolojik sağlığı üzerindeki etkisini anlamaya yönelik önemli bir katkı sunduğu düşünülmektedir. Bu durum, küçük 't' travmaların, büyük 'T' travmalardan bağımsız olarak değerlendirilmesi ve bireyin psikolojik sağlığına ilişkin süreçlerde daha fazla dikkate alınması gerektiğini göstermektedir.

Araştırma sonuçları bağlamında, psikolojik danışma ve müdahale programları oluşturulurken küçük travma yaşantılarının etkilerini azaltmaya yönelik çalışmaların sürece dahil edilmesi ve psikolojik belirtilerin tedavisine yönelik oluşturulan psikolojik danışma ve müdahale programlarının geliştirilmesinin; tüm bu süreçlerde cinsiyet temelli farklılıkların göz önünde bulundurulmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda, psikolojik danışmanlık ve müdahale programlarında, bireylerin cinsiyete özgü ihtiyaçlarını dikkate alan daha kişiselleştirilmiş yaklaşımlar benimsenebilir. Bu programlar, kadınların ve erkeklerin travma sonrası süreçlerini daha etkili bir şekilde yönetmeye ve desteklemeye odaklanarak daha kapsamlı bir psikolojik sağlık hizmeti sunulmasına katkı sağlayabilir. Özellikle küçük travma yaşantılarının erken evrede tanımlanmasına yönelik tanı araçlarının ve yöntemlerinin geliştirilmesi, bu yaşantıların psikolojik etkilerini daha iyi anlamak ve erken müdahalelerde bulunmak için temel oluşturabilir. Ayrıca, küçük travmaların uzun vadeli psikolojik etkileri konusunda toplumu bilinçlendirmeye yönelik planlar yapılması bireylerin destek sistemlerine erişimlerini kolaylaştırması bakımından faydalı olabilir.

Gelecek çalışmalar, katılımcı örneklem çeşitliliği artırılarak, farklı kişisel ve sosyo-demografik değişkenlere sahip bireyleri kapsayacak şekilde genişletilebilir. Çalışma grubunun çoğunlukla kadınlardan oluşması bu araştırmanın bir kısıtlılığıdır. Bu durum, elde edilen bulguların genellenebilirliğini sınırlayabilir. Gelecekte, daha geniş ve farklı bir örneklemle çalışmak, küçük travma yaşantılarının ve cinsiyet farklılıklarının daha kapsamlı bir şekilde incelenmesine olanak tanıyabilir. Ayrıca, bu çalışmanın verilerinin sadece nicel yöntemlerle toplandığı göz önüne alındığında, gelecekte deneysel ve hem nicel hem nitel araştırma yöntemlerinin birlikte kullanıldığı çalışmalar yapılması önerilmektedir. Bu çerçevede, küçük travma yaşantılarının bireylerin psikolojik sağlığı üzerindeki etkilerini anlamaya yönelik gerçekleştirilen çalışmaların, küçük travma yaşantılarını, etkilerini ve bu etkilerin nasıl azaltılabileceğini daha detaylı bir şekilde anlaşılmasına yardımcı olarak hem akademik literatüre hem de uygulamalı psikoloji alanına değerli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

ALTINSOY, F. (2020). *Travmatik deneyimi olan bireyler için bir travma sonrası büyüme modeli* (Tez No. 641930) [Doktora Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

ALVER, B., DİLEKMEN, M. ve ADA, Ş. (2010). Üniversite öğrencilerinin bazı öznel algılamalarına göre psikolojik belirtileri. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal, 4*(33), 13-23. https://doi.org/10.17066/pdrd.05533

APA (2013) *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, 5th ed*. Washington, DC, American Psychiatric Association.

ARDANIÇ, P. (2017). *Bilişsel Çarpıtmalar* Ölçeği›nin Türkçeye uyarlanması geçerlik ve güvenirlik çalışması. (Tez No. 460686) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

ATAOĞLU, B.B., ATAOĞLU, A. ve ANKARALI, H. (2019). Travmatik yaşantıların benlik saygısı üzerine etkisi. *Düzce Medical Journal, 21*(3), 186-191. https://doi.org/10.18678/dtfd.536936

AYKUT, S. ve SONER AYKUT, S. (2020). Kovid-19 pandemisi ve travma sonrası stres bozukluğu temelinde sosyal hizmetin önemi. *Toplumsal Politika Dergisi, 1*(1), 56-66. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1246367

BARBASH, E. (2017). *Different types of trauma: Small 't' versus large 'T'*. https://www.psychologytoday.com/us/blog/trauma-and-hope/201703/different-types-trauma-small-t-versus-large-t Erişim tarihi: 15.12.2023.

BİLGİN, O., İNCE, M. ve ÇOLAKOĞLU, Ö. M. (2020). Üniversite öğrencilerinin psikolojik belirtilerinin incelenmesi. *Karaelmas Eğitim Bilimleri Dergisi, 8*(1), 27-41. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2160934

BİLİM, G. (2012). Çocukluk çağı örselenme yaşantıları: Duygu düzenleme, kişilerarası tarz ve genel psikolojik sağlık açısından bir inceleme (Tez No. 312573) [Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

BOLU, A., ERDEM, M. ve ÖZNUR, T. (2014). Travma sonrası stres bozukluğu. *Anatolian Journal of Clinical Investigation, 8*(2), 98-104. https:\www.researchgate.net\profile\Abdullah-Bolu2\publication\287273964

BOZKURT, M. (2023). *Psikolojik travma açısından görgü tanıklığı: Travma mağduru bireylerin ifadelerinin yönlendirilebilirlik* açısından incelenmesi (Tez No.799231) [Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa]. Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

CAN, A. (2022). *SPSS ile nicel veri analizi*. Pegem Akademi Yayıncılık.

CHAVEZ, H. (2024). *13 Signs of A Toxic Parent That Many People Don't Realize. Lifehack.* https://www.lifehack.org/350678/13-signs-toxic-parent-that-many-people-dont-realize Erişim tarihi: 14.02.2024

COREY, G. (2015). *Psikolojik Danışma Kuram ve Uygulamaları* (T. Ergene, Çev.). Mentis Yayıncılık.

CRESWELL, J. W. (2020). *Eğitim araştırmaları: Nicel ve nitel araştırmanın planlanması, yürütülmesi ve değerlendirilmesi* (H. Ekşi, Çev. Ed.). Edam Yayınları.

CSIKSZENTMIHALYI, M. (1990). The Domain Of Creativity. M.A. Runco ve S. Alberts (Eds) *Theories Of Creativity* (ss.190-212). Sage.

CVETEK, R. (2008). EMDR Treatment of Distressful Experiences That Fail to Meet the Criteria for PTSD. *Journal of EMDR Practice and Research, 2(*1), 2–14. https://doi.org/10.1891/1933-3196.2.1.2

ÇAMAŞ, G. ve ANAYURT, A. (2022). Travma mağdurlarına yönelik grup müdahaleleri. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 14*(2), 143-151. https://doi.org/10.18863/pgy.939012

ÇAVUŞ, N. (2023). *COVİD-19 pandemi sürecinde üniversite öğrencilerinin travmatik stres ve ruhsal belirtilerinin incelenmesi* (Tez No. 788040) [Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

ÇAVUŞOĞLU, F. (2020). Cinsiyet gruplarına göre çocukluk çağı travma düzeylerinin incelenmesi. *Journal of International Social Research, 13*(73), 575- 581. https://www.sosyalarastirmalar.com/articles/examination-of-childhood-trauma-levels-by-gender-groups.pdf

ÇOBAN, Y. (2021). *Romantik ilişkisi olan bireylerin çocukluk çağı küçük travmaları ile yakın ilişkileri arasındaki ilişkide çocukluk çağı küçük travma etkilerinin aracı rolü.* (Tez No. 718162) [Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

DEROGATIS, L. R. (1992). *Brief Symptom Inventory (BSI)* [Database record]. APA PsycTests.

DOĞRUER, N., GÖKKAYA, F., VOLKAN, E. ve GÜLEÇ, M. (2022). Psikolojik dayanıklılığın yordayıcıları: çocukluk çağı travma yaşantıları ve affetme. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 14*, 242-250. https://doi.org/10.18863/pgy.1160408

DURAN, Y. (2023). Üniversite öğrencilerinin çocukluk çağı travmaları ile ilişkilerle ilgili bilişsel çarpıtmaları arasındaki ilişkinin incelenmesi. (Tez No. 833463) [Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

EKER, İ. (2016). *Travmatik yaşantıların psikolojik sağlığa etkisi: travmanın türü, zaman yönelimi, dünyaya ilişkin varsayımlar ve ruminasyonlar* açısından bir inceleme (Tez No. 428609) [Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

FIRAT, S. ve BASKAK, B. (2012). Gelişimsel travmanın uzun dönem etkileri ve bunlara aracılık eden nörobiyolojik mekanizmalar. *Kriz Dergisi, 20*(1), 25-42. https://doi.org/10.1501/Kriz_0000000331

FORGASH, C., & KNIPE, J. (2007). Integrating EMDR and ego state treatment for clients with trauma disorders. In C. Forgash & M. Copeley (Ed.), *Healing The Heart Of Trauma And Dissociation With EMDR And Ego State Therapy* (pp. 1-59). https://doi.org/10.1891/1933-3196.6.3.120

GETTİOĞLU, G. (2023). *Evlilikte çatışma çözüm stilleri benzerlik ve farklılıklarının bireyin psikolojik sağlığı üzerine etkisi* (Tez No. 834490) [Yüksek Lisans Tezi, Antalya Bilim Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

GROGAN, K., MACGARRY, D., BRAMHAM, J., SCRIVEN, M., MAHER, C., & FİTZGERALD, A. (2020). Family-related non-abuse adverse life experiences occurring for adults diagnosed with eating disorders: a systematic review. *Journal of Eating Disorders, 8(*36), 2-20. https://doi.org/10.1186/s40337-020-00311-6

GÜNAY MOLU, N., CEYLAN, B. ve YENER ÖZCAN, F. (2023). 18-65 Yaş arası bireylerde psikolojik belirtiler ve yordayıcı faktörler. *Sağlık Bilimleri Dergisi, 32*(1), 43-50. https://doi.org/10.34108/eujhs.1053124

GÜREŞEN, Ü. (2022). Çocukluk çağı travmatik yaşantılarının yetişkinlikteki psikopatolojik belirtilerle ilişkisi: Ağ analitik bir inceleme (Tez No. 725629) [Doktora Tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

HAİR, J. F., Black, W. C., BABİN, B. J., ANDERSON, R. E., & TATHAM, R. L. (2013). Multivariate Data Analysis. Pearson Education Limited.

HAWES, D. J., LECHOWICZ, M., ROACH, A., FISHER, C., DOYLE, F. L., NOBLE, S., & DADDS, M. R. (2021). Capturing the developmental timing of adverse life experiences scale. *American Psychologist, 76*(2), 253-267. https://doi.org/10.1037/amp0000760

HENSLEY, B. (2015). *An EMDR terapy primer, second edition: from practicum to practice.* NewYork: Springer Publishing Company.

HOLM, J. E., & HOLROYD, K. A. (1992). The daily hassles scale (revised): Does it measure stress or symptoms? *Behavioral Assessment, 14*, 465-82. https://psycnet.apa.org/record/1993-24122-001

JUNÇA-SILVA, A., CAETANO, A., & LOPES, M. (2020). A working day in the life of employees: development and validation of the scale for daily hassles and uplifts at work. Testing, Psychometrics, *Methodology in Applied Psychology, 27*, 221-250, https://doi.org/10.4473/TPM27.2.5

KAHİL, A. ve PALABIYIKOĞLU, N. R. (2018). İkincil travmatik stres. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 10*(1), 59-70. https://doi.org/10.18863/pgy.336495

KALI SOYER, M., ŞENOL, A. VE ÇALIK TÜMERDEM, B. (2021). Bir grup yetişkinde çocukluk dönemi örselenme yaşantılarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Humanistic Perspective, 3*(2), 324-343. https://doi.org/10.47793/hp.931931

KARATAY, G. (2020). Tarihsel/Toplumsal Travmalar ve Kuşaklararası Aktarımı Biçimleri Üzerine. *Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi, 29*(5), 373-379. https://doi.org/10.17942/sted.767797

KELES, S., FRİBORG, O., IDSØE, T., SİRİN, S., & OPPEDAL, B. (2016). Depression among unaccompanied minor refugees: the relative contribution of general and acculturation-specific daily hassles. *Ethnicity & Health*, *21*(3), 300-317. https://doi.org/10.1080/13557858.2015.1065310

KERİMOVA, M. (2020). *Lise öğrencilerinde görülen psikolojik belirtilerin bazı değişkenlere göre incelenmesi* (Tez No. 97372) [Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

KILIÇ, S. (2013). Örnekleme Yöntemleri. *Journal of Mood Disorders, 3*(1), 44-46. https://doi.org/10.5455/jmood.20130325011730

KLUSMANN, U., ALDRUP, K., SCHMIDT, J., & LÜDTKE, O. (2021). Is emotional exhaustion only the result of work experiences? A diary study on daily hassles and uplifts in different life domains. *Anxiety, Stress & Coping, 34* (2), 173-190. https://doi.org/10.1080/10615806.2020.1845430

KOCAMANOĞLU, F. M. (2021). *Geç ergenlik döneminde flört şiddeti ile çocukluk çağı ruhsal travmaları ve ruhsal belirtiler arasındaki ilişki* (Tez No. 669835) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

LEVINE, P. A., & FREDERICK, A. (2020). *Kaplanı uyandırmak travmayı iyileştirmek.* İstanbul: Butik Yayıncılık.

Lİ, S., XU, Q., XIE, J., WANG, L., LI, H., MA, L., & XIA, R. (2022). Associations of parenting daily hassles with parents' mental health during the COVID-19 school closure. *Social Science & Medicine, 311*, 115-301. https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2022.115301

LOUCH, G., O'HARA, J., GARDNER, P., & O'CONNOR, D. B. (2017). A daily diary approach to the examination of chronic stress, daily hassles and safety perceptions in hospital nursing. *International Journal of Behavioral Medicine, 24*(6), 946–956. https://doi.org/10.1007/s12529-017-9655-2

MCCULLOUGH, L. (2002). Exploring change mechanisms in EMDR applied to "small-t trauma" in short-term dynamic psychotherapy: Research questions and speculations. *Journal of Clinical Psychology, 58*(12), 1531–1544. https://doi.org/10.1002/jclp.10103

OPEL, N. REDLİCH, R., DOHM, K., ZAREMBA, D., GOLTERMANN, J., & REPPLE, J. (2019). Mediation of the influence of childhood maltreatment on depression relapse by cortical structure: a 2-year longitudinal observational study. *The Lancet, 6(4), 318-326*. doi:10.1016/S2215-0366(19)30044-6

ÖZATMACA, K. (2023). Çocukluk Çağı Travmasının Duygu Düzenleme, Psikopatoloji İle İlişkisinin İncelenmesi. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum, 12(*34), 105-121. https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3248501

ÖZDİLEK, B., BOZKURT, S., & GÜNAL, D. (2022). Psychological distress among caregivers of patients with parkinson's disease assessed with scl-90-r self-reported questionnaire. *Turk J Neurol, 28*, 182-187. https://doi.org/10.4274/tnd.2022.27813

ÖZEL, Y., TÜRKLEŞ, S., VE ERDOĞAN, S. (2020). Üniversite öğrencilerinde ruhsal durumun incelenmesi. *Journal of Academic Research in Nursing, 6*(2), 220-8. https://doi.org/10.5222/jaren.2020.41033

ÖZÖREN, A. (2023). *Yetişkinlerde çevrimiçi alışveriş bağımlılığı ile psikolojik belirtiler arasındaki ilişkinin incelenmesi.* (Tez No. 792954) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

ÖZTÜRK, M. O. (1995). *Ruh sağlığı ve bozuklukları*. Hekimler Yayın Birliği.

ÖZYANIK T. VE TARLACI, S. (2023). Toplumsal travma döneminde travma sonrası gelişim ve temel inançlardaki sarsılmalar. *Gelişim ve Psikoloji Dergisi, 3(*6), 121-142. https://doi.org/10.51503/gpd.1041345

PATEL, K. L. (2012). *Is chronic pain a small-t trauma? A systematic review of the use of EMDR in the treatment of chronic pain* [Master's thesis, University of Chester]. University of Chester Digital Repository.

PİLKİNGTON, P.D., BİSHOP, A. VE YOUNAN, R. (2020). Adverse childhood experiences and early maladaptive schemas in adulthood: A systematic review and meta-analysis. *Clinical Psychology and Psychotherapy. 28*, 569–584. https://doi.org/10.1002/cpp.2533

SARIÇAMLIK, E. (2020). Çocukluk çağı travması ile psikolojik belirtiler arasındaki ilişkide bilişsel duygu düzenleme stratejilerinin aracı rolü (Tez No. 669992) [Yüksek Lisans Tezi, Işık Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

SAVİ ÇAKAR, F., İKİZ, F. E. VE ASICI, E. (2018). Çocukluk çağı travmaları ve umutsuzluğun psikolojik belirtileri yordama düzeyi. *Inesjournal Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi, 5*(14), 85-100. https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/563477

SEVİNÇ YALÇIN, Ç. P. VE ÖZTÜRK, E. (2018). Travma sonrası zamanın donması ve travmanın nesiller arası aktarımı. *Bartın Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 3*(3), 21-28. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/612212

SHANKLAND, R., KOTSOU, I., VALLET, F., BOUTEYRE, E., DANTZER, C., & LEYS, C. (2018). Burnout in university students: the mediating role of sense of coherence on the relationship between daily hassles and burnout. *Higher Education, 78*, 91-113. https://doi.org/10.1007/s10734-018-0332-4

SHAPİRO, F. (2001). *Eye movement desensitization and reprocessing (EMDR): Basic principles, protocols and procedures*. Guilford Press.

SHAPİRO, F. (2014). The role of eye movement desensitization and reprocessing (EMDR) therapy in medicine: addressing the psychological and physical symptoms stemming from adverse life experiences. *The Permanente Journal, 18*(1), 71-77. https://doi.org/10.7812/TPP/13-09

SİMONTON, D.K. (2002). Creavity. In M.A. Runco & S. Alberts (Eds.), *Handbook Of Positive Psychology (*pp.208-220). Oxford University press.

ŞAHİN DEMİRKAPI, E. Ş. (2013). Çocukluk çağı travmalarının duygu düzenleme ve kimlik gelişimine etkisi ve bunların psikopatolojiler ile ilişkisi (Tez No. 376906) [Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

ŞAHİN, N. H., VE DURAK, A. (1994). Kısa Semptom Envanteri (Brief Symptom Invetory-BSI): Türk Gençleri İçin Uyarlanması. *Türk Psikoloji Dergisi, 9*(31), 44–56. https://www.researchgate.net/publication/285023292_Kisa_Semptom_Envanteri_Turk_gencleri_icin_uyarlanmasi

ŞENOL, A. VE KALI SOYER, M. (2022). Sequentıal Medıator Role Of Emotıon Management Skılls And Negatıve Emotıons Between Posttraumatıc Cognıtıons And Somatızatıon. *Journal of Cognitive and Behavioral Psychotherapy Research, 11* (3), 198-207. http://dx.doi.org/10.5455/JCBPR.69959

UDAYAR, S., URBANAVICIUTE, I., MORSELLI, D., BOLLMANN, G., ROSSIER, J., & SPİNİ, D. (2023). The LIVES daily hassles scale and its relation to life satisfaction. *Assessment, 30*(2), 348-363. https://doi.org/10.1177/10731911211047894

URAL, A. ve KILIÇ, İ. (2006). Bilimsel araştırma süreci ve spss ile veri analizi SPSS 12.0 for Windows. Ankara: Detay Yayıncılık.

VILLENEUVE, L., DARGIS, L., TRUDEL, G., BOYER, R., PRÉVILLE, M., & BÉGIN, J. (2014). Daily hassles, marital functioning and psychological distress among community-dwelling older couples. *Revue Européenne de Psychologie Appliquée/European Review of Applied Psychology, 64*(5), 251–258. https://doi.org/10.1016/j.erap.2014.05.004

YAĞCI, S. (2022). *Kümülatif travma, travma sonrası stres bozukluğu psikiyatrik semptomlar ve başa çıkma yolları arasındaki ilişkinin incelenmesi: Mardin ili örneği* (Tez No.725486) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gedik Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

YAVUZ, Ö. (2021). Çocukluk çağı travmalarının psikolojik belirtiler ile travma sonrası stres bozukluğu belirtileri arasındaki ilişkide psikolojik dayanıklılık ve özyeterliliğin aracı rolü (Tez No. 631402) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

YILDIRIM, İ. (2004a). Gündelik Sıkıntılar Ölçeği'nin geliştirilmesi. *Eurasian Journal of Educational Research, 4*(15), 122-131. https://ejer.com.tr/wp-content/uploads/2021/01/ejer_2004_issue_15.pdf

YILDIRIM, İ. (2004b). Depresyonun yordayıcısı olarak sınav kaygısı, gündelik sıkıntılar ve sosyal destek. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 27*, 241-250. http://efdergi.hacettepe.edu.tr/yonetim/icerik/makaleler/820-published.pdf

YILDIRIM, İ. (2006). Akademik başarının yordayıcısı olarak gündelik sıkıntılar ve sosyal destek. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 30*(30), 258-267. https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/87680

YILMAZ DİNÇ, S. (2021). *EMDR odaklı çevrimiçi grupla psikolojik danışmanın üniversite öğrencilerinde psikolojik ihtiyaç doyumu, psikolojik sağlamlık, psikolojik iyi oluş ve küçük "t" travma üzerindeki etkisi* (Tez No.685601) [Doktora Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

YILMAZ DİNÇ, S. VE SAPMAZ, F. (2023). Küçük 't' travma etkisini belirleme ölçeğinin geliştirilmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 57,* 225-251. https://doi.org/10.9779.pauefd.1032610

YÜKSEL, A. (2015). Hemşirelik öğrencilerinin ruhsal durumları ve etkileyen faktörlerin incelenmesi. Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, 4(2), 215-226. https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/220105

Summary

Trauma is defined as challenging life events where an individual's coping skills are inadequate, leading to the emergence of emotional symptoms. On the other hand, traumatic events are defined as life events that threaten an individual's physical or psychological integrity, resulting in emotional reactions such as fear, anxiety, and hyperarousal, experienced either by the individuals themselves or witnessed by them. Traumatic experiences create adverse effects on individuals in physiological, psychological, social, and economic aspects, and symptoms of Post-Traumatic Stress Disorder (PTSD) are observed in some cases. In contrast, traumas stemming from negative experiences and events that often go unnoticed, yet have multidimensional adverse effects on the individual and have their origins in childhood, are defined as developmental trauma. Developmental traumas are considered small traumas and stem from negative experiences and disturbing events that an individual, particularly during early childhood, is exposed to. The foundations of small traumas, laid during childhood, gradually manifest over time, affecting the individual and resulting in the alteration of their neurological system, leading to a constant state of trauma. Small trauma experiences begin in childhood and persist over time; however, individuals exposed to such traumas often do not experience symptoms like PTSD. Consequently, the effects of trauma are often covertly experienced by individuals who have undergone negative life experiences, leading to the possibility that these effects may be overlooked as traumatic symptoms and often go unnoticed. Experiencing negative life experiences during childhood is clinically associated with various psychopathologies such as low self-esteem, anxiety, panic disorder, various phobias, depression, post-traumatic symptoms, dissociative disorders, eating disorders, self-harm, and harm to others. In this regard, identifying the psychological symptoms experienced by adults who have undergone these life experiences defined as small traumas is important for drawing attention to the issue and preventing negative life experiences endured by children. In the literature review conducted, numerous studies on the effects of trauma experiences were found; however, it was observed that studies on the effects of small traumas were limited. Therefore, in this study, the aim was to determine the relationship between small trauma experiences and psychological symptoms. In pursuit of this objective, the following questions were addressed during the research process:

1. Do the small trauma experiences of the participants predict the psychological symptoms of the participants?

2. Do the participants' small trauma experiences and psychological symptoms differ statistically significantly according to gender?

This research was conducted as a quantitative study in the correlational survey model, examining the relationship between small trauma experiences and psychological symptoms. In this study, psychological symptoms, the variable predicting small trauma experiences, were determined as the dependent variable. The research sample was formed using non-probability sampling methods, specifically the criterion-based convenience sampling method supported by snowball sampling techniques to reach other eligible participants for the study. The research sample consisted of 380 participants; however, analyses were conducted on 377 participants, including 284 females (75%) and 93 males (25%) aged between 18 and 64. The participants' ages ranged from 18 to 64, with a mean age of 29 and a standard deviation of 9.64 In terms of educational level, 20 (5%) of the participants had below bachelor's degree, 108 (29%) were currently continuing their undergraduate education, 178 (47%) were undergraduate graduates and 71 (19%) had postgraduate education. In addition to the personal information form prepared by the researchers, the Small "t" Trauma Experiences Identification Scale and the Brief Symptom Inventory were used as data collection tools.

During the analysis phase, the normality of the data was assessed through tests of kurtosis and skewness, revealing that the collected data exhibited a normal distribution. Independent samples t-tests were employed for gender difference analyses. Additionally, simple linear regression analysis was conducted to ascertain the extent to which participants' experienced small trauma predicted current psychological symptoms. The findings of this study concluded that small trauma experiences predict current psychological symptoms. Furthermore, the results indicated that women are more exposed to such experiences and generally exhibit higher levels of psychological symptoms. These findings underscore the significance of the impact of small trauma experiences and the role of gender in this correlation on psychological symptoms. It is believed that this research represents a significant step towards understanding the effects of small traumatic experiences, which are often not categorized within PTSD symptoms, on psychological health and contributing to the development of appropriate support and interventions. The research results were discussed within the framework of existing literature, and recommendations were provided to researchers and practitioners based on the research findings.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);245-268
DOI: 10.17336/igusbd.1627924

ORIGINAL ARTICLE / ÖZGÜN ARAŞTIRMA

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Sosyal Medya Pazarlamasının Tüketicilerde Marka Beğenirliği ve Satın Alma Kararlarına Etkileri

The Effects of Social Media Marketing on Brand Likeability and Purchase Decisions of Consumers

[1]Barış GELAL
[2]İzzet GÜMÜŞ

Öz

Dijitalleşmenin hız kazanması ve sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla, işletmeler için tüketiciye doğrudan ulaşmanın etkili bir yolu haline gelen sosyal medya pazarlaması, tüketici davranışlarını şekillendirmekte önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle genç tüketicilerin sosyal medyada markalarla kurdukları etkileşimler, marka beğenirliği ve nihai satın alma kararlarını doğrudan etkilemektedir.

Amaç: Tüketicilerin sosyal medya aracılığıyla markalarla olan etkileşimlerinin onların markaya duydukları ilgiyi nasıl şekillendirdiğini ve bu durumun satın alma kararlarına nasıl yansıdığını incelemektir.

Yöntem: Sosyal medya pazarlamasının tüketicilerin marka beğenirliği ve satın alma davranışları arasındaki etkileşimin belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışma 594 tüketiciyle İstanbul/Avcılar ilçesinde gönüllülük temelinde kolayda örnekleme kullanılarak anket yöntemiyle uygulanmıştır.

Bulgular: Elde edilen verilerin analiziyle yapılan regresyon analizinde sosyal medya pazarlamasının tüketicilerin marka beğenilirliği üzerinde ($F=369,202$; $p<0,05$; $\beta=0,672$), satın alma davranışı üzerinde ise ($F=120,134$; $p<0,05$; $\beta=0,390$) etkisi saptanmıştır. Araştırmanın temel hipotezi, sosyal medya pazarlamasının, tüketicilerin marka beğenirliği ve satın alma kararları üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu yönündedir.

Sonuç: Araştırma bulguları, sosyal medya pazarlaması faaliyetlerinin tüketicilerin markaya karşı olumlu bir tutum geliştirmesinde ve satın alma niyetlerinin oluşmasında etkili olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler

Sosyal Medya, Pazarlama, Marka Beğenirliği, Türketiciler, Tüketici Davranışları

Bu makale, birinci yazarın Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ danışmanlığında İstanbul Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, İşletme Bilim Dalı'nda 2024 yılında kabul edilen "Sosyal Medya Pazarlamasının Tüketicilerde Marka Beğenirliği ve Satın Alma Kararlarına Etkileri" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

[1]Dr., İstanbul Gelişim Üniverstesi, İstanbul, Türkiye.
✉ bgelal@gelisim.edu.tr

[2]Prof. Dr., İstanbul Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul, Türkiye.
✉ igumus@gelisim.edu.tr

Geliş/Received: 27.01.2025
Kabul/Accepted: 27.02.2025

Barış Gelal, İzzet Gümüş, "The Effects of Social Media Marketing on Brand Likeability and Purchase Decisions of Consumers", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 245-268.

Abstract

With the acceleration of digitalisation and the spread of social media platforms, social media marketing, which has become an effective way for businesses to reach consumers directly, plays an important role in shaping consumer behaviour. Especially young consumers' interactions with brands on social media directly affect their brand liking and final purchasing decisions.

Aim: The aim of this study is to examine how consumers' interactions with brands through social media shape their interest in the brand and how this situation is reflected in their purchasing decisions.

Method: This study, which was conducted to determine the interaction between social media marketing and consumers' brand liking and purchasing behaviours, was conducted with 594 consumers in Istanbul/Avcılar district by using convenience sampling on the basis of volunteerism.

Results: The regression analysis performed by analysing the data obtained, social media marketing has an effect on consumers' brand likability ($F=369,202$; $p<0,05$; $\beta=0,672$) and on purchasing behaviour ($F=120,134$; $p<0,05$; $\beta=0,390$). The main hypothesis of the study is that social media marketing has a positive effect on consumers' brand liking and purchase decisions.

Conclusion: The findings of the research show that social media marketing activities are effective in developing a positive attitude of consumers towards the brand and in the formation of purchase intentions.

Keywords

Social Media, Marketing, Brand Liking, Consumers, Consumer Behavior

Giriş

Dijitalleşme çağında yaşanan hızlı teknolojik gelişmeler, işletmelerin pazarlama stratejilerinde önemli dönüşümlere yol açmıştır. Özellikle internetin yaygınlaşması ve akıllı cihazların kullanımının artmasıyla birlikte, geleneksel pazarlama yöntemlerinden farklı olarak, tüketiciye daha doğrudan ulaşmayı hedefleyen dijital pazarlama stratejileri ön plana çıkmıştır. Bu dönüşüm sürecinde, sosyal medya platformları markalar için etkili bir pazarlama aracı haline gelmiş, tüketicilere hitap etme biçimlerinde köklü değişiklikler meydana getirmiştir. Markaların tüketicilerle doğrudan iletişim kurabildiği, onlarla etkileşimde bulunabildiği ve marka kimliğini güçlendirebildiği sosyal medya ortamı, işletmelerin sadece ürün ve hizmetlerini tanıtmakla kalmayıp, aynı zamanda tüketicilerin marka beğenirliğini ve satın alma davranışlarını etkileme potansiyeline de sahiptir. Bu bağlamda sosyal medya pazarlaması, günümüz tüketici davranışlarını anlama ve yönlendirme noktasında önemli bir araştırma alanı olarak öne çıkmaktadır.

Sosyal medya pazarlamasının birçok avantajı vardır. Sosyal medya hem hedefe yönelik hem de kişiseldir, pazarlamacıların özel marka içeriği oluşturarak bireysel tüketiciler ve müşteri topluluklarıyla paylaşmasına olanak tanımaktadır (Açan, 2024).

Sosyal medya pazarlaması, işletmelerin sosyal medya platformlarını kullanarak marka bilinirliğini artırmaya, tüketici sadakatini güçlendirmeye ve satışları artırmaya yönelik gerçekleştirdiği pazarlama faaliyetlerini kapsamaktadır. Markalar için sosyal medya, tüketicilere doğrudan ulaşmanın yanı sıra, tüketicilerin markalarla etkileşimde bulunabileceği, marka hakkında görüşlerini paylaşabileceği ve marka bağlılığı oluşturabileceği bir mecra sunmaktadır. Facebook, Instagram, Twitter ve YouTube gibi geniş kullanıcı tabanına sahip sosyal medya platformları, markaların tüketicilerle çift yönlü bir iletişim kurmasını mümkün kılarak, tüketicilerin marka algısını etkilemede önemli bir rol oynamaktadır. Sosyal medya pazarlaması, tüketicilerin markaya olan ilgisini artırarak marka beğenirliği oluşturma sürecinde etkili bir araç haline gelmiş, aynı zamanda satın alma kararları üzerinde de doğrudan bir etki oluşturmuştur.

Tüketici davranışları, sosyal medya pazarlaması açısından büyük önem taşımaktadır. Sosyal medya, tüketicilere yalnızca markaların sunduğu ürün veya hizmetleri tanıtmakla kalmaz; aynı zamanda

tüketicilerin ihtiyaçlarını, beklentilerini ve tercihlerini analiz etme fırsatı sunar. Tüketiciler sosyal medya platformları aracılığıyla markalar hakkında bilgi toplamakta, kullanıcı yorumlarını incelemekte ve deneyimlerini diğer kullanıcılarla paylaşmaktadır. Sosyal medya, bu anlamda, tüketicilerin bilinçli ve bilgiye dayalı satın alma kararları vermelerine olanak tanıyan bir mecra haline gelmiştir. Sosyal medya pazarlaması, markaların tüketicilere yönelik içerikler sunarak, marka ile ilgili olumlu bir algı oluşturmalarına ve tüketici bağlılığını güçlendirmelerine yardımcı olmaktadır. Tüketicilerin sosyal medya platformları üzerindeki deneyimleri, marka beğenirliği ve satın alma davranışları üzerinde doğrudan bir etki yapmaktadır. Bu bağlamda sosyal medya pazarlaması, markaların tüketici davranışlarını şekillendirme ve satın alma sürecine etki etme kapasitesine sahip önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır.

Tüketici davranışları, sosyal medya pazarlaması alanında yapılan araştırmalar için önemli bir veri kaynağı sunmaktadır. Tüketicilerin sosyal medya platformlarında gerçekleştirdiği etkileşimler, markaların pazarlama stratejilerini geliştirmesine ve tüketici taleplerine yönelik daha etkin çözümler sunmasına olanak tanımaktadır. Sosyal medya pazarlaması, tüketicilerin markaya olan ilgisini artırarak, marka beğenirliği oluşturma sürecinde etkili bir rol oynamakta ve tüketici davranışlarını şekillendirmektedir. Tüketiciler, sosyal medya platformlarında edindikleri bilgiler doğrultusunda marka tercihlerinde bulunmakta ve bu tercihler, sosyal medya pazarlamasının etkinliğini göstermektedir. Bu bağlamda, sosyal medya pazarlaması, tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir.

Bu çalışmanın amacı, sosyal medya pazarlamasının tüketicilerin marka beğenirliği ve satın alma kararları üzerindeki etkisini incelemektir. Sosyal medya platformlarının yaygınlaşması ile tüketicilerin markalarla olan etkileşimlerinin artması, markaların pazarlama stratejilerinde yeni yaklaşımlar benimsemesine yol açmıştır. Bu araştırma, sosyal medya pazarlaması aracılığıyla tüketicilerin marka ile kurduğu bağları, marka beğenirliğini ve satın alma süreçlerini nasıl etkilediğini ele almayı hedeflemektedir.

Sosyal Medya Pazarlaması

Sosyal medya, internet ve teknolojinin gelişimiyle birlikte ortaya çıkan, kullanıcıların çevrimiçi olarak içeriklerini paylaşabildiği ve iletişim kurabildiği bir platformdur (Kaplan ve Haenlein, 2010).

Modern toplumda tüketim, küreselleşme süreçlerinin bir sonucu olarak yeni sosyal sınıfların ortaya çıkması ve teknolojik yeniliklerin yaratılması, nüfusun artmasına yol açan sosyal değişimlerle ilişkilidir. Günümüzde modern toplum tüketim yoluyla toplumsal önemini arttırmaya ve sosyal rolünü iyileştirmeye çalışıyor. Günümüzde sosyal medya her bir insanın hayatının bir parçası haline gelmiştir (Alili ve Kerim, 2024).

Sosyal medya, kişilerin, kurumların ve markaların, dünya çapında kitlelere ulaşarak, fikirlerini, ürünlerini, hizmetlerini ve deneyimlerini paylaşabildiği bir ortam olarak da tanımlanabilir. Sosyal medya, internet ortamında kullanıcıların, etkileşimde bulunabildiği yazılım araçlarıdır (Kaplan ve Haenlein, 2010).

Sosyal Medya Pazarlaması (SMP), ticaret tarihindeki güçlü gelişmelerden biridir. Son on yıldaki bu özel teknik devrim, geleneksel pazarlama yaklaşımlarında kökten bir devrim oluşturarak pazarlamacıları yeni bir döneme taşımıştır (Alili ve Kerim, 2024).

Sosyal medya uygulamaları, insanların birbirleriyle çevrimiçi olarak etkileşimde bulunmalarını sağlayan mobil uygulamalardır. Bu uygulamalar, fotoğraf ve video paylaşımı, mesajlaşma, anlık iletişim, hikâye paylaşımı, canlı yayın ve etkinlikler gibi çeşitli özellikler sunarlar. Sosyal medya uygulamaları, internet kullanıcılarının çevrimiçi ortamda birbirleriyle etkileşimde bulunmalarını ve bilgi paylaşmalarını sağlayan yazılım araçlarıdır(Kaplan ve Haenlein, 2010).

Sosyal medya uygulamalarının kullanımının, insanların duygu durumları ve ruh sağlığı üzerinde de etkileri olduğu yapılan araştırmalarla gösterilmiştir(Lin, Sidani, Shensa, Radovic, Miller, Colditz, vd, 2016). Ancak, aynı zamanda sosyal medyanın, insanlar üzerindeki olumsuz etkileri de tartışılmaktadır (Twenge ve Campbell, 2018).

Sosyal medya, son yıllarda büyük bir hızla gelişerek dünya genelinde milyarlarca insan tarafından kullanılan önemli bir iletişim ve iletişim aracı haline geldi. Bu platformlar, geleneksel iletişim

yöntemlerinden farklı bireyler ve kurumlar arasındaki mesafeleri ortadan kaldırma, bilgi alışverişine, hızlı iletişim ve iletişim olanakları tanımaktadır. Sosyal medya, yalnızca bireyler arasındaki iletişimi sağlamakla kalmıyor; aynı zamanda bilgi paylaşımı, eğlence, iş yapma etkinlikleri ve pazarlama alanlarında da etkili bir şekilde kullanılmaktadır.

Sosyal medya pazarlaması, şirketlerin veya markaların sosyal medya platformlarındaki kullanıcıları hedefleyerek, marka beğenirliği, etkileşim ve satışları artırmak için kullandığı bir pazarlama stratejisidir. Bu strateji, reklam kampanyaları ile sosyal medya, günümüzde markaların tüketicilerle doğrudan iletişim kurabilmesi ve pazarlama stratejilerini etkili bir şekilde kullanabilmesi için önemli bir araçtır (Hajli, 2014). Markaların sosyal medya platformlarını etkin bir şekilde kullanması, hedef kitleye ulaşmalarını, onların ilgi ve ihtiyaçlarını anlamalarını sağlar (Hajli, 2014).

Şirketlerin sosyal medya hesapları üzerinden yaptıkları paylaşımlar, hedef kitlelerine özgü içerikleri ve etkileşimli kampanyaları içerebilir. Şirketler, hedef kitlelerinin ilgi alanlarına yönelik içerikler paylaşarak takipçi sayılarını artırabilir, sosyal medya pazarlaması, farklı türlerde içerikler kullanarak tüketicilerin ilgisini çekmeyi hedeflemektedir. Bu içerikler arasında blog yazıları, videolar, resimler, infografikler, interaktif içerikler ve kullanıcı oluşturulan içerikler yer almaktadır (Chen ve Xie, 2008). Sosyal medya pazarlama stratejileri, markaların tüketicilerle doğrudan etkileşim kurmasını ve tüketicilerin markalar hakkındaki düşüncelerini ve hissettiklerini paylaşmasını sağlar (Hajli, 2014). Çeşitli kampanyalarla marka beğenirliğini artırabilir ve ürün/hizmetlerini tanıtabilirler.

Sosyal medya pazarlaması, doğru bir strateji ile uygulandığında, şirketlerin hedef kitlelerine daha etkili bir şekilde ulaşmasına ve marka beğenirliğini artırmasına yardımcı olabilir. Bu nedenle, birçok şirket ve marka, sosyal medya pazarlaması stratejilerini, diğer pazarlama yöntemleri ile birlikte kullanarak, daha geniş bir kitleye ulaşmayı hedeflerler. Sosyal medya pazarlaması her geçen gün kullanıcı sayısı artan sosyal ağların işletmeler için ne kadar önemli bir potansiyel olduğunu bir kez daha ortaya koymuş ve uzun süreli müşteri ilişkileri geliştirmede işletmelerin geliştirmesi gereken sosyal medya faaliyetlerinin neler olduğunu vurgulamıştır (Alan, Kabadayı, Uzunburun, 2018). İşletmeler, sosyal medya pazarlamayla ilgili geniş bir kavramsal çerçeve oluşturmaya odaklanmakta ve perakende sektöründe sosyal medya pazarlamasının avantajlarını, zorluklarını ve stratejilerini inceleyerek ilgili pazarlama kararlarını alırken işletme yöneticilerine ve pazarlama uzmanlarına yardımcı olmayı amaçladığını söylemektedir (Gedik, 2022).

Tüketiciler, sosyal medyadaki kullanıcılar veya firmalar tarafından oluşturulan içeriklerden satın alma kararları noktasında etkilenmektedir. Bu da, sosyal medyada bir ürün veya hizmetin ne kadar ve nasıl konuşulduğunun işletmeler için önemli hale geldiğini göstermektedir (İşlek, 2012).

Sosyal medyanın başarısı için anahtar faktör iletişimdir. Bu sebeple işletmeler, müşterilerin soru ve sorunlarını yanıtlamak için zaman ve çaba harcamalıdır. Sosyal medya, pazarlama faaliyetleri için düşük maliyetli bir yöntemdir ve işletmeler tarafından minimum maliyetle ürün ve hizmetleri pazarlamanın en önemli yollarından biri olarak tercih edildiğinin altını çizmiştir (Gedik, 2020).

Gelecekte, dijital teknolojilerin ve sosyal medyanın pazarlama stratejileri üzerindeki etkisinin daha da artacağı öngörülmektedir. Bu nedenle, işletmelerin yenilikleri takip ederek, stratejilerini bu gelişmelere uyumlu hale getirmeleri büyük bir önem taşıdığını ileri sürmüştür (Vodinali ve Aykaç,2024).

Marka ve Marka Beğenirliği

Marka çok kapsamlı bir kavramdır ve pazarlama literatüründe pek çok tanımı vardır. Amerika Pazarlama Derneği'nin tanımına göre marka; "ürünlerini satışa sunan kişilerin söz konusu bu ürünleri tanımlamak ve piyasadaki diğer emsallerinden ayırabilmek için kullandıkları isim, sembol, tasarım veya bunların çeşitli kombinasyonları"dır (Kırdar,2003). Markaların tarihi oldukça eskiye dayanmaktadır.

Tarihinin başlarında markanın, insanlar arasında sahipliği ifade etmek, herhangi bir şeyin sahibi olunduğunu veya üreticisi olunduğunu göstermek amacıyla kullanıldığı bilinmektedir. MÖ 5000 yıllarında mağara duvarlarında çizilmiş bizonların karınlarında yer alan semboller marka göstergesi olarak kabul edilebilmektedir. Benzer izlere çömlekçilik alanında da rastlanmıştır (Odabaşı ve Oyman, 2005). Endüstriyel üretim ile birlikte, benzer ürünlerin farklılaştırılması ve markalama ihtiyacı ortaya çıkmıştı. Bu dönemde markaların başarısı, ürünlerin kalitesi, fiyatı, reklam kampanyaları ve ürün/

hizmet sunumu gibi faktörlere bağlı olarak belirleniyordu. İlk markalar genellikle işaretler, semboller veya isimler şeklindeydi ve ürünlerin ambalajlarına veya ürüne işlenerek kullanılan marka, bir ürün, hizmet, kuruluş veya fikrin kimliğini temsil eden sembolik bir varlıktır (Kotler ve Keller, 2016). Bu sembolik varlık, tüketicilerin bir mal veya hizmeti diğerlerinden ayırt etmelerine, markanın değerini ve kalitesini tanımalarına ve sadakatlerini oluşturmalarına yardımcı olur (Aaker, 2014).

Marka değeri, bir markanın tüketiciler tarafından algılanan değeridir (Kapferer, 2012). Bir markanın değeri, ürünün kalitesi, fiyatı, benzersizliği ve müşteri deneyimi gibi faktörlerden etkilenir (Keller, 2013). Bu faktörler, bir markanın tüketiciler arasındaki popülerliğini, müşteri sadakatini ve marka itibarını etkiler. Marka yönetimi, bir markanın stratejik yönetimi ve markanın hedef kitleye etkili bir şekilde pazarlanmasıdır (Keller ve Lehmann 2006). Marka yönetimi, bir markanın pazarlama, reklam, satış, müşteri deneyimi ve diğer faktörlerle ilgili faaliyetlerinin stratejik bir şekilde yönetilmesini içerir. Marka yönetimi, bir markanın tüketiciler tarafından algılanan değerinin artırılmasına ve marka sadakati ve itibarının güçlendirilmesine yardımcı olur.

Marka beğenirliği, tüketicilerin bir markayı ne kadar beğendiği ya da takdir ettiği ile ilgilidir. Bir markanın yüksek beğenilirliği, tüketicilerin markanın ürün ve hizmetlerine güven duymasına, markanın değeri ile kalitesini takdir etmesine ve markanın imajını beğenmesine neden olabilir. Özellikle markanın sunduğu kalite, müşteri hizmetleri, fiyat, yenilik, sadakat programları ve markanın toplumsal sorumluluklarına olan bağlılık, tüketicilerin markaya bağlılığını etkileyen temel faktörlerdir (Yoo ve Donthu, 2001). Ayrıca, marka beğenirliği tüketicilerin diğer benzer ürünleri tercih etmelerini engelleyebilir ve böylece markanın pazar payını korumasına yardımcı olur. Bunun yanı sıra, tüketicilerin marka beğenirliğine etki eden diğer faktörler arasında duygusal bağ, kişilik özellikleri, sosyal imaj, marka imajı, müşteri deneyimi, marka tatmini ve marka sadakati yer almaktadır (Bowen ve Chen, 2001).

Marka beğenirliği tüketicilerin ürün ve hizmetlerin kalitesi, markanın imajı, marka algısı, markanın rekabet avantajları ve tüketicilerin deneyimleri gibi faktörlere dayanarak bir markaya olan bağlılıklarını belirler. Marka beğenirlığı, marka sadakati, marka tutkusu ve marka topluluğu bağlılığı gibi alt kavramları da içerir. Marka beğenirliği kavramı, tüketicilerin markaya yönelik davranışlarını ve tutumlarını ifade eder. Marka beğenirliği, tüketicilerin aynı markayı tekrar satın alması, markaya olumlu duygusal bağ geliştirmesi ve markayı başkalarına önermesi gibi davranışların içerir (Jacoby ve Kyner, 1973). Marka beğenirliği, tüketicilerin belirli bir markaya olan bağlılıklarının artması ile birlikte markanın pazar payını arttırabilir. Marka beğenirliği, müşterilerin bir markaya duydukları güven, bağlılık ve sadakat hissi olarak tanımlanabilir. Bu kavram, markalar için oldukça önemlidir çünkü bağlı müşteriler, markaya sürekli gelip tekrar alışveriş yapma eğilimindedirler ve ürünleri tercih ederek markanın büyümesine katkıda bulunurlar. Marka beğenirliği, tüketicilerin markayı tekrar satın almaları, markayı olumlu yönde tavsiye etmeleri, marka hakkında olumlu duygusal bağ geliştirmeleri gibi davranışları ifade eder (Jacoby ve Kyner, 1973). Marka beğenirliği, markaların rekabet avantajı elde etmesine yardımcı olabilir. Bağlı müşteriler, markanın sunduğu ürün ve hizmetlerdeki değişimlere karşı daha az duyarlı olur ve bu da markaların sürekli ve istikrarlı bir müşteri tabanı oluşturmalarına katkı sağlar (Oliver, 1997). Ayrıca, bağlı müşteriler, markalarını arkadaşlarına ve ailelerine önerme eğilimindedirler. Bu da markanın olumlu bir itibar kazanmasına ve yeni müşteriler çekmesine yardımcı olur.

Marka beğenirliği, müşterilerin tekrarlayan satın alma davranışlarına yol açtığından, bu durum daha yüksek satış hacmi anlamına gelir. Bağlı müşteriler, ürün ya da hizmetlerinizin satışlarını artırarak, firmanın büyümesine yardımcı olabilir. Yeni müşteriler çekmek yerine, mevcut müşterilerin sadakatini korumak ile daha fazla satış yapmak, genellikle daha ekonomik ve etkili bir yaklaşımdır. Ayrıca, ürün ya da hizmetin fiyatının rekabetçi olması da satış hacmini artırabilir (Bilgin, 2014). Marka imajı, bir markanın tüketiciler tarafından algılanan genel görünümüdür. Bu algı, markanın ürünleri veya hizmetleri, reklamları, ambalajı, fiyatlandırması, pazarlama stratejisi ve diğer faktörlerden etkilenebilir. Marka imajı, tüketicilerin bir markayı algılama şekliyle ilgilidir ve markanın itibarını ve değerini etkiler. Olumlu bir marka imajı, tüketicilerin markayı tercih etmelerine, sadık müşterilerin oluşmasına ve rekabet avantajı elde etmesine yardımcı olabilir. Olumsuz bir marka imajı ise markanın itibarını zedeleyebilir, müşteri kaybına neden olabilir ve rekabet avantajını azaltabilir. Marka imajı,

bir markanın tüketicilerin zihinlerinde yarattığı algıdır ve markanın değeri, imajı üzerinden yansıtılır (Aaker, 1991). Marka imajı, tüketicilerin bir marka hakkında sahip oldukları bilgiler, tecrübeler, duygular ve tutumlar ile oluşur (Keller, 1993). Marka imajı, bir markanın tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen en önemli faktörlerden birisidir (Yoo ve Donthu, 2001). Marka farkındalığı, bir markanın tüketiciler arasında tanınma düzeyidir. Bir markanın farkındalığı, tüketicilerin markayı hatırlama, tanıma ve ayırt etme yeteneği ile ölçülür. Marka farkındalığı, tüketicilerin bir markayı tanıması, adını hatırlaması ve tanıdığı ürünlerin markasını hatırlamasıdır. Marka farkındalığı, tüketicilerin bir ürün veya hizmetin pazarlama çabalarıyla ilgili bilinçli veya bilinçsiz farkındalığıdır. Marka farkındalığı, bir markanın tüketiciler tarafından tanınması ve hatırlanabilirliği ile ilgilidir (Keller, 1993).

Marka güveni, tüketicilerin bir markaya olan inanç ve bağlılığı ile ilgilidir (Morgan,1994). Tüketicilerin bir markaya olan güveni, markanın kalitesine, güvenirliğine, itibarına ve sadakatine ilişkin algılarından kaynaklanır (Doney ve Cannon, 1997). Marka güveni, tüketicilerin bir markaya güvenme derecesidir. Marka güveni, tüketicilerin bir markanın ürün veya hizmetlerinin kalitesi, güvenilirliği ve performansı hakkında olumlu bir algıya sahip olmaları ile oluşur (Keke, 2023). Marka güveni iki taraf arasındaki ilişkiyi kuvvetlendirir ve uzun dönemli sadakatin oluşmasına sebep olur (Gelal,2018). Tüketiciler, marka güveni kazanan markaların ürün ve hizmetlerine daha sıkı bir şekilde bağlı kalırlar ve markanın itibarını korumak için daha fazla çaba gösterirler. Marka güveni, markanın güvenilirliği ve ürün veya hizmet kalitesi ile doğrudan ilişkilidir. Tüketiciler, marka güveni kazanan bir markanın ürünlerine veya hizmetlerine güvenerek, bu markanın daha önceki deneyimlerinde elde ettikleri olumlu sonuçları tekrar elde edeceklerine inanırlar. Bu nedenle, markaların tüketicilerin güvenini kazanmak için kaliteli ürünler ve hizmetler sunmaları ve olumlu bir marka imajı oluşturmaları önemlidir. Marka güveni, tüketicilerin marka sadakatini arttırmak için önemlidir. Marka sadakati, tüketicilerin bir markaya bağlılığıdır ve tekrarlanan satın alımlar ile kendini gösterir. Marka güveni kazanmak, tüketicilerin markaya bağlılığını arttırarak marka sadakatini arttırır. Bu nedenle, markaların müşterilerinin güvenini kazanmak için çaba göstermeleri, uzun vadeli başarıları için kritik öneme sahiptir.

Tüketici Davranışları ve Satın Alma Kararı

Tüketici, bir mal veya hizmeti satın alan veya kullanma niyetinde olan kişidir. Tüketici davranışları ise, tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen faktörler ve bu faktörlerin tüketicilerin satın alma sürecindeki davranışlarını nasıl etkilediği ile ilgili bir konudur. Tüketici kavramı, bir mal veya hizmeti satın alan ve kullanan kişiyi ifade eder (Blackwell, Miniard ve Engel, 2006).

Tüketici davranışları, tüketicinin satın alma sürecinde karşılaştığı faktörler arasında kültürel, sosyal, kişisel ve psikolojik faktörleri ele alır. Kültürel faktörler, bir bireyin kültürü, alt kültürü ve toplumda kabul edilen değerler ve normlar gibi unsurları içerir. Sosyal faktörler, bir bireyin çevresindeki insanlar, gruplar ve topluluklar gibi faktörleri kapsar. Kişisel faktörler, tüketici özellikleri, yaş, gelir, cinsiyet, eğitim seviyesi ve yaşam tarzı gibi faktörleri içerir. Psikolojik faktörler ise, tüketicinin algılaması, öğrenmesi, hatırlaması, inanması, motive olması ve satın alma kararı vermesiyle ilgili olan faktörleri kapsar. Tüketici davranışları, tüketicilerin satın alma sürecindeki karar verme sürecini anlamak için oldukça önemlidir. Bu, üreticilerin ve pazarlamacıların tüketicilerin ihtiyaçlarına ve beklentilerine uygun ürünler ile hizmetler sunmalarını ve pazarlama stratejilerini buna göre oluşturmalarını sağlar. Bu karar verme sürecinde tüketicinin karşılaştığı faktörler arasında kültürel faktörler de önemli bir rol oynar. Tüketici, toplumda prestijli olarak kabul edilen bir markanın ürünlerini tercih edebilir. Kültürel değerler, normlar ve inançlar, tüketicinin marka algısını ve satın alma davranışlarını şekillendirebilir. Bu, tüketicinin kültürel değerleri ve toplumun kabul ettiği normlarla ilgilidir. Tüketici davranışları, sosyal bilimler, pazarlama ve işletme alanlarında incelenen bir konudur. Bu alanda tüketicinin satın alma süreci, satın alma kararlarını etkileyen faktörler, ürünlerin değerlendirilmesi ve satın alma kararları gibi konular ele alınır (Solomon Russell-Bennett ve Previte, 2012).

Sosyal faktörler, tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen önemli unsurlardan biridir. Bir tüketici, arkadaşlarının ve ailesinin bir ürün hakkındaki düşüncelerine göre karar verebilir. Çevresindeki insanların görüşleri, tüketiciyi belirli bir ürünü satın almaya yönlendirebileceği gibi, bu üründen vazgeçmesine de neden olabilir.

Kişisel faktörler, tüketicilerin satın alma davranışlarını da etkiler. Örneğin, bir tüketici genç ise, spor

ayakkabılara veya modaya uygun ürünlere daha fazla ilgi duyabilir. Yaşlı bir tüketici ise, daha rahat ve konforlu ayakkabılara yönelebilir. Gelir düzeyi, cinsiyet, eğitim seviyesi, yaşam tarzı gibi faktörler de tüketicinin tercihlerini belirler (O'Cass ve Frost, 2002).

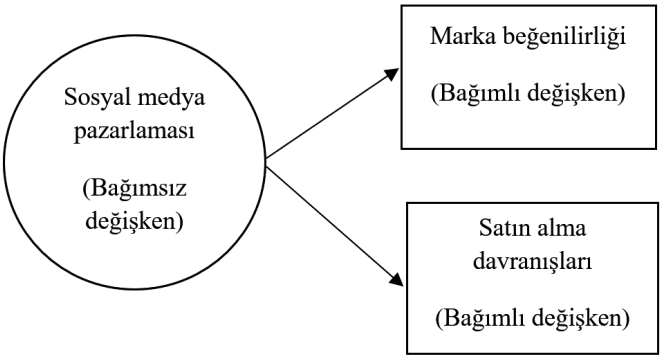
Psikolojik faktörler de tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen önemli unsurlardan biridir. Tüketici, bir ürüne ihtiyaç duyduğunu düşündüğünde, satın alma kararı vermeden önce ürün hakkında daha fazla bilgi edinmek isteyebilir. Algılar, motivasyon, öğrenme süreci ve tutumlar gibi psikolojik unsurlar, tüketicinin kararlarını yönlendirebilir.

Tüketicinin öğrenme, algılama ve hatırlama süreçleri, satın alma kararını etkileyen faktörler arasındadır (Chaudhuri ve Holbrook, 2001). Ayrıca, bir tüketiciye uygun bir fiyat sunulduğunda, tüketicinin satın alma davranışları pozitif yönde etkilenebilir.

Amaç, Yöntem ve Hipotezler

Bu çalışma sosyal medya pazarlamasının tüketicilerin marka beğenirliği ve satın alma davranışları üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla ilişkisel tarama modeli esasıyla 27.04.2023- 29.07.2023 tarihleri arasında İstanbul ili Avcılar ilçesindeki tüketiciler ile gönüllülük temelinde kolayda örnekleme kullanılarak anketle yapılmıştır. Söz konusu ilçede 2023 yılında nüfusun 452132 (www.tuik.gov.tr) kişi olduğu bilinmekte ve bu nüfus ana kütle olarak belirlenmiştir. Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004)'a göre 1000000 kişilik ana kütlenin %5 güvenilirlik düzeyinde örneklem sayısının 384 olması gerektiğini vurgulamıştır. Bu bağlamda araştırma örneklemi; gönüllülük esasına göre çalışmaya destek veren 594 tüketici olması yeterli ve ana kütleye uygun kabul edilebilir. Bu tüketiciler ile yüz-yüze, elektronik posta ve telefon ile iletişime geçilmiş ve 594 tüketiciden alınan veriler ile veri seti oluşturulmuştur.

Bu araştırmada 3 ölçek ile demografik ifadelerden oluşturulan veri seti kullanılmıştır. 28 ifadeden oluşan sosyal medya pazarlaması ölçeği Ronald Eric Coyle (2022) doktora tezinden Türkçe'ye bu çalışmayla uyarlanmıştır. 12 ifadeden oluşan marka beğenilirlik ölçeği Zeki Yüksekbilgili (2017) çalışmasından alınmıştır. 30 ifadeden oluşan satın alma davranışları ölçeği Buket Bora Semiz (2017) çalışmasından alınmıştır. Ankete 10 adet demografik ifadeler eklenmiştir.Bu ifadeler (Cinsiyet,Yaş, Medeni durum,Aylık gelir bilgisi,Eğitim durumu,Çalışma durumu,Meslek bilgisi,Sosyal medya kullanım durumu, Günlük sosyal medya kullanım saati,Günlük en sık kullanılan sosyal medya platformu) dur. Toplamda 70 ifade Likert tipinde (1.Hiç Katılmıyorum, 5.Tamamen Katılıyorum) ve 10 adet demografik özellikler içeren ifadelerden oluşan anket 594 tüketiciye uygulanmıştır. Araştırmanın analizinde SPSS (22.0) istatistik paket programı kullanılmıştır. Tüm analizlerde anlamlılık seviyesi %5 (p=0,05) alınmıştır ve istatistiksel anlamlılık için p<0,05 düzeyi aranmıştır. Hipotezler doğrultusunda veri setinin değerlendirilmesinde faktör analizi, güvenilirlik testi, örneklem yeterlilik testi, T-testleri, ANOVA, korelasyon ve regresyon analizi yapılmıştır.



Şekil 1. Araştırmanın modeli

Hipotezleri;

H1: Sosyal medya pazarlaması, tüketicilerin marka beğenilirliği üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.

H1a: Sosyal medya pazarlaması alt faktörü reklamcılık ve satın alma tüketicilerin marka beğenilirliği üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.

H1b: Sosyal medya pazarlaması alt faktörü rahatsızlık tüketicilerin marka beğenilirliği üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.

H1c: Sosyal medya pazarlaması alt faktörü eğlence ve güvenirliğin tüketicilerin marka beğenilirliği üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.

H1d: Sosyal medya pazarlaması alt faktörü marka bilinirliği ve bilgilendirmenin tüketicilerin marka beğenilirliği üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.

H2: Sosyal medya pazarlaması, tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.

H2a: Sosyal medya pazarlaması alt faktörü reklamcılık ve satın alma tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.

H2b: Sosyal medya pazarlaması alt faktörü rahatsızlık tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.

H2c: Sosyal medya pazarlaması alt faktörü eğlence ve güvenirliğin tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.

H2d: Sosyal medya pazarlaması alt faktörü marka bilinirliği ve bilgilendirmenin tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.

H3: Sosyal medya pazarlaması, demografik değişkenlere göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H4: Tüketicilerin marka beğenilirliği, demografik değişkenlere göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H5: Tüketicilerin satın alma davranışları, demografik değişkenlere göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Bulgular

Çalışmaya katılan tüketicilerin demografik bilgileri ile değişkenlere ait betimleyici ve tanımlayıcı istatistik sonuçları tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Araştırmaya Katılanların Demografik Bilgileri

Cinsiyet	**n**	**%**
Kadın	334	56,2
Erkek	260	43,8
Meslek	**n**	**%**
İşçi	183	30,8
Memur	108	18,2
Emekli	16	2,7
Ev Hanımı	14	2,4
Öğrenci	229	38,6
Akademisyen	18	3,0
Diğer	26	4,4
Eğitim	**n**	**%**
İlköğretim	9	1,5
Lise	44	7,4
Önlisans	281	47,3
Lisans	180	30,3
Lisansüstü	80	13,5

Yaş	**n**	**%**
18-23	272	45,8
24-33	150	25,3
34-43	94	15,8
44-50	51	8,6
51-58	27	4,5
Gelir TL.	**n**	**%**
0-5000	194	32,7
5001-10000	106	17,8
10001-15000	118	19,9
15001-20000	95	16,0
20001 TL ve üstü	81	13,6
Medeni durum	**n**	**%**
Evli	185	31,1
Bekâr	409	68,9
Çalışma durumu		
Çalışıyor	373	62,8
Çalışmıyor	221	37,2

Araştırmaya katılan tüketicilerin çoğu kadın (%56,2), bekar (%68,9), öğrenci (%38,6), 18-23 yaş gurubunda (%45,8), aylık gelirleri 0-5000TL arasında (%32,7), çoğunun çalıştığı (%62,8) ve önlisans mezunu (%47,3) oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 2. Araştırmaya Katılanların Sosyal Medya Bilgileri

Sosyal medya kullanımı	**n**	**%**	**Sık kullanılan sosyal medya**	**n**	**%**
0-1 saat	71	12,0	Facebook	19	3,2
1-3 saat	250	42,1	Twitter	87	14,6
3-5 saat	199	33,5	Instagram	380	64,0
5-12 saat	74	12,5	Tik tok	21	3,5
			Youtube	69	11,6
			Diğer	18	3,0

Araştırmaya katılan tüketicilerin %41,1'i günde 1-3 saat, sosyal medya kullandıklarını beyan etmişlerdir. Yine katılımcıların %64,0'ı Instagram kullanıcısı olduklarını beyan etmişlerdir.

Tablo 3. Normal Dağılım Grafiği

			İstatistik	**S.H.**
SOSYAL_MEDYA_ PAZARLAMASI	Ort.		2,9797	,03755
	95% güven	Alt	2,9059	
		Üst	3,0534	
	%5 Kırpılmış Ort.		2,9957	
	Medyan		3,1786	
	Varyans		,838	
	Std. Sapma		,91529	
	Minimum		1,04	
	Maksimum		5,00	
	Menzil		3,96	
	Çeyrekler Arası Aralık		1,32	
	Çarpıklık		-,472	,100
	Basıklık		-,676	,200

MÜŞTERİ_BEGENİRLİĞİ	Ort.		2,8183	,04070
	95% güven	Alt	2,7384	
		Üst	2,8983	
	%5 Kırpılmış Ort.		2,8143	
	Medyan		3,0000	
	Varyans		,984	
	Std. Sapma		,99196	
	Minimum		1,00	
	Maksimum		5,00	
	Menzil		4,00	
	Çeyrekler Arası Aralık		1,58	
	Çarpıklık		-,087	,100
	Basıklık		1,166	,248
SATIN_ALMA_ DAVRANIŞI	Or t.		2,5446	,03562
	95% güven	Alt	2,4746	
		Üst	2,6145	
	%5 Kırpılmış Ort.		2,5250	
	Medyan		2,5000	
	Varyans		,754	
	Std. Sapma		,86817	
	Minimum		1,00	
	Maksimum		5,00	
	Menzil		4,00	
	Çeyrekler Arası Aralık		1,18	
	Çarpıklık		,286	,100
	Basıklık		-,371	,200

Kalaycı'ya göre (2010, s.322) çarpıklık ve basıklık değeri -3 ile +3 arasında dağılım gösteren veriler normal dağılıma sahiptir. Buna göre bu araştırmadan elde edilen veriler -3 ile +3 arasında yer aldığından çalışma verileri normal dağılım göstermektedir.

Tablo 4. Güvenilirlik Analizi

Sosyal Medya pazarlaması		Marka beğenilirlik		Satın alma davranışı	
Cronbach's Alpha Katsayısı	**n**	**Cronbach's Alpha Katsayısı**	**n**	**Cronbach's Alpha Katsayısı**	**n**
0,970	28	0, 964	12	0,964	27

Büyüköztürk'e göre (2007, s.168) Cronbach alfa katsayısı, ölçeği oluşturan ifadelerin iç tutarlılığının bir ölçüsü olup ölçek ifadelerinin yapısının homojenliğini açıklamak veya sorgulamak için kullanılır. Cronbach alfa katsayısı yüksek olan ölçekteki ifadelerin birbirleriyle tutarlı ve bir o kadar da aynı özelliği ölçen maddelerden meydana geldiği yorumu yapılır. Buna göre araştırmadaki sosyal Medya pazarlaması ölçeğinin Cronbach's Alpha Değeri 0,970 sonucuyla çok iyidir. Marka beğenilirlik ölçeğinin Cronbach's Alpha Değeri 0,964 sonucuyla çok iyidir. Satın alma davranışı ölçeğinin Cronbach's Alpha Değeri 0,964 sonucuyla çok iyidir.

Tablo 5. KMO ve Bartlett's Testi

		Sosyal Medya pazarlaması	Marka beğenilirlik	Satın alma davranışı
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,963	0,947	0,965
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	17585,205	7386,109	13420,032
	Df	378	66	351
	Sig.	0,000	0,000	0,000

KMO, örneklem yeterlilik testinde alt sınır değer kabul edilen limiti 0,50'dir. Bu değerlerin 0,80 ve üzeri olması; yüksek değer olduğunun göstergesidir (Coşkun, Bayraktaroğlu, Yıldırım ve Altunışık 2012. S.285). 4 faktör ve 28 ifadeden oluşan sosyal medya pazarlaması ölçeğinin KMO değeri 0,963 sonucuyla çok iyi olduğu tespit edilmiştir. Tek faktörlü ve 12 ifadeden oluşan marka beğenilirlik ölçeğinin KMO değeri 0,947 sonucuyla çok iyi olduğu tespit edilmiştir. 3 faktörlü ve 27 ifadeden oluşan satın alma davranışı ölçeğin KMO değeri 0,965 sonucuyla çok iyi olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 6. t Testi

Cinsiyet		N	Ort.	S.S.	p
SOSYAL_MEDYA_ PAZARLAMASI	Kadın	334	3,0107	,92250	,350
	Erkek	260	2,9398	,90615	
MARKA_ BEĞENİLİRLİĞİ	Kadın	334	2,8261	,97301	,829
	Erkek	260	2,8083	1,01758	
SATIN_ALMA_ DAVRANIŞI	Kadın	334	2,6394	,87317	,002
	Erkek	260	2,4227	,84790	

Tablo 6. Devamı

Medeni Durum		N	Ort.	S.S.	p
SOSYAL_MEDYA_ PAZARLAMASI	Evli	185	3,0124	,87387	,559
	Bekar	409	2,9649	,93408	
MARKA_ BEĞENİLİRLİĞİ	Evli	185	2,8144	,96751	,949
	Bekar	409	2,8201	1,00398	
SATIN_ALMA_ DAVRANIŞI	Evli	185	2,3652	,79744	,001
	Bekar	409	2,6257	,88742	

Tabloya göre cinsiyet ile sosyal medya pazarlaması ve marka beğenirliği arasında p<0,05 anlamlılık düzeyine göre anlamlı farklılık tespit edilememiş iken satın alma davranışı arasında anlamlı farklılık saptanmıştır. Kadın tüketicilerin erkek tüketicilere göre p<0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü anlamlı farklılığı saptanmıştır. Bu durum kadın tüketicilerin alışveriş yapmaya yüksek ilgileriyle açıklanabilir. Medeni durum ile sosyal medya pazarlaması ve marka beğenirliği arasında p<0,05 anlamlılık düzeyine göre anlamlı farklılık tespit edilememiş iken satın alma davranışı arasında anlamlı farklılık saptanmıştır. Bekâr tüketicilerin evli tüketicilere göre p<0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü anlamlı farklılığı saptanmıştır. Bu durum bekâr tüketicilerin alışveriş yapmaya yüksek ilgileri ve beğenilme istekleriyle açıklanabilir.

Tablo 7. Çoklu Karşılaştırma ANOVA Testi

Yaş		Kare top.	df	Ort.	F	Sig.
SOSYAL_MEDYA_ PAZARLAMASI Grup içi Toplam	Gruplar arası	14,685	4	3,671	4,485	,001
	482,101	589	,819			
	496,785	593				
MARKA_ BEĞENİLİRLİĞİ Grup içi Toplam	Gruplar arası	23,782	4	5,945	6,257	,000
	559,716	589	,950			
	583,498	593				
SATIN_ALMA_ DAVRANIŞI Grup içi Toplam	Gruplar arası	18,328	4	4,582	6,296	,000
	428,628	589	,728			
	446,956	593				
Eğitim		**Kare top.**	**df**	**Ort.**	**F**	**Sig.**
SOSYAL_MEDYA_ PAZARLAMASI Grup içi Toplam	Gruplar arası	15,396	4	3,849	4,709	,001
	481,390	589	,817			
	496,785	593				
MARKA_ BEĞENİLİRLİĞİ Grup içi Toplam	Gruplar arası	14,192	4	3,548	3,671	,006
	569,306	589	,967			
	583,498	593				
SATIN_ALMA_ DAVRANIŞI Grup içi Toplam	Gruplar arası	16,549	4	4,137	5,662	,000
	430,407	589	,731			
	446,956	593				

Tablo 7. Devamı

Yaş		**Kare top.**	**df**	**Ort.**	**F**	**Sig.**
SOSYAL_MEDYA_ PAZARLAMASI	Gruplar arası	14,685	4	3,671	4,485	,001
Grup içi	482,101	589	,819			
Toplam	496,785	593				
MARKA_ BEĞENİLİRLİĞİ	Gruplar arası	23,782	4	5,945	6,257	,000
Grup içi	559,716	589	,950			
Toplam	583,498	593				
SATIN_ALMA_ DAVRANIŞI	Gruplar arası	18,328	4	4,582	6,296	,000
Grup içi	428,628	589	,728			
Toplam	446,956	593				
Eğitim		**Kare top.**	**df**	**Ort.**	**F**	**Sig.**
SOSYAL_MEDYA_ PAZARLAMASI	Gruplar arası	15,396	4	3,849	4,709	,001
Grup içi	481,390	589	,817			
Toplam	496,785	593				
MARKA_ BEĞENİLİRLİĞİ	Gruplar arası	14,192	4	3,548	3,671	,006
Grup içi	569,306	589	,967			
Toplam	583,498	593				
SATIN_ALMA_ DAVRANIŞI	Gruplar arası	16,549	4	4,137	5,662	,000
Grup içi	430,407	589	,731			
Toplam	446,956	593				
Aylık gelir		**Kare top.**	**df**	**Ort.**	**F**	**Sig.**
SOSYAL_MEDYA_ PAZARLAMASI	Gruplar arası	5,385	4	1,346	1,614	,169
Grup içi	491,401	589	,834			
Toplam	496,785	593				
MARKA_ BEĞENİLİRLİĞİ	Gruplar arası	12,017	4	3,004	3,096	,015
Grup içi	571,481	589	,970			
Toplam	583,498	593				
SATIN_ALMA_ DAVRANIŞI	Gruplar arası	6,847	4	1,712	2,291	,058
Grup içi	440,109	589	,747			
Toplam	446,956	593				

Tablo 7. Devamı

Meslek		**Kare top.**	**df**	**Ort.**	**F**	**Sig.**
SOSYAL_MEDYA_ PAZARLAMASI	Gruplar arası	7,042	6	1,174	1,407	,210
Grup içi	489,744	587	,834			
Toplam	496,785	593				
MARKA_ BEĞENİLİRLİĞİ	Gruplar arası	13,466	6	2,244	2,311	,033
Grup içi	570,032	587	,971			
Toplam	583,498	593				
SATIN_ALMA_ DAVRANIŞI	Gruplar arası	5,174	6	,862	1,146	,334
Grup içi	441,783	587	,753			
Toplam	446,956	593				
Günlük sosyal medya kullanımı		**Kare top.**	**df**	**Ort.**	**F**	**Sig.**
SOSYAL_MEDYA_ PAZARLAMASI	Gruplararası	2,367	3	,789	,942	,420
Grupiçi	494,418	590	,838			
Toplam	496,785	593				
MARKA_ BEĞENİLİRLİĞİ	Gruplararası	3,538	3	1,179	1,200	,309
Grupiçi	579,961	590	,983			
Toplam	583,498	593				
SATIN_ALMA_ DAVRANIŞI	Gruplararası	9,645	3	3,215	4,338	,005
Grupiçi	437,311	590	,741			
Toplam	446,956	593				
Sık kullanılan sosyal medya		**Kare top.**	**df**	**Ort.**	**F**	**Sig.**
SOSYAL_ MEDYA_ PAZARLAMASI	Gruplararası	7,663	5	1,533	1,842	,103
	Grupiçi	489,122	588	,832		
	Toplam	496,785	593			
MARKA_ BEĞENİLİRLİĞİ	Gruplararası	13,408	5	2,682	2,766	,018
	Grupiçi	570,090	588	,970		
	Toplam	583,498	593			
SATIN_ALMA_ DAVRANIŞI	Gruplararası	4,274	5	,855	1,135	,340
	Grupiçi	442,682	588	,753		
	Toplam	446,956	593			

ANOVA testi ikiden fazla örneklem grubunun arasında bulunan ortalamaların anlamlılık seviyesinde farklılık taşıyıp-taşımadığının saptanmasında kullanılmaktadır (Kalaycı, 2010, s. 131).

Tablo 7de Tek Yönlü ANOVA sonucuna göre tüketicilerin yaşları ile değişkenler arasında $p<0,05$ anlamlılık düzeyine göre anlamlı farklılık belirlenmiştir. Sosyal medya pazarlaması konusunda 51-58 yaş grubu tüketicilerin 24-33, 34-43 ve 44-50 yaş grubu tüketicilere göre $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde negatif yönlü anlamlı farklılık saptanmıştır. Bu durum 51-58 yaş grubu tüketicilerin düşük sosyal pazarlama algılarıyla açıklanabilir. Marka beğenirliği konusunda 18-23 yaş grubu tüketicilerin 24-

33 ve 34-43 yaş grubu tüketicilere göre p<0,05 anlamlılık düzeyinde negatif yönlü anlamlı farklılık saptanmıştır. Bu durum 18-23 yaş grubu tüketicilerin marka konusunda henüz karar veremediklerini ve deneyimlemek istedikleriyle açıklanabilir. Satın alma davranışı konusunda 18-23 yaş grubu tüketicilerin 34-43, 44-50 ve 51-58 yaş grubu tüketicilere göre p<0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü anlamlı farklılık saptanmıştır. Bu durum 18-23 yaş grubu tüketicilerin satın alma davranışlarının sosyo-ekonomik ve kültürel değişkenler ile açıklanabilir.

Tabloda Tek Yönlü ANOVA sonucuna göre tüketicilerin eğitimleri ile değişkenler arasında p<0,05 anlamlılık düzeyine göre anlamlı farklılık belirlenmiştir. Tabloya göre sosyal medya pazarlaması konusunda ilköğretim mezunu tüketicilerin lise, önlisans, lisans, lisansüstü mezunu tüketicilere göre p<0,05 anlamlılık düzeyinde negatif yönlü anlamlı farklılık saptanmıştır. Bu durum eğitimin sosyal medya pazarlamasında ne deni önemli olduğunun göstergesidir. Eğitim bir toplumda dikey akışkanlığı sağlayan önemli unsurlardan birisi olduğunun işareti olarak açıklanabilir. Marka beğenirliği konusunda ilköğretim mezunu tüketicilerin lise, önlisans, lisans, lisansüstü mezunu tüketicilere göre p<0,05 anlamlılık düzeyinde negatif yönlü anlamlı farklılık saptanmıştır. Bu durum eğitimin sosyal medya pazarlamasında ne deni önemli olduğunun göstergesidir. Eğitim bir toplumda dikey akışkanlı sağlayan önemli unsurlardan birisi olduğunun işareti olarak açıklanabilir. Satın alma davranışı konusunda ilköğretim mezunu tüketicilerin lise, önlisans, lisans, lisansüstü mezunu tüketicilere göre p<0,05 anlamlılık düzeyinde negatif yönlü anlamlı farklılık saptanmıştır. Bu durum eğitimin sosyal medya pazarlamasında ne deni önemli olduğunun göstergesidir. Eğitim bir toplumda dikey akışkanlı sağlayan önemli unsurlardan birisi olduğunun işareti olarak açıklanabilir.

Tabloda "Tek Yönlü ANOVA" göre gelir ile sosyal medya pazarlaması ve satın alma davranışı arasında p<0,05 anlamlılık düzeyine göre anlamlı farklılık tespit edilememiş iken marka beğenirliği arasında anlamlı farklılık saptanmıştır. Marka beğenirliği konusunda 0-5000 TL. aylık geliri olan tüketicilerin 5001-10000 TL, 10001-15000 TL ve 15001-20000 TL aylık geliri olan tüketicilere göre p<0,05 anlamlılık düzeyinde negatif yönlü anlamlı farklılık saptanmıştır. Bu durum gelirin sosyal medya pazarlamasında ne deni önemli olduğunun göstergesidir. Asgari yaşam standartlarını sağlamayan tüketicilerin marka beğenirliğinin düşük olası bu durumu açıklayabilir.

Tabloda "Tek Yönlü ANOVA" göre meslek ile sosyal medya pazarlaması ve satın alma davranışı arasında p<0,05 anlamlılık düzeyine göre anlamlı farklılık tespit edilememiş iken marka beğenirliği arasında anlamlı farklılık saptanmıştır. Marka beğenirliği konusunda mesleği işçi olanların memur ve öğrenci olanlara göre p<0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü anlamlı farklılık saptanmıştır. Bu durum mesleğin marka beğenirliği üzerindeki etkisinin anlaşılması ile açıklanabilir.

Tabloda "Tek Yönlü ANOVA" göre günlük sosyal medya kullanımı (saat) ile sosyal medya pazarlaması ve marka beğenirliği arasında p<0,05 anlamlılık düzeyine göre anlamlı farklılık tespit edilememiş iken satın alma davranışı arasında anlamlı farklılık saptanmıştır. Günlük sosyal medya kullanımı 1-3 saat olan tüketicilerin 3-5 saat ve 5-12 saat olanlara göre satın alma davranışlarında negatif yönde p<0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı fark tespit edilmiştir. Bu anlamlı farkın uzun süre sosyal medya kullanan tüketicilerin satın alma davranışlarının pozitif ayrışmasıyla açıklanabilir.

Tabloda "Tek Yönlü ANOVA" göre sık kullanılan soyal medya ile sosyal medya pazarlaması ve satın alma davranışı arasında p<0,05 anlamlılık düzeyine göre anlamlı farklılık tespit edilememiş iken marka beğenirliği arasında anlamlı farklılık saptanmıştır. Diğer sosyal medya kullanan tüketicilerin Facebook, Instagram ve Youtube kullananlara göre negatif yönde p<0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı farklılık saptanmıştır. Bu anlamlı farkın diğer sosyal medya mecralarındaki satış ve tutundurma çabalarının azlığı ile açıklanabilir.

Tablo 8. Değişkenler arasında korelasyon analizi

		SOSYAL_MEDYA_ PAZARLAMASI	MARKA_ BEĞENİLİRLİĞİ	SATIN_ALMA_ DAVRANIŞI
SOSYAL_MEDYA_ PAZARLAMASI	P.C.	1	,620**	,411**
	Sig2		,000	,000
	N	594	594	594
MARKA_ BEĞENİLİRLİĞİ	P.C.	,620**	1	,470**
	Sig2	,000		,000
	N	594	594	594
SATIN_ALMA_ DAVRANIŞI	P.C.	,411**	,470**	1
	Sig2	,000	,000	
	N	594	594	594

İki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkinin şiddetini-büyüklüğünü, düzeyini ve yönünü belirlemek maksadıyla kullanılan istatistiksel metoda korelasyon denir. Nedensellik ile korelasyon birbirlerine yakın kavramlar gibi görülseler bile farklı kavramlardır. Korelasyon, çalışmaya ilişkin nedenselliğin sebebini bulmak için ön bilgi vermektedir (Gürbüz ve Şahin, 2014). Korelasyon analiziyle bir ilişkinin varlığı korelasyon katsayısıyla bulunabilir. "r" ile gösterilen korelasyon katsayısı -1 ile +1 arasında değerler alabilmektedir.

Yapılan korelasyon analizi ile sosyal medya pazarlaması ile marka beğenirliği arasında r=0,620 kuvvetinde ve p<0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü yüksek düzeyde bir ilişki vardır. Sosyal medya pazarlaması ile satın alma davranışı arasında r=0,411 kuvvetinde ve p<0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü orta düzeyde bir ilişki vardır.

Tablo 9. Sosyal medya pazarlaması (SMP) ve alt faktörleri ile marka beğenirliği (MB) -Satın alma davranışı (SAD) arasında regresyon

SMP ve MB	**R^2**	**F**	**p**	**t**	**β**	**Sabit**
	0,384	369,202	0,000	7,498	0,672	0,817
MB= 0,817 + (0,672*SMP)						
SMP ve SAD	**R^2**	**F**	**p**	**t**	**β**	**Sabit**
	0,169	120,134	0,000	12,490	0,390	1,384
SAD= 1,384 + (0,390*SMP)						
SMP_marka bilinirliği ve bilgilendirme ve MB	**R^2**	**F**	**p**	**t**	**β**	**Sabit**
	0,278	228,156	0,000	12,747	0,447	1,331
MB= 1,331 + (0,447*SMP_Marka bilinirliği ve Bilgilendirme)						
SMP_ Eğlence ve Güvenirlik ve MB	**R^2**	**F**	**p**	**t**	**β**	**Sabit**
	0,367	343,424	0,000	11,273	0,616	1,105
MB= 1,105 + (0,616*SMP_ Eğlence ve Güvenirlik)						
SMP_ Rahatsızlık ve MB	**R^2**	**F**	**p**	**t**	**β**	**Sabit**
	0,072	46,029	0,000	17,569	0,257	2,066
MB= 1,105 + (0,616*SMP_ Rahatsızlık)						

Tablo 9. Devamı

SMP_ Reklamcılık ve satın alma ve MB	**R^2**	**F**	**p**	**t**	**β**	**Sabit**
	0,413	416,865	0,000	12,684	0,597	1,124
MB= 1,124 + (0,597*SMP_ Reklamcılık ve satın alma)						
SMP_ marka bilinirliği ve bilgilendirmenin ve SAD	**R^2**	**F**	**p**	**t**	**β**	**Sabit**
	0,093	60,516	0,000	,503	0,226	1,793
SAD= 1,793 + (0,226*SMP_ marka bilinirliği ve bilgilendirmenin)						
SMP_ eğlence ve güvenirlik ve SAD	**R^2**	**F**	**p**	**t**	**β**	**Sabit**
	0,145	100,615	0,000	16,065	0,339	1,601
SAD= 1,601 + (0,339*SMP_ eğlence ve güvenirlik)						
SMP_ rahatsızlık ve SAD	**R^2**	**F**	**p**	**t**	**β**	**Sabit**
	0,092	60,001	0,000	17,689	0,254	1,801
SAD= 1,801 + (0,254*SMP_ rahatsızlık)						
SMP_ reklamcılık ve satın alma ile SAD	**R^2**	**F**	**p**	**t**	**β**	**Sabit**
	0,173	123,715	0,000	17,215	0,338	1,586
SAD= 1,801 + (0,254*SMP_ reklamcılık ve satın alma)						

Regresyon analizi; değişkenler arasındaki etkileşimin analiz edilmesi, iki değişkenden birindeki olası değişimin diğerindeki değişim ile açıklanması amacı ile kullanılan istatistiksel yöntem olarak ifade edilmektedir. Bu yöntem özellikle değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkisinin test edilebilmesinde sıkça kullanılmaktadır. Birden fazla bağımsız değişkenin geçerli ve açıklayıcı modeller ortaya çıkarılabileceğinden dolayı sıklıkla kullanılan istatistiksel analizlerden biridir (Güriş ve Çağlayan, 2005: 199). Regresyon analizinde R: bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasında olan korelasyonu, R^2: bağımlı değişkendeki değişimin bağımsız değişken tarafından ne kadarını açıkladığı, F: yapılan regresyon analizi sonucunun anlamlı olup/olmadığını (p<,05'ten küçük olması), β: bağımsız değişkenin etkisi sabit kılınarak bağımlı değişken üzerindeki etkisinin test edilmesinde kullanılmaktadır (Kalaycı, 2010:259-269). Araştırmanın bu kısmında değişkenler regresyon analizi ile test edilecektir.

Sosyal medya pazarlamasının (SMP) marka beğenirliği (MB) üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılan regresyon analizi istatistiksel olarak (F=369,202; p=0,000) anlamlı bulunmuştur. R^2 belirlilik katsayısı 0,384 sonucuyla marka beğenirliğinin %38,4'ü sosyal medya pazarlaması değişkeni tarafından açıklandığı ifade edilebilir.

Sosyal medya pazarlamasının (SMP) satın alma davranışı (SAD) üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılan regresyon analizi istatistiksel olarak (F=369,202; p=0,000) anlamlı bulunmuştur. R^2 belirlilik katsayısı 0,384 sonucuyla satın alma davranışının %16,9'u sosyal medya pazarlaması değişkeni tarafından açıklandığı ifade edilebilir.

Sosyal medya pazarlamasının (SMP) alt faktörü marka bilinirliği ve bilgilendirmenin marka beğenirliği (MB) üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılan regresyon analizi istatistiksel olarak (F=228,156; p=0,000) anlamlı bulunmuştur. R^2 belirlilik katsayısı 0,278 sonucuyla marka beğenirliğinin %27,8'i sosyal medya pazarlaması alt faktörü marka bilinirliği ve bilgilendirme değişkeni tarafından açıklandığı ifade edilebilir.

Sosyal medya pazarlamasının (SMP) alt faktörü eğlence ve güvenirliğin marka beğenirliği (MB) üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılan regresyon analizi istatistiksel olarak (F=343,424; p=0,000) anlamlı bulunmuştur. R^2 belirlilik katsayısı 0,367 sonucuyla marka beğenirliğinin %36,7'si sosyal medya pazarlaması alt faktörü eğlence ve güvenirlik değişkeni tarafından açıklandığı ifade edilebilir.

Sosyal medya pazarlamasının (SMP) alt faktörü rahatsızlığın marka beğenirliği (MB) üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılan regresyon analizi istatistiksel olarak (F=46,029; p=0,000) anlamlı bulunmuştur. R^2 belirlilik katsayısı 0,072 sonucuyla marka beğenirliğinin %7,2'si sosyal medya pazarlaması alt faktörü rahatsızlık değişkeni tarafından açıklandığı ifade edilebilir.

Sosyal medya pazarlamasının (SMP) alt faktörü reklamcılık ve satın almanın marka beğenirliği (MB) üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılan regresyon analizi istatistiksel olarak (F=416,865; p=0,000) anlamlı bulunmuştur. R^2 belirlilik katsayısı 0,413 sonucuyla marka beğenirliğinin %41,3'ü sosyal medya pazarlaması alt faktörü reklamcılık ve satın alma değişkeni tarafından açıklandığı ifade edilebilir.

Sosyal medya pazarlaması (SMP) alt faktörü marka bilinirliği ve bilgilendirmenin satın alma davranışı (SAD) üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılan regresyon analizi istatistiksel olarak (F=60,516; p=0,000) anlamlı bulunmuştur. R^2 belirlilik katsayısı 0,093 sonucuyla satın alma davranışının %9,3'ü sosyal medya pazarlaması alt faktörü marka bilinirliği ve bilgilendirme değişkeni tarafından açıklandığı ifade edilebilir.

Sosyal medya pazarlaması (SMP) alt faktörü eğlence ve güvenirliğin satın alma davranışı (SAD) üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılan regresyon analizi istatistiksel olarak (F=100,615; p=0,000) anlamlı bulunmuştur. R^2 belirlilik katsayısı 0,145 sonucuyla satın alma davranışının %14,5'i sosyal medya pazarlaması alt faktörü eğlence ve güvenirlik değişkeni tarafından açıklandığı ifade edilebilir.

Sosyal medya pazarlaması (SMP) alt faktörü rahatsızlık satın alma davranışı (SAD) üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılan regresyon analizi istatistiksel olarak (F=60,001; p=0,000) anlamlı bulunmuştur. R^2 belirlilik katsayısı 0,092 sonucuyla satın alma davranışının %9,2'si sosyal medya pazarlaması alt faktörü rahatsızlık değişkeni tarafından açıklandığı ifade edilebilir.

Sosyal medya pazarlaması (SMP) alt faktörü reklamcılık ve satın alma satın alma davranışı (SAD) üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılan regresyon analizi istatistiksel olarak (F=123,751; p=0,000) anlamlı bulunmuştur. R^2 belirlilik katsayısı 0,173 sonucuyla satın alma davranışının %17,3'ü sosyal medya pazarlaması alt faktörü reklamcılık ve satın alma değişkeni tarafından açıklandığı ifade edilebilir.

Tablo 10. Hipotezlerin Testi

Hipotez	**Sonuç**
H1: Sosyal medya pazarlaması, tüketicilerin marka beğenilirliği üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.	Kabul
H1a: Sosyal medya pazarlaması alt faktörü reklamcılık ve satın alma tüketicilerin marka beğenilirliği üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.	Kabul
H1b: Sosyal medya pazarlaması alt faktörü rahatsızlık tüketicilerin marka beğenilirliği üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.	Kabul
H1c: Sosyal medya pazarlaması alt faktörü eğlence ve güvenirliğin tüketicilerin marka beğenilirliği üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.	Kabul
H1d: Sosyal medya pazarlaması alt faktörü marka bilinirliği ve bilgilendirmenin tüketicilerin marka beğenilirliği üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.	Kabul
H2: Sosyal medya pazarlaması, tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.	Kabul
H2a: Sosyal medya pazarlaması alt faktörü reklamcılık ve satın alma tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.	Kabul
H2b: Sosyal medya pazarlaması alt faktörü rahatsızlık tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.	Kabul
H2c: Sosyal medya pazarlaması alt faktörü eğlence ve güvenirliğin tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.	Kabul
H2d: Sosyal medya pazarlaması alt faktörü marka bilinirliği ve bilgilendirmenin tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde anlamlı etkiye sahiptir.	Kabul
H3: Sosyal medya pazarlaması, demografik değişkenlere göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kısmen kabul
H4: Tüketicilerin marka beğenilirliği, demografik değişkenlere göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kısmen kabul
H5: Tüketicilerin satın alma davranışları, demografik değişkenlere göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kısmen kabul

Sonuçların Değerlendirilmesi

Sosyal medya pazarlamasının tüketicilerin marka beğenirliği ve satın alma davranışları arasındaki etkileşimin belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışma 594 tüketiciyle İstanbul/Avcılar ilçesinde anket yöntemiyle uygulanmıştır. Elde edilen verilerin analiziyle yapılan regresyon analizinde sosyal medya pazarlamasının tüketicilerin marka beğenilirliği üzerinde (F=369,202; p<0,05; β=0,672), satın alma davranışı üzerinde ise (F=120,134; p<0,05; β=0,390) etkisi saptanmıştır. Alanyazında sosyal medya pazarlaması, tüketicilerin marka beğenirliği ve satın alma davranışları değişkenlerini eşzamanlı araştıran bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak değişkenlerin başka değişkenler ile yapıldığı çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalardan araştırmayı destekleyici mahiyetteki bazı çalışmalar şöyle özetlenebilir.

Sosyal medyada tüketici davranışını etkileyen psikolojik faktörler aynı zamanda iç değişkenler olarak tanımlanmakta ve bu faktörler; öğrenme, güdülenme, algılama ile kişilik ve tutum ile etkilenmektedir (Odabaşı ve Barış,2004). Sosyal medyanın tüketici davranışının temelinde insan faktörü yer aldığı için bireyleri etkileyen her türlü faktörler tüketicinin satın alma karar sürecini de doğrudan etkilemekte olduğunu iddia etmiştir (İslamoğlu ve Altınışık ,2008). İnternet'in yoğun yaygın olarak kullanılmaya başlanmasının en önemli nedeni kullanım maliyetinin ucuz olmasıdır. Bu nedenle tüketiciler de İnternet'i sıklıkla kullanmaktadır. Dolayısıyla pazarlama açısından da İnternetin son derece önemli olduğunu ileri sürmüştür (Özcan, 2010). Sosyal medya pazarlama faaliyetlerini; eğlence, etkileşim, moda, kişisellik ve kulaktan kulağa iletişim şeklinde beş farklı boyuttan oluştuğunu işletmelerin ürün ya da markalarının pazarlama çabalarının, hedef kitle üzerinde oluşturduğu beş kavramda birleştirdiklerinde etkili olduğunu ileri sürmüştür (Kim ve Ko 2012). Toplumun geniş bir kesiminde markalı ürün tercihleri satın alma davranışları üzerinde daha belirgin hale gelmekte; reklam, tanıtım faaliyetleri gibi zihin yönlendirme ve kontrol mekanizmaları aracılığıyla yeni tüketim kalıpları ve satın alma davranışları geliştirilmeye çalışıldığını ifade etmiştir (Deniz, 2012). Çevrimiçi sosyal medya uygulamaları ve araçları aracılığıyla yapılmakta olan sosyal medya pazarlama faaliyetlerinin bir markanın performansını etkileyebildiğini ifade etmiştir (Gensler vd., 2013). Sosyal medya kullanımının sağlık hizmetleri satın alma davranışı üzerine etkili kanal olduğunun belirlendiğini ifade etmiştir (Tengilimoğlu vd. 2015). Tüketici satın alma sürecini tüketicilerin sosyal medya araçlarına olan tutumlarının etkilediğini ileri sürmüştür (Anlı,2017). Sosyal medya pazarlama faaliyetlerinin marka imajı ve marka sadakati üzerinde etkili faktörler olduğu, ayrıca en belirgin etkinin marka bilinirliği üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca marka bilinirliği ve marka imajının marka sadakati üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ifade etmiştir (Bilgin, 2018). Sosyal medya kullanımının marka algısı üzerinde etkisi olduğunu, ilaç firmalarının kullanıcı yoğunluğu bakımından Facebook, mini blog içerik üretilmek istenmesi nedeniyle Twitter, görüntülü video içerikleri nedeniyle YouTube ve marka itibarı ile insan kaynağına ulaşma noktasında da Linked-In kullanımının uygun olacağı ifade etmiştir (Kabasakal ve Öztürk, 2019). Ulaşılan veriler içerisinde öne çıkan başlıklar reklam gösterim sayıları, reklam tıklamasayıları ve erişim sayılarıdır. Bu üç farklı metrik marka bilinirliğini ve satış artışı sağlama hedeflerine ulaşma noktasında önemli sonuçlar olmakla beraber yayın süresince bu metriklerin detayları içerisinde hedef kitlenin cihaz, işletim sistemi, internet servis sağlayıcısı, etkileşim günleri ve saatleri gibi birçok veriyi de analiz edebilme imkânı olduğunu belirtmiştir (Berki,2019). Yeşil pazarlama ile tüketicinin satın alma kararları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu ifade etmiştir (Boz, Duran ve Başköy, 2020). Sosyal medya pazarlamayı kullanan işletmelerin müşterilerle iletişimin iyileştirilmesi, marka bilinirliğini artırması ve marka imajını güçlendirmesi, yeni müşteriler kazandırması, promosyon faaliyetlerinden tasarruf sağlaması, satışların artırılması ve şikayetlerin ele alınması ve geri bildirimin hızlı olması şeklinde avantajları olduğunu ifade etmiştir (Nurfarida ve Sudarmiatin, 2021). Tüketicilerin bakış açısına göre, uzmanlık özellikleri yüksek olan erkek influencerlar ve çekicilik özellikleri yüksek olan kadın influencerlar ile çalışılması, pazarlama faaliyetlerinden daha yüksek faydanın elde edilmesine katkı sunabileceğini ifade etmiştir (Yıldız, 2021). Marka imajının satın alma kararları üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu kısmen bilinmektedir. Kısmen marka bilinirliğinin satın alma kararları üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu bilinmektedir. Eş zamanlı olarak bilinen marka imajı ve marka farkındalığının satın alma kararları üzerinde önemli bir etkisi olduğunu ifade etmiştir (Arianty ve Andira ,2021). Sosyal medya pazarlama aktivitesi boyutlarından etkileşim faktörünün deneyimsel değer boyutlarından eğitim değerine istatistiksel olarak anlamlı etkisinin bulunduğunu ifade etmiştir (Sezgin,2023).

Sonuç ve Öneriler

Yeni bir araç olarak sosyal medya, geleneksel medya anlayışında değişiklikler yaratmış ve medyayı yeni bir boyuta taşımıştır. İletişim teknolojisinin gelişimini destekleyen bir alan olarak sosyal medya, kendine özgü özelliklere sahip farklı bir sosyal ortam yaratmaktadır. Sosyal medyanın en dikkat çekici özelliklerinden birisi de bütünleşik yapısından kaynaklanmaktadır. Sosyal medya, farklı özelliklere sahip milyonlarca farklı kullanıcıyı bir araya getirmektedir. Dünyanın her bir yerindeki kullanıcıları birbirine bağlayarak aynı platformda bilgi alışverişi ve paylaşımı olanağı sunmaktadır. Bu da insanların zamanlarını daha iyi değerlendirebildiğini ve kullanıcıların anında istedikleri zaman bilgi gönderip alabildiklerini göstermektedir. Bu ortam sayesinde kendine yer edinen sosyal medya pazarlaması, işletmelerin ürün ve hizmetlerini daha uygun ve ekonomik şartlarda sunma imkânı sağlamıştır. Özellikle Z kuşağı tüketicileri sosyal medya pazarlamasını giderek daha önemli hale getirmiştir. Dijital dünyanın sağladığı sanal, artırılmış ve karma gerçeklik ile etkileşimleri artırarak farklı deneyimler sunmaktadır. Bu bağlamda çalışma sosyal medya pazarlamasının tüketicilerde marka beğenirliği ve satın alma kararlarına etkilerini belirleyebilmektir. Bu amaçla ilişkisel tarama modeli esasıyla 27.04.2023- 29.07.2023 tarihleri arasında İstanbul ili Avcılar ilçesindeki tüketiciler ile gönüllülük temelinde kolayda örnekleme kullanılarak anket yapılmıştır.

Yapılan korelasyon analizi ile sosyal medya pazarlaması ile marka beğenirliği arasında r=0,620 kuvvetinde ve p<0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü yüksek düzeyde bir ilişki vardır. Sosyal medya pazarlaması ile satın alma davranışı arasında r=0,411 kuvvetinde ve p<0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü orta düzeyde bir ilişki vardır. Sosyal medya pazarlaması alt faktörü Marka Bilinirliği ve bilgilendirme ile kompulsif satın alma davranışı arasında en düşük korelasyon (r=0,111) iken en yüksek korelasyon hedonik satın alma (r=0,365) arasında olduğu belirlenmiştir. Sosyal medya pazarlaması alt faktörü Eğlence ve Güvenirlik ile kompulsif satın alma davranışı arasında en düşük korelasyon (r=0,269) iken en yüksek korelasyon hedonik satın alma (r=0,388) arasında olduğu belirlenmiştir. Sosyal medya pazarlaması alt faktörü Rahatsızlık ile kompulsif satın alma davranışı arasında en düşük korelasyon (r=0,235) iken en yüksek korelasyon plansız satın alma (r=0,275) arasında olduğu belirlenmiştir. Sosyal medya pazarlaması alt faktörü Reklamcılık ve satın alma ile kompulsif satın alma davranışı arasında en düşük korelasyon (r=0,283) iken en yüksek korelasyon hedonik satın alma (r=0,432) arasında olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar sosyal medya pazarlaması alt faktörleri ile satın alma davranışları (plansız, kompulsif, hedonik) arasında pozitif yönlü çok zayıf, zayıf ve orta düzeyde ilişkili olduğunu göstermektedir.

Elde edilen verilerin analiziyle yapılan regresyon analizinde sosyal medya pazarlamasının tüketicilerin marka beğenirliği üzerindeki etkisi (F=369,202; β=0,672; p<0,05) saptanmıştır. Sosyal medya pazarlamasının tüketicilerin satın alma davranışı üzerindeki etkisi (F=120,134; β=0,390; p<0,05) saptanmıştır. Ayrıca sosyal medya pazarlaması alt faktörü marka bilinirliği ve bilgilendirmenin marka beğenirliği üzerinde (F=228,156; β=0,447; p<0,05) etkisi, sosyal medya pazarlaması alt faktörü eğlence ve Güvenirliğin marka beğenirliği üzerinde (F=343,424,156; β=0,616; p<0,05) etkisi, sosyal medya pazarlaması alt faktörü rahatsızlığın marka beğenirliği üzerinde (F=460,029; β=0,257; p<0,05) etkisi, sosyal medya pazarlaması alt faktörü reklamcılık ve satın almanın marka beğenirliği üzerinde (F=416,865; β=0,597; p<0,05) etkisi saptanmıştır.

İlaveten, sosyal medya pazarlaması alt faktörü marka bilinirliği ve bilgilendirmenin satın alma davranışı üzerinde (F=60,516; β=0,226; p<0,05) etkisi, sosyal medya pazarlaması alt faktörü eğlence ve güvenirliğin satın alma davranışı üzerinde (F=100,615; β=0,339; p<0,05) etkisi, sosyal medya pazarlaması alt faktörü rahatsızlığın satın alma davranışı üzerinde (F=60,001; β=0,254; p<0,05) etkisi, sosyal medya pazarlaması alt faktörü reklamcılık ve satın almanın satın alma davranışı üzerinde (F=123,715; β=0,338; p<0,05) etkisi saptanmıştır.

Sosyal medya pazarlaması ile demografik değişkenlerden yaş(p=0,001) ve eğitim(p=0,001) arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Marka beğenirliği ile demografik değişkenlerden yaş(p=0,000), eğitim(p=0,006), aylık gelir(p=0,015) ve meslek(p=0,033) arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Satın alma davranışı ile demografik değişkenlerden cinsiyet(p=0,002), medeni durum(p=0,001), yaş(p=0,000) ve eğitim(p=0,000) arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Bu sonuçlar hem ulusal hem de küresel bağlamda yoğun rekabetin olduğu tüketicinin işletmenin varlık/yokluk mücadelesinde tek karar verici olduğunun ne denli önemli olduğunun göstergesi olarak ele alınması gerektiğidir. Sosyal medya pazarlamasının marka beğenirliği ve tüketicilerin satın alma davranışını doğrudan etkilemesi ürün-hizmet sağlayan işletmeler tarafından doğru anlaşılmalı ve buna uygun işletme politikaları geliştirilmelidir. Unutulmamalıdır ki her geçen gün büyüyen dünya nüfusunda doğan her birey bir tüketicidir. Doğumdan ölüme birer tüketici olarak istek be beklentilerin karşılanması tüketici memnuniyetiyle mümkün olacaktır. İşletmeler yarattıkları markaların beğenilmesi sayesinde sağlayacakları sadık ve memnun müşteriler sayesinde ulusal ve küresel bağlamda rekabet edilebilir. Elde edilen bulgular neticesinde birincil olarak tüketicilere yönelik ikincil olarak sosyal medya pazarlaması kullanan işletme çalışanları ve yöneticilerine yönelik şu önerilerde bulunulabilir;

- Alışverişe çıkılmadan önce nelerin ihtiyaç olduğu ve nelerin satın alınması gerektiği için alışveriş listesi yapılması,
- İlgi çekici ürün-hizmetler görüldüğünde sonuçlarını düşünmeden satın almak yerine "gerçek ihtiyacım bu mu" sorusunun sorulması,
- Ekonomik şartlar ve harcanabilir gelirin kötüleştiği durum ve zamanlarda "ayağını yorganına göre uzat" atasözünün düstur edinilmesi,
- Alışveriş yapmakta kullanılan kredi kartlarının sadece asgari tutarlarının ödenmesinden vaz geçilmesi,
- Tüketicilerin banka hesabında yeterli bakiyesi olmamasına rağmen çek yazmaktan vazgeçmesi,
- Tüketicilerin ne aldığımı umursamaksızın bir şeyler satın almak isteklerinin altında yatan psikolojik nedenleri sorgulaması,
- Tüketicilerin alışverişe gitmediği günlerde kendilerini sinirli ve endişeli hissetmesinin; yaşamın anlam ve manasını arayarak sorgulaması,
- Tüketicilerin alışverişten sonra eve gittiklerinde satın aldığı şeyleri neden aldığına dair sorgulama yapması,
- Tüketicilerin birçok alışverişinde aşırılıktan kaçınması ve bunu neden yaptığını içsel olarak sorgulaması,
- İşletmelerin sosyal medya reklamlarını artırarak satış ve tutundurma çabalarına destek sağlaması,
- Küresel bağlamda marka olmanın sosyal medyadan geçtiğinin yöneticiler tarafından doğru anlaşılması,
- Ürün ve hizmetlerle ilgili sosyal medya reklamlarının en son ürünler hakkında bilgilendirmesinde hızlı davranılması,
- İşletmelerin sosyal medyadaki satış ve tutundurma çabalarının doğru, eksiksiz, tam ve ikna edici olması,
- Tüketicilerin alışverişte çok iyi vakit geçirdikleri düşüncesinin bir yanılsama olduğunu anlamaya çalışması ve "Zenginliğin her şeye sahip olmak değil, en ez şeye ihtiyaç duymaktır" şiarıyla hareket etmesi önerilebilir.

Kaynakça

AAKER, D. A. (1991). Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name. New York, NY: The Free Press

AAKER, D. A. (2014). Aaker on branding. New York, NY: Morgan James Publishing Co.

AÇAN, B. (2024). Sosyal Medya Pazarlaması ve Sosyal Medya Türleri. *Turkish Journal of Marketing Research*, *3*(1), 46-66.

ALAN, A. K., KABADAYİ, E. T., & UZUNBURUN, T. (2018). Sosyal Medya Pazarlama Faaliyetlerinin Müşteri Varlığı Ve Müşteri Bağlılığına Etkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, *14*(2), 535-555.

ALİLİ, U., & KERİM, G. (2024). Sosyal Medya Pazarlamasının Tüketici Satın Alma Sürecine Etkisi. *The Journal of Academic Social Science*, *91*(91), 376.

ANLI, İ. (2017). Sosyal medya pazarlamasının tüketici davranışları bağlamında demografik değişkenler açısından farklılaşmasının incelenmesi, Yüksek lisans tezi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi SBE., İzmir.

ARİANTY, N., & ANDİRA, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 4(1), 39-50.

BERKİ, A. (2019). Dijital Pazarlama Uygumalarının Satış Ve Marka Bilinirliğini Artırmaya Yönelik Etkisinin Değerlendirilmesi. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi, (5), 136-170.

BİLGİN, M. H. (2014). Satış Yönetimi.Nobel Yayınevi, Ankara.

BİLGİN, Y. (2018). The effect of social media marketing activities on brand awareness, brand image and brand loyalty. Business & management studies: an international journal, 6(1), 128-148.

BLACKWELL, R. D., MİNİARD, P. W., & ENGEL, J. F. (2006). Consumer behavior (10th ed.). Thomson South-Western.

BOWEN, J. T., & CHEN, S. L. (2001). The relationship between customer loyalty and customer satisfaction. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 13(5), 213-217.

BOZ, D., DURAN, C. Ve BAŞKÖY, S. (2020). Yeşil pazarlama faaliyetlerinin tüketiciler üzerindeki etkileri. OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 15(22), 1346-1372. DOI: 10.26466/opus.615467

BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2007). Faktor Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı, Eğitim Yonetimi Dergisi. Güz, Sayı: 32, s.470-483.

COŞKUN, R., BAYRAKTAROĞLU, S., YILDIRIM, E., & ALTUNIŞIK, R. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı*. Sakarya Yayıncılık,Sakarya.

CHAUDHURİ, A., & HOLBROOK, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: the role of brand loyalty. Journal of marketing, 65(2), 81-93.

CHEN, Y., & XİE, J. (2008). Online consumer review: Word-of-mouth as a new element of marketing communication mix. Management Science, 57(3), 477-491.

COYLE, R. E. (2022). *The Impact of Brand Awareness on Purchase Intention Among Consumers Using Social Media*, Doctoral dissertation, Trident University International.

DENİZ, M. (2012, November). Markali ürün tercihlerinin satin alma davranişları üzerindeki etkisi. In Journal of Social Policy Conferences (No. 61, pp. 243-268). Istanbul University.

DONEY, P. M., ve Cannon, J. P. (1997). An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. Journal of Marketing, 61(2), 35-51.

GELAL, B. (2018). Tüketicilerin cep telefonu marka bağlılığının satın alma kararlarındaki etkisi üzerine bir araştırma (Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü),İstanbul.

GEDİK, Y. (2020). Pazarlamada yeni bir çerçeve: Sosyal medya ve web 2.0. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, *3*(1), 252-269.

GEDİK, Y. (2022). Perakende Sektöründe Sosyal Medya Pazarlaması: Faydaları, Zorlukları Ve Stratejileri Üzerine Kavramsal Bir Çerçeve. *Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi*, *5*(2), 171-195.

GENSLER, S., F. VÖLCKNER, Y. Liu-THOMPKINS, ve C. WIERTZ, (2013). Managing Brands in the Social Media Environment, J. Interact. Mark., vol. 27, no. 4, pp. 242–256.

GÜRBÜZ, S., ve ŞAHİN, F. (2014). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, 1.Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

GÜRİŞ, S., ve ÇAĞLAYAN, E. (2005). Ekonometri, Der Yayınları, İstanbul

HAJLİ, M. N. (2014). A study of the impact of social media on consumers. International Journal of Market Research, 56(3), 387-404.

İSLAMOĞLU, A. H. ve ALTUNIŞIK, R. (2008). Tüketici Davranışları, Beta Yayıncılık, İstanbul.

İŞLEK, M. S. (2012). *Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkileri Türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma* (Master›s thesis,Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

JACOBY, J., & KYNER, D. B. (1973). Brand loyalty vs. repeat purchasing behavior. Journal of marketing research, 10(1), 1-9.

KABASAKAL, M., VE ÖZTÜRK, İ. (2019). Sosyal Medya Kullanımının Marka Algısına Etkisi: İlaç Sektöründe Bir Uygulama. *Uluslararası İİBF. Dergisi*, 56-76.

KALAYCI, Ş. (2010). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri 5.Baskı., Asil Yayın Dağıtım, Ankara.

KAPFERER, J. N. (2012). The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking. Kogan Page Publishers.

KAPLAN, A. M., & HAENLEİN, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons, 53(1), 59-68. doi: 10.1016/j.bushor.2009.09.003

KEKE, M.E. (2023). Üniversitelerde Markalaşmanın Lise Son Sınıf Öğrencilerinin Tercihlerine Etkisi: İstanbul'daki Özel Okullarda Bir Uygulama. Afyonkarahisar: Yaz Yayınları.

KELLER, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. Journal of Marketing, 57(1), 1-22.

KELLER, K. L. (2013). *Strategic Brand Managment: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. UK: Pearson Education Limited

KELLER, K. L., & LEHMANN, D. R. (2006). Brands and branding: Research findings and future priorities. Marketing Science, 25(6), 740-759.

KIRDAR, Y. (2003). Marka stratejilerinin oluşturulması; Coca-Cola örneği. *Review of Social, Economic & Business Studies*, *3*(4), 233-250.

KIM, A. J., ve KO, E. (2012). Do Social Media Marketing Activities Enhance Customer Equity? An Empirical Study of Luxury Fashion Brand. *Journal of Business Research*, 1480-1486.

KOTLER, P., & KELLER, K. L. (2016). A framework for marketing management, global edition. *New York City: Pearson*.

LİN, L. Y., SİDANİ, J. E., SHENSA, A., RADOVİC, A., MİLLER, E., COLDİTZ, J. B., et al. (2016). Association between social media use and depression among U.S. young adults. Depression and Anxiety, 33(4), 323-331. doi:10.1002/da.22466

MORGAN, M., & HUNT, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. Journal of marketing, 58(3), 20-38.

NURFARİDA, I. N. ve SUDARMİATİN (2021). Use of social media marketing in SMEs: driving factors and impacts, Management and entrepreneurship: trends of development, 2(16), pp. 70-81.

O'CASS, A., & FROST, H. (2002). Status brands: examining the effects of non-product-related brand associations on status and conspicuous consumption. Journal of product & brand management, 11(2), 67-88.

ODABAŞI, Y. ve BARIŞ, G. (2004). Tüketici Davranışı, Kapital Medya Yayınları, İstanbul.

ODABAŞI, Y. ve OYMAN, M. (2005), Pazarlama İletişimi Yönetimi, MediaCat Kitapları,İstanbul.

OLİVER, R. L. (1997). Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer. New York: Irwin/ McGraw-Hill.

ÖZCAN, S. O. (2010). İnternet Pazarlama Faaliyetlerinde Tüketici Satın Alma Karar Süreci. Journal of Internet Applications and Management,1(2): 29-39. DOI:10.5505/iuyd.2010.58066

SEMİZ, B. B. (2017). A ve B tipi kişilik özelliklerine göre tüketicilerin plansız, kompülsif ve hedonik satın alma davranışlarının araştırılması. *Pazarlama İçgörüsü Üzerine Çalışmalar*, *1*(1-2), 13-22.

SOLOMON, M. R., RUSSELL-BENNETT, R., & PREVITE, J. (2012). Consumer behavior: Buying, having, and being. Pearson Higher Education AU.

TENGILIMOĞLU, E., PARILTI, N., VE YAR, C. E. (2015). Hastane ve Hekim Seçiminde Sosyal Medyanın Kullanım Düzeyi: Ankara İli Örneği. *Gazi Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 76-96.

TWENGE, J. M., & CAMPBELL, W. K. (2019). Associations between screen time and lower psychological well-being among children and adolescents: Evidence from a population-based study. Preventive Medicine Reports, 15, 100918.

www.tuik.gov.tr Erişim tarihi: 30.08.2023

VODİNALI, S., & AYKAÇ, Ö. S. Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya (Pazarlama ve Perakendecilik: Dijital çağın dönüşümleri içinde, Edit: Aykaç, Ö.S. Ve Yılmaz, A.), Gaziantep: Özgür Yayınları.

YILDIZ, S. Y. (2021). Sosyal medya kullanıcılarının satın alma tercihlerinde influencer pazarlamasının etkisi. Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi, 4(3), 599-610.

YOO, B. & DONTHU, N. (2001). Developing and validating a multidimensional consumer-based brand equity scale. Journal of Business Research, 52(1), 1-14.

YÜKSEKBILGILI, Z. (2017). Marka Beğenilirlik Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Güvenirlik ve Geçerlilik Çalışması. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, *12*(46), 171-180.

Summary

The main purpose of this study is to understand the effects of social media marketing on consumers' brand liking and purchasing decisions. Social media marketing covers the marketing activities carried out by businesses to increase brand awareness, strengthen consumer loyalty and increase sales by using social media platforms. For brands, in addition to reaching consumers directly, social media offers a channel where consumers can interact with brands, share their opinions about the brand and create brand loyalty.With the acceleration of digitalization and the spread of social media platforms, social media marketing, which has become an effective way for businesses to reach consumers directly, plays an important role in shaping consumer behavior. Especially young consumers' interactions with brands on social media directly affect brand liking and final purchasing decisions. In this context, the aim of the research is to examine how consumers' interactions with brands through social media shape their interest in the brand and how this is reflected in their purchasing decisions.

Within the scope of the research methodology, the scales used to measure consumer behavior were determined according to social media usage habits and applied to 594 consumers. By analyzing the data obtained through the survey method, demographic variables such as gender, age, marital status, income level and education level and the effect of social media marketing on brand liking and purchasing behavior were evaluated. Additionally, the time spent on different social media platforms and the impact of interactions on these platforms on consumer preferences were analyzed. While social media marketing has the potential to strengthen consumers' purchasing intentions and ties with the brand, the study investigated what role these interactions play in brand preferences. The regression analysis of the obtained data revealed that social media marketing exerts a significant influence on consumers' brand likability ($F=369,202$; $p<0.05$; $\beta=0.672$) and purchase behavior ($F=120,134$; $p<0.05$; $\beta=0.390$). The primary hypothesis of the study is that social media marketing exerts a positive influence on consumers' brand liking and purchase decisions.

Research findings show that social media marketing activities are effective in developing consumers' positive attitudes towards the brand and forming purchasing intentions. It has been concluded that interactions, especially on social media platforms, play an important role in the process of consumers choosing brands. These results should be considered as an indicator of how important it is that the consumer is the sole decision maker in the asset/asset struggle of the enterprise, where there is intense competition both in the national and global context.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);269-288
DOI: 10.17336/igusbd.1393820

ORIGINAL ARTICLE / ÖZGÜN ARAŞTIRMA

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Nesne İlişkileri ve Yetişkin Ayrılık Anksiyetesi Arasındaki İlişkide Duygu Düzenleme Güçlüğünün Aracılık Rolü

The Mediating Role of Emotion Regulation in the Relationship Between Object Relations and Adult Separation Anxiety

[1]Dilan DURMAZ
[2]Aygül KAKIRMAN MOROĞLU

Öz

Amaç: Bu çalışmada yetişkin ayrılık anksiyetesi ve duygu düzenleme güçlüğü, nesne ilişkileri kuramı çerçevesinden incelenmiştir. Çalışmanın amacı, nesne ilişkileri ile yetişkin ayrılık anksiyetesi arasındaki ilişkinin ve bu ilişkide duygu düzenleme güçlüğünün aracılık rolünün incelenmesidir.

Yöntem: Çalışmanın örneklemi 18-40 yaş aralığında 431 kişiden oluşmaktadır. Katılımcılardan Bell Nesne İlişkileri ve Gerçeği Değerlendirme Ölçeği (BORRTI), Yetişkin Ayrılma Anksiyetesi Anketi ve Duygu Düzenleme Güçlüğü Ölçeği-Kısa Form (DDGÖ- Kısa Form) aracılığıyla veriler toplanmıştır. Verilerin analizinde gruplar arası ortalama farklarının değerlendirilmesinde bağımsız örneklemler için t-testi ve Yönlü ANOVA kullanılmıştır. Değişkenler arası ilişkilerin değerlendirilmesinde ise Pearson Korelasyon Katsayısı ve aracılık analizi için Yapısal Eşitlik Modellemesi uygulanmıştır.

Bulgular: Çalışma sonuçları incelendiğinde, nesne ilişkilerinin duygu düzenleme güçlükleri ve ayrılık anksiyetesi üzerinde anlamlı yordayıcılık etkisi olduğu; ek olarak nesne ilişkileri ve yetişkin ayrılık anksiyetesi arasındaki ilişkide duygu düzenleme güçlüğünün kısmi aracılık rolünün olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç: Kişinin erken dönemde içselleştirilen nesne ilişkileri, kuracağı ilişkileri etkilemekte olup yetişkin ayrılık anksiyetesi ile ilişkilidir. Bu bulgu klinik ortamda yetişkin ayrılık anksiyetesi ile patolojik nesne ilişkileri arasındaki ilişkide duygu düzenleme becerileri üzerinden çalışılarak yetişkin ayrılık anksiyetesi gibi sorunlar üzerinde olumlu sonuçlar alınabileceğini göstermektedir. Duygu düzenleme güçlüğünün patolojik nesne ilişkileri ve yetişkin ayrılık anksiyetesi ile ilişkisindeki kısmi aracılık mekanizması incelendiğinde duygu düzenleme becerilerinin adaptif bir dönüştürücü olarak işlev görerek

Bu çalışma, Dr. Öğretim Üyesi Aygül KAKIRMAN MOROĞLU'nun danışmanlığında Dilan Durmaz tarafından hazırlanan İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nde 2023 yılında kabul edilen "Nesne ilişkilerinin yetişkin ayrılık anksiyetesi ve duygu düzenleme güçlüğü ile ilişkisi'' başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.
Durmaz, D. (2023). Nesne İlişkilerinin Yetişkin Ayrılık Anksiyetesi ve Duygu Düzenleme Güçlüğü ile İlişkisi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

[1]Dr., Klinik Psikolog, İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul, Türkiye.
✉ dilandurmaz@stu.aydin.edu.tr

[2]Dr. Psikolog, İstanbul, Türkiye.
✉ psk.aygulkakirman@gmail.com

Geliş/Received: 21.11.2023
Kabul/Accepted: 02.10.2024

Dilan Durmaz, Aygül Kakırman Moroğlu, "The Mediating Role of Emotion Regulation in the Relationship Between Object Relations and Adult Separation Anxiety", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 269-288.

yetişkin ayrılık anksiyetesinin azaltıcı bir işlevinin olacağı düşünülmektedir. Araştırma sonuçlarının klinik bağlamdaki yansımaları yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler

Nesne ilişkileri, ayrılık anksiyetesi, yetişkin ayrılık anksiyetesi, duygu düzenleme, duygu düzenleme güçlüğü

Abstract

Aim: The aim of the study was to examine the relationship between object relations and adult separation anxiety and the mediating role of emotion dysregulation in this relationship.

Method: The sample of the study consisted of 431 participants between the ages of 18-40. Data were collected from the participants through the Bell Object Relationships and Reality Rating Scale (BORRTI), Adult Separation Anxiety Questionnaire and Difficulty in Emotion Regulation Scale-Short Form (DRE-Short Form). In the analysis of the data, t-test for independent samples and Directional ANOVA were used to evaluate the mean differences between groups. Pearson Correlation Coefficient was used to evaluate the relationships between variables and Structural Equation Modelling was used for mediation analysis.

Results: According to the results of the study, it was concluded that object relations had a significant predictive effect on emotion dysregulation difficulties and separation anxiety; in addition, emotion dysregulation difficulties had a partial mediating role in the relationship between object relations and adult separation anxiety.

Conclusion: The findings shows that positive results can be obtained on problems such as adult separation anxiety by working on emotion regulation skills in the relationship between adult separation anxiety and pathological object relations in clinical settings. When the partial mediation mechanism in the relationship between emotion dysregulation difficulty and pathological object relations and adult separation anxiety is examined, it is thought that emotion regulation skills will function as an adaptive transformer and reduce adult separation anxiety.

Keywords

Object relations, separation anxiety, adult separation anxiety, emotion regulation, difficulty in emotion regulation

Giriş

İlişki içinde büyüyüp gelişen insan, ilk ilişkisini bakım verenle kurmaktadır. Bakım veren ve çocuk arasındaki bu ilk bağ, yaşam boyu kurulan ilişkilerin belirleyicisidir (Bowlby, 1973). Bebek ve bakım veren arasında kurulan ilişki ve ilişkinin niteliği, nesne ilişkileri kuramcılarının odak noktasıdır. Kuram, temelini psikanalitik kuramdan almakta olup en önemli görüşlerinden biri; dürtü yerine ilişki kavramını merkeze koymasıdır. Melanie Klein'ın kurucusu olarak kabul edildiği Nesne İlişkileri Kuramı, Fairbairn, Kernberg, Mahler, Winnicott gibi önemli kuramcıların katkılarını da içermektedir (Özakkaş, 2018). Kuramcılar "çocuğun temel sevgi nesneleri nelerdir, bu nesnelerle ilişkisinin niteliği nasıldır, bu nesneleri çocuk nasıl deneyimler, deneyimlerini nasıl içselleştirir, içsel temsiller bilinçdışında nasıl yer alır ve kişinin yetişkin hayatındaki yansımaları nasıl olur" soruları üzerinde çalışmalar yapmışlardır (McWilliams, 2009).

Nesne ilişkileri kavramını ilk kez kullanan Klein'a (1952) göre nesneler bebeğin duygularını, arzularını, kaygılarını ve savunma mekanizmalarını kapsamaktadır. Klein'a göre ruhsal yapı, çocuğun gelişimi boyunca değişen bu içsel nesnelere göre şekillenmektedir. İyi içsel nesneler, benlik ve üst benliğin temelini oluşturmaktayken kötü içsel nesneler ise bebeğin savunma mekanizmalarını harekete geçirmektedir (Tükel, 2011). Başka bir deyişle nesneler hem pozitif hem negatif duygu temsillerini içermektedir ve böylece çocuğun içsel dünyasında nesne temsilleri oluşmaktadır (Klein, 2021). Çocuğun ruhsal dünyası, temsilleri içeren içsel dünya ve dış dünyadaki kendilik ve ötekiler

arasındaki ilişkiler üzerinden şekillenmektedir. İçselleştirilmiş nesnelerin ilki anne memesi olarak kabul edilmektedir ve benliğin gelişiminde çok kritik bir roldedir (Tükel, 2011). Klein'a göre meme, sadece yeni doğan bebeğin fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamaktan ibaret değildir. Bunun yanı sıra bebeğin bakım verenle ilişkisinde ortaya çıkan yaşantılarını; bakım verene ilişkin duygusal temsilleri de içermektedir. Bebek dünyaya geldiği ilk yıllarında nesne sabitliği henüz gelişmemiştir. Bu yüzden ilk nesne olarak kabul edilen meme; bölme savunma mekanizması kullanılarak çocuğun içsel dünyasında ikiye ayrılmaktadır: "iyi meme" ve "kötü meme" (Kakırman Moroğlu, 2021). Bu bölme savunması bebek için bir başa çıkma yöntemidir ve bebek bu sayede iç ve dış nesneleri saldırganlık ve libido kümeleri açısından birbirinden ayırmaktadır (Erten, 2006). Nesne ile ilişki sonrasında, haz veren duygular libidinal kümede; rahatsızlık hissi yaratan duygular ise saldırganlık kümesinde konumlanmaktadır (Kernberg, 2003). Bebek, iyi nesne-iyi duygu ile kötü nesne-kötü duyguyu tamamen birbirinden ayrı kabul etmektedir ve böylece bölme savunma mekanizmasının yardımıyla yaşadığı zulmedilme anksiyetesiyle baş etmektedir (Erten, 2006).

Klein (1946) kuramında ek olarak konum kavramlarından bahsetmektedir. Yaşamın ilk 3-4. ayına denk gelen paranoid-şizoid konum olgunlaşmamış egonun yaşam ve ölüm dürtüleriyle baş etmek amacıyla ortaya çıkardığı bölünme süreçlerini kapsamaktadır. Bölme savunma mekanizması aracılığıyla yaşadığı zulmedilme anksiyetesiyle baş eden bebeğin bu dönemde kullandığı diğer savunma mekanizması ise yansıtmalı özdeşimdir. Yansıtmalı özdeşimle bebek, yıkıcı dürtülerini annesine yansıtarak kendisinden uzaklaştırmaktadır. Bebek, 4.-5.aylarında ise nesneyi bütün olarak içselleştirme kapasitesine erişmektedir. Ambivalan duyguları (iyi-kötü, sevgi-nefret gibi) bütünleştirmeye başlamaktadır ve bu bütünleştirmeyle beraber depresif konuma girer. Bebeğin bakım verene yönelik bölünmüş algıları bir bütün olarak anlamaya başlamasıyla iyi ve kötü annenin aynı olduğunu kavramaktadır. Annesini bir bütün olarak algılayarak özdeşim kurmaya başlayan bebek; annesine dair bölünmüş algılarını da bütünleştirmektedir. Bu bütünleştirme sonucunda bebek, iyi duyguların yanında kötü duyguların da annenin bir özelliği olduğunu anlayarak sevilen ve özdeşim kurulan annenin kaybını yaşamaktadır. Bu kayıp duygusu çocukta suçluluk, acı ve yas duygusuna neden olmaktadır. Eğer bebeğin içsel dünyasında iyi duygu ve yaşantılar daha fazlaysa zulmedilme anksiyetesi hafiflemektedir (Baum, 2006). Bu bağlamda egonun saldırgan dürtüler karşısında tolerans düzeyi artar, bölme ve yansıtma mekanizmasını kullanma ihtiyacı azalır ve bu sayede zulmedici anksiyete de azalmaya başlar. Kısaca depresif konumla beraber sevilen nesnelerin kaybı için üzüntü ve onarma arzusu görülmektedir. Ruhsal gelişim için bu bölme işlemlerinin üstesinden gelmeyi öğrendiği depresif konum kritik bir belirleyicidir (Tükel, 2011). Paranoid-şizoid konumda sevgi ve nefret duyguları birbirinden ayrı bulunmaktayken; depresif konumda sevgi ve nefret barındıran ilişkiler birleşik durumdadır. Bu konumlar farklı yaşam örüntülerine karşılık gelmektedir ve kronolojik değildir, bağımsız olarak da birlikte bulunabilen iki yapısal kavramdır (Tükel, 2011). Bu iki konumun etkileri yaşam boyu kurulan ilişkilerde tekrarlayıcı olarak ortaya çıkmaktadır (Baum, 2006).

Winnicott (2013) bir bebeğin sevgi ihtiyacının bakım vereni tarafından karşılanmadığında, iyi nesne temsilinin bireyin ruhsal gerçekliğine yerleşmeyerek bu bağlamda bireyin duygusal gelişiminin eksik kalacağını ekleyerek kurama katkı sunmaktadır. Winnicott'ın önemli katkılarından biri ise "yeterince iyi anne" kavramıdır. Yeterince iyi anne; bebeğin ihtiyaçlarını doğru anlayarak uygun nesneyi bebeğine verebilen annedir. İhtiyaç anında doğru nesneyi veren anne karşısında bebek tüm güçlülük yanılsaması yaşamaktadır. Anne, bu deneyimi bebeğin sağlıklı olarak deneyimlemesine imkân sunduğunda bebek aşamalı olarak bu yanılsamayı kaldırabilecektir. Anne, kendi ihtiyaçlarını bebeğin ihtiyaçlarının önüne koyarak bebeğin gelişimi için gerekli ortam ve şartları oluşturamadığında veya başka bir deyişle "yeterince iyi annelik" yapamadığında bebek sahte bir kendilik geliştirecektir (Mitchell ve Black, 2012). Winnicott (2001) bir de "yalnız kalabilme kapasitesi" kavramını tanımlamaktadır. Bu kavram bireyin duygusal gelişim olgunluğunu göstermektedir. Annenin varlığında bebeğin veya küçük bir çocuğun kendi başına olabilme halidir. Bu deneyim, birinin varlığında kendi başına olabilmeyi içermektedir. Kendi başına olabilen birey, ilişkisel bağlamda güvende hissetmektedir ve bu sayede çocuğa kendi kişisel dünyasını keşfedebileceği bir ortam açılmaktadır. Bu alan bireyin yetişkin hayatındaki ilişkileri ve yalnız kalabilme kapasitesi için de belirleyicidir.

Kuramın önemli temsilcilerinden bir diğeri olan Mahler'e (1974) göre bebek doğumla beraber bazı gelişimsel aşamalardan geçmektedir ve Mahler bu aşamaları dört evrede açıklamaktadır; otistik

dönem, ortak yaşamsal dönem, ayrılma-bireyleşme dönemi ve yeniden yaklaşma. İlk evre olan otistik dönem, yaşamın ilk aylarına denk gelmektedir. Bebek kendi fiziksel ihtiyaç ve duygularına odaklanmıştır. 2-6.ayları arasındaki dönem ortak yaşamsal dönemdir. Bebek bu dönemde annenin farkına varmaya başlamakta ve dikkati anneye yönelmektedir. Annenin bu dönemde bebeğe şefkatle yeterli bakımı sağlaması benlik saygısının gelişiminde belirleyicidir. Anne tarafından bebeğin fiziksel ve duygusal ihtiyaçlarının karşılanması bebeğin bilişsel süreçlerinin gelişimine de katkı sunmaktadır. Sonraki evre ise ayrılma-bireyleşme evresidir. Bu evrede bebek özerk olma arzusu ve annesine geri dönme arzusu arasında bir çelişki yaşamaktadır. Döneme özgü iki önemli kriz; bebeğin cinsiyet özelliklerinin fark edilmesi ve tuvalet eğitimidir. Bu krizlerin sağlıklı olarak atlatılması bebeğin tutarlı ve bağımsız bir birey olabilmesinin önkoşuludur. Bu evreden sağlıklı bir şekilde çıkan bebek, annesinden ayrılarak bireyleşebilmektedir. Bu evrede yaşanacak bir başarısızlık bebekte duygusal olarak aşırı bağlılık geliştirecektir. Bebek yetişkin hayatında bağımsız bir kendilik duygusu kazanamayacak ve bağımsız bir birey olamayacaktır. Tüm bu evreler boyunca annenin çocuğun bireyleşme isteği ve girişimleri karşısındaki tavrı önemli bir belirleyicidir. Çocuğundan ayrılmakta zorlanan, müdahaleci ve çocuğun ayrılmasını engelleyen dolayısıyla çocuğun sağlıklı gelişimini ketleyen anne çocuğun duygusal ve bilişsel işlevlerinin gerilemesine neden olabilmektedir. Bu evrenin nasıl deneyimlendiği bireyin sonraki nesne ilişkilerinin belirleyicisi olacağı için ruhsal alanda yeri oldukça önemlidir (Mahler, 1974; Mahler vd., 2020). Bebek yaşamının ilk dönemlerinde bakım verenle kurduğu simbiyotik ilişkiye ne kadar ihtiyaç duymaktaysa büyüdükçe bu ihtiyacın yerini bireyselleşme ihtiyacı almaktadır. Ayrılma-bireyleşme evresi, çocuğun yürümeyi öğrendiği evreye denk gelmektedir. Çocuk yürümeyi öğrenmeyle beraber aktif rolü anneden kendisine almaktadır ve dış dünyayı keşif süreci başlamaktadır (Faraji ve Özen, 2022). Ancak eş zamanlı olarak çocuk intrapsişik bir ayrılık evresinde de girmiştir. Sağlıklı seyreden bir ayrılma-bireyleşme evresinde annenin varlığında çocuğun çevrede bağımsız bir şekilde hareket edebilmesinin keyfi çocuğu ayrılık kaygısına karşı korumaktadır (Mahler vd., 2020). Bu bağlamda çocuğun içselleştirdiği nesne temsilleri, yaşayacağı anneden ayrılık kaygısının nasıl tezahür edeceğini belirlemektedir. Ayrılık kaygısı normal gelişim sürecine uygun olmayacak şekilde devam ettiğinde ise bu durumda ayrılık anksiyetesi bozukluğu düşünülmektedir (Morrison, 2019).

Amerikan Psikiyatri Birliği ([APA],2014), ayrılık anksiyetesi bozukluğunu; kişinin temel bağlanma figüründen veya evinden ayrılmakta güçlük yaşaması ve bu durumlar karşısında aşırı korku ve kaygıyla karakterize olan, en az 6 aylık bir süreyle devam eden psikiyatrik bir bozukluk olarak tanımlamaktadır. DSM-5'e kadar ayrılık anksiyetesi bozukluğunun sadece çocuklara özgü olduğu düşünülmekteyken DSM-5 ile ayrılık anksiyetesi bozukluğunun tüm yaşam dönemlerini kapsadığı belirtilmiştir (Morrison, 2019). Diğer kriterler şöyle sıralanabilir: Kişi bağlanma figürü veya figürlerinin başına kötü bir şey geleceğine dair sürekli bir endişe hissetmektedir. Evden ayrılmak istememek, evden ayrılmak zorunda kaldığı durumlara direnç gösterme ve ev dışında yanında önemli bağlanma figürleri olmadığında uyuyamama gibi sorunlar görülmektedir. Tekrarlayan ayrılık temalı kabuslar görmektedirler. Bağlanma figürlerinden zorla ayrılmasına neden olacak travmatik bir olay olacağına dair güçlü bir inançları ve beklentileri bulunmaktadır. Yalnız kalamamakla birlikte bağlanma figürlerinden ayrıldıklarında bedensel belirtiler gösterebilmektedirler. Bu DSM-5 tanı kriterlerinden en az üçünün eşlik ettiği, bu durumun başka bir hastalıkla daha iyi açıklanamadığı ve 6 aylık süreyle devam etmesi ayrılık anksiyetesi bozukluğu tanısını düşündürmektedir.

Yetişkin ayrılık anksiyetesi (YAA) çocuklukta başlayarak devam edebilmekte veya ilk kez yetişkinlik döneminde de ortaya çıkabilmektedir (Bögels vd., 2013). Yaşam boyu yaygınlık oranı %6 olup kadınlarda erkeklerden daha sık görülmektedir. Çocuklarda ayrılık anksiyetesi bozukluğu sıklıkla tetikleyici bir olay sonrasında başlamakta olup en sık belirti okul reddi olarak görülmektedir. Yetişkin bireyler ise eş veya çocukları gibi önemli bağlanma figürlerinden ayrılmakta zorlanma veya hiç ayrılamama, sevdikleri kişilerin başına kötü bir şey geleceğine dair yoğun korku, evden ayrılmak istememe gibi belirtiler göstermektedir. Yalnız kalmakta, yalnız uyumakta zorlanmaktadırlar. Ayrılıkla ilgili kabuslar bildirmektedirler (Morrison, 2019). YAA görülen bireylerin çoğu en az bir yaşam alanında önemli derecede zorluk yaşadığını belirtmiştir (Baldwin vd., 2016). Literatür incelendiğinde yetişkin ayrılık anksiyetesinin özellikle bakım verenlerle kurulan ilişkinin niteliğine göre şekillenmekte olduğunu ve YAA'nın kişinin bireyselleşme sürecini sekteye uğrattığını bildirmişlerdir (Bowlby, 1969; Hazan ve Shaver, 1987; Calabrese vd., 2005; Dooley ve Stewart, 2007; Baldwin vd., 2016; Li vd., 2017; Dereboy vd., 2018; Faraji ve Özen, 2022).

Bu çalışma kapsamında nesne ilişkilerinin yetişkin ayrılık anksiyetesi ile ilişkisi incelenmiştir. Çalışmada nesne ilişkilerinden bahsedilirken "patolojik nesne ilişkileri" kavramı kastedilmektedir. Patolojik nesne ilişkileri; kişinin ben ve ötekini ayıran sınırları sağlıklı konumlandıramaması ve bu nedenle ilişkilerinde iç içelik yaşama haliyle açıklanmaktadır. Kişi, olumlu veya olumsuz duygularını bütünleştirememekte ve yakın ilişkilerinde sorunlar yaşamaktadır (Middelberg, 2001; Siegel, 1998,2006). Patolojik nesne temsillerinin içselleştirilmesi sonucunda sağlıksız bir benlik yapılanmasının temelleri atılmış olmaktadır (Kernberg, 1975).

Özetle nesne ilişkileri kuramcıları ortak bir noktada buluşmaktadır; erken dönem yaşantılarda bakım verenle kurulan ilişki doğrultusunda oluşturulan nesneler ve nesne temsilleri, kendiliği ve içsel dünyayı yapılandırmaktadır. Bireyin ötekilerle olan deneyimlerinde kendine ve diğerlerine yönelik deneyimlediği içsel temsiller yaşam boyu kuracağı ilişkileri etkilemektedir (Erten, 2006; Özakkaş ve Çorak, 2014). Öte yandan bireyin erken dönemde bakım verenler ile kurduğu ilişkilerin ve bakım verenlerin tepkilerinin, çocuğun duygu düzenleme becerileri üzerinde etkili olduğunu gösteren çalışmalar görülmektedir. (Wenar ve Kerig, 2000; Çuhadaroğlu Çetin, 2001; Paivio ve Laurent, 2001; Campos vd., 2004; Akdur ve Aslan, 2017).

Duygu düzenleme; kişinin duygularını ifade etme şekli, duygusal deneyimleri, duygulardan nasıl etkilendikleri ve duygu kontrol mekanizmaları ile açıklanmaktadır. Kişinin amacı doğrultusunda duygularını izleme, değerlendirme, kontrol etme ve değiştirebilme becerisidir (Gross, 1998). Başka bir tanıma göre kişi rahatsız edici bir duygu yaşadığında bu duyguyu uyumlu bir düzeye getirebilmeye yönelik duygunun yoğunluğunun azaltılması, arttırılması veya devamlılığının sağlanması ve bu sayede duygunun kontrol edilebilmesi hali olarak açıklanmaktadır. Ek olarak duygusal sinyallerin doğru anlaşılması, duyguları anlamlandırabilmek, olumlu-olumsuz filtresinden geçirerek uygun yanıtlar verebilmek duygu düzenlemenin bileşenlerindendir (Ayakdaş Dağlı ve Taş, 2018 ; Wenar ve Kerig, 2000).

Duygu düzenleme güçlüğü ise duygulara ilişkin farkındalığın olmayışı, duyguları anlamakta zorluk, olumsuz duyguların kontrolünün kaybedilmesi ve amaca yönelik davranışlarda zorluk yaşama olarak açıklanmaktadır (Gratz ve Roomer, 2004). Bireyin amacına yönelik olarak duygusal tepkilerini takip etme, değerlendirme, kontrol etme ve değiştirebilme becerisinde eksiklikler yaşamasıdır. Kişi duygularını anlamlandıramaz, duygularının farkında değildir ve duygularını kabul edip ve olumsuz duyguların kontrol edemez (Gratz ve Roemer, 2004). Duygu düzenleme güçlüğü aşırı düzenleme ve yetersiz düzenleme olarak iki şekilde görülmektedir. Kişi içinde bulunduğu duruma göre ya yetersiz ya da aşırı düzenleme yapmaktadır (akt. Aktaş ve Şahin, 2018; Derryberry ve Rothbart, 1988). Çocukluk travması deneyimleyen kişilerin karşılaştığı problemlerin merkezinde duyguların kontrolünde zorlanma, aşırı veya yetersiz düzenleme gibi duygusal sıkıntılar olduğu görülmüştür. Literatür incelendiğinde duygu düzenleme becerileri ile ebeveyn tutumlarının ilişkisini inceleyen ve bu becerinin bebeklikten itibaren geliştiğini gösteren pek çok çalışma bulunduğu görülmüştür (Çuhadaroğlu Çetin, 2001; Paivio ve Laurent, 2001; Akdur ve Aslan, 2017; Aktaş ve Şahin, 2018). Çocuklukta öğrenilen işlevsel olmayan duygu düzenleme becerileri kişinin alışılmış başa çıkma yöntemlerinden biri haline gelebilmekte olup yetişkin yaşamında tüm ilişkilerini de sekteye uğratabilmektedir (Paivio ve Laurent, 2001). Literatür incelendiğinde pek çok kuramcı, çocuğun duygu düzenleme becerilerini öğrenebilmesi için dış bir destek mekanizmasına ihtiyaç olduğu görüşünü savunmaktadır. Duygu ve ihtiyaçların ebeveynler tarafından uygun empatik yanıtlarla ifade edilmesi çocuğun kendi duygusal deneyimlerini tanıyarak doğru ifade etmesine alan açmaktadır. Empatik yanıt verme aracılığıyla çocuk duygularını kabul etme, anlamlandırma, ifade etme becerilerini öğrenmektedir. Bu sayede çocuk olumsuz duygularını tolere edebilme ve bastırabilme becerisini de öğrenerek kişilerarası ilişkilerde kendisini yeterli hissetmeye başlamaktadır (Campos vd., 2004). Ebeveynlerinden iyi bir rehberlik alamayan çocuklarda hem duyguların aşırı hem de yetersiz kontrolüyle ilgili sorunlar görülmektedir. Bu çocuklar karşılaştıkları olumsuz duyguları nasıl yöneteceklerini öğrenmedikleri için yetişkin hayatlarında pek çok sorun yaşayabilmektedirler. Araştırmalar da duygu düzenleme becerilerinin öğrenilmesinde ebeveynlerinin rolünün önemini göstermektedir (Paivio ve Laurent, 2001; Campos vd., 2004; Cole vd., 2004; Simpson vd., 2007; Atalar ve Atalay, 2018). Duygu düzenleme becerilerini öğrenmemiş kişi sosyal olay ve durumlar karşısında uygun tepkileri vermekte zorlanmakta ve bazen uygun tepkileri vermemektedir. Bu durum kişinin ilişkilerinde sıkıntıya yol açmaktadır (Simpson vd., 2007; Akdur ve Aslan, 2017). Kişi bu durumdan kaynaklı olarak kronik depresyon, kaygı, duygusal deneyimlerini tanımama, öfke kontrol

sorunları, benlik saygısında azalma ve kişilerarası ilişkilerde bozulmalar deneyimleyebilmektedir (Paivio ve Laurent, 2001). Duyguların yoğun olarak ortaya çıktığı romantik ilişkilerde bu duyguların doğru tanınması ve uygun ifade edilmesi ilişkinin niteliği için önemli belirleyicilerden biridir (Simpson vd., 2007). Romantik ilişkilerde ortaya çıkan öfke, üzüntü, utanç gibi güçlü duyguların partnerler tarafından doğru anlaşılıp doğru ifade edilmesi ilişkinin niteliğini, süresini ve ilişkiden alınan doyumu etkilemektedir (Joshi ve Thingujam, 2009; Schutte vd., 2001).

Bakım verenlerin bebeğin istek ve ihtiyaçları karşısında verdiği tepkilerin duygu düzenleme becerisinde belirleyici olduğu ve bebeğin bu tepkiler aracılığıyla kendi duygularını regüle edebilme davranışını geliştirdiği belirtilmektedir. (akt. Aktaş ve Şahin, 2018; Derryberry ve Rothbart, 1988). Annenin ayna görevi, çocuğun hem sağlıklı bir kimlik oluşturmasında hem de duygu düzenleme becerileri geliştirmesinde önemli bir destekleyici role sahiptir. Annenin çocuğun ihtiyaçlarını doğru ve uygun yollarla giderebilmesi çocuğun sağlıklı bir kendilik algısı oluşturmasını desteklemektedir (Wenar ve Kerig, 2000; Çuhadaroğlu Çetin, 2001). Master'a göre (1991) duygu regülasyonu temel bakım veren ilk nesnenin etkisiyle gelişmekte ve ifade edilmekte olan bir süreçtir (akt. Onat ve Otrar, 2010). İlk nesne olan anne; çocuğun ihtiyaçlarına uygun destekle karşılık verebildiğinde çocuk başarılı duygu düzenleme becerisini kazanmaktadır (Calkins ve Hill, 2007). Olumsuz ve stres yaratacak bir durum karşısında insan, öncelikli olarak birincil bağlanma yöntemi olarak bir yakınlık arayışına girmektedir; ilk nesne bu noktada kişi için ulaşılabilir olduğunda kişi güvenli stratejiler kullanmaktadır (Çalışır, 2009). Kullanılan güvenli stratejiler olumsuz duyguları azaltmak, destekleyici ilişkiler kurabilmek ve bireysel olarak duygu düzenleme yapabilmeyi kapsamaktadır. İlk nesneyle kurulan ilişki tutarsız ve çocuğun ihtiyaçları karşısında duyarsız olduğunda çocuk, etkili duygu düzenleme stratejileri gelişmemektedir ve bu durum kişinin stresli yaşam olayları karşısında direncini azaltmaktadır (Mikulincer ve Shaver, 2006). Çocuğun yetişkin hayatında ise ilk nesne tasarımının ulaşılabilir ve güvenli olduğu hissi; başına gelen olumsuz durum ve duygularla başa çıkabilmesini kolaylaştıran bir kaynak görevine dönüşmektedir (Çalışır, 2009).

Duygu düzenleme güçlüğü bireyin yetişkin hayatındaki duygularını tanıyabilme ve yönetebilme sürecine etki ettiğinden duygularını anlamakta ve uygun olarak ifade etmekte zorlanan bireylerin yakın ilişkilerinde sıkıntı yaşadıkları görülmektedir (Schutte vd., 2001; Simpson vd., 2007; Tani vd., 2015; Rick vd., 2017). Yakın ilişkilerde yaşanan sorunlar (sevdiği kişilerden ayrı kalma, ayrılık deneyimleri, ilişkilerdeki problem yaşama, mesafe kaynaklı uzakta kalma vb.) karşısında duygu düzenleme güçlüğü yaşayan birey, olumsuz duygusal deneyimleri daha yoğun olarak yaşamaktadır. Bu durum kişinin yetişkin ayrılık anksiyetesini de tetikleyebilmektedir (Paivio ve Laurent, 2001). Öte yandan yetişkin ayrılık anksiyetesi yaşayan birey, duygu ve düşüncelerini yönetmekte ve ifade etmekte zorlanmaktadır. Yetişkin ayrılık anksiyetesi, bireyin ayrılık gibi durumlar karşısında olumsuz duygularını daha yoğun yaşamasına ve duygu yönetiminin daha zor bir hale gelmesine de neden olabilmektedir (Adrian vd., 2011; Henry ve Dargel, 2019; Wahlstedt vd., 2019; Yumuşak, 2019). Bu çalışmada ilgili kuramsal açıklamalar ışığında duygu düzenleme güçlüğünün nesne ilişkileri ve yetişkin ayrılık anksiyetesi ile arasındaki ilişki incelenerek duygu düzenleme güçlüğünün aracılık rolü değerlendirilmiştir. Bu araştırmanın amacı "Nesne ilişkileri, yetişkin ayrılık anksiyetesi ve duygu düzenleme güçlüğü arasında bir ilişki var mıdır?" sorusunu yanıtlamaktır. Bu perspektifte şu sorulara yanıt aranmıştır:

1. Nesne ilişkileri yetişkin ayrılık anksiyetesini yordamakta mıdır?
2. Nesne ilişkileri duygu düzenleme güçlüğünü yordamakta mıdır?
3. Nesne ilişkileri ve yetişkin ayrılık anksiyetesi arasındaki ilişkide duygu düzenleme güçlüğünün aracılık rolü var mıdır?

YÖNTEM

Örneklem

Çalışmanın örneklem grubu oluşturulurken kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Veriler online olarak toplanmıştır. Örneklem grubunu 18-40 yaş aralığında gönüllü 431 kişi oluşturmaktadır. Levinson'ın (1986) yaşam yapısı kuramı ve Erikson'ın (2014) psikososyal gelişim evreleri kuramı incelendiğinde 18-40 yaş aralığı "yetişkinlik evresi" olarak ele alınmıştır. Bu nedenle bu çalışmada

18-40 yaş arası bireylerden veri toplanmıştır. Kolayda örneklem yoluyla ulaşılan katılımcıların, katılımcıların % 68.7'sinin (N = 296) kadın, %31.3'ünün (N = 135) erkek olduğu, % 18.3'ünün (N = 79) lisansüstü mezunu, % 69.8'inin (N = 301) üniversite mezunu olduğu, % 11.8'inin (N = 51) lise ve altı eğitime sahip olduğu görülmüştür.

Veri Toplama Araçları

Yetişkin Ayrılma Anksiyetesi Anketi

Manicavasagar ve diğerleri (2003) tarafından geliştirilen yetişkin ayrılık anksiyetesi belirtilerini ölçme amacıyla oluşturulan ölçektir. Likert tipi ölçek 27 maddeden oluşmaktadır. Maddeler 0 ile 3 arasında "hiç hissetmedim" ile "çok hissettim" şeklinde cevaplanmaktadır. Ölçekten alınan puanlar yükseldikçe yetişkin ayrılık anksiyetesi düzeyi de artmaktadır. Ölçeğin Cronbach Alfa değeri 0.93 olarak belirlenmiştir (Diriöz, 2010). Bu araştırma için hesaplanan iç tutarlılık katsayısı ise 0.92 bulunmuştur.

Duygu Düzenleme Güçlüğü Ölçeği-Kısa Form (DDGÖ-Kısa Form)

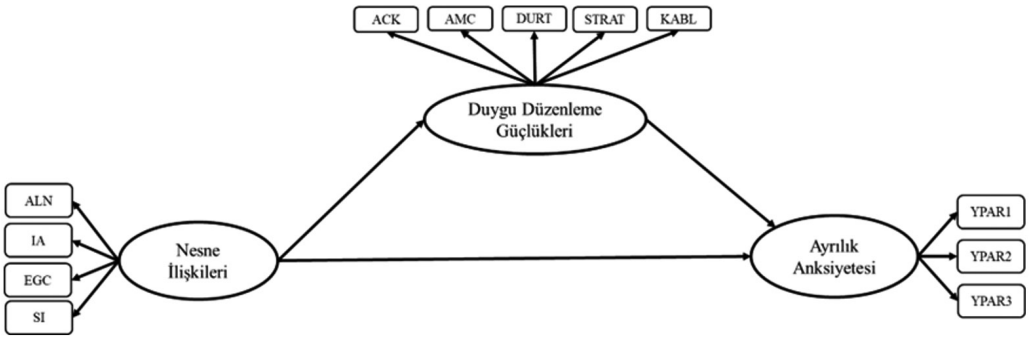
Duygu Düzenleme Güçlüğü Ölçeği 36 maddelik 6 alt boyuttan oluşan biz öz bildirim ölçeği olarak Gratz ve Roemer (2004) tarafından geliştirilmiştir. Brujeberg ve arkadaşları (2016) daha sonra ölçeğin "duygulara ilişkin farkındalık" alt boyutunu çıkartarak kısa formunu geliştirmişlerdir. Ortaya çıkan bu kısa formun 16 maddesi ve 5 alt boyutu bulunmaktadır. Alt boyutlar; duygulara ilişkin açıklık, duygusal tepkilerin kabul edilmemesi, duygu düzenleme stratejileri, dürtü-dürtü kontrolü ve hedefler. DDGÖ-Kısa Formunun Türkçe uyarlama çalışmaları ise İ. Yiğit ve M. Yiğit (2017) tarafından yapılmış olup iç tutarlılık katsayısı 0.92 olarak hesaplanmıştır. Bu araştırma için hesaplanan iç tutarlılık kat sayısı ise 0.94 olarak bulunmuştur. Ölçek hesaplanırken ölçekten alınan puanlar arttıkça duygu düzenleme güçlüğü düzeyi artmaktadır.

Bell Nesne İlişkileri ve Gerçeği Değerlendirme Ölçeği (BORRTI)

Ölçek 90 maddeden oluşan, doğru-yanlış şeklinde cevaplanan bir öz bildirim ölçeğidir. Ölçeğin iki alt boyutu vardır (nesne ilişkileri ve gerçeği değerlendirme) ve bu boyutlar ayrı ayrı kullanılabilmektedir. Bu çalışma kapsamında nesne ilişkileri alt boyutu kullanılmıştır. Ölçekten alınan puanlar arttıkça o alt boyutta yaşanan bozulmanın arttığı sonucuna ulaşılmaktadır. Nesne ilişkileri boyutunun da dört alt boyutu bulunmaktadır: yabancılaşma, güvensiz bağlanma, benmerkezcilik ve sosyal yetersizliktir (Bell, 1995; akt. Erbaş, 2015). Ölçeğin Türkçe uyarlama çalışmaları Uluç ve arkadaşları (2015) tarafından yapılmıştır. Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı nesne ilişkileri alt boyutu için .70 ile .80 arasında; gerçeği değerlendirme alt boyutu için .54 ile .77 arasında bulunmuştur (Uluç ve ark., 2015). Ölçeğin bu araştırma için iç tutarlık katsayısı ise .81 olarak hesaplanmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında test edilmek üzere Şekil 1'de verilen hipotez model belirlenmiştir. Bu modelde, nesne ilişkileri ile ayrılık anksiyetesi arasındaki ilişkide duygu düzenleme güçlüklerinin aracılık rolü değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında ifade edilen nesne ilişkileri kavramı patolojik nesne ilişkilerini temsil etmektedir. Elde edilen verilen IBM SPSS 24 ve Lisrel 8.8 paket programları kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmada istatistiksel anlamlılık düzeyi .05 olarak alınmıştır. Çalışmada betimsel istatistikler için ortalama, standart sapma, basıklık ve çarpıklık değerlerinden yararlanılmıştır. Değişkenler arası ilişkilerin değerlendirilmesinde ise Pearson Korelasyon Katsayısı ve Yapısal Eşitlik Modellemesi uygulanmıştır. Yapısal model testlerinin değerlendirilmesinde uyum iyiliği değerleri dikkate alınmıştır. Uyum iyiliği değerleri için kesme noktası olarak, RMSEA için <.10; CFI, IFI, NFI ve GFI için ≥.90 dikkate alınmıştır (Kline, 1998; Schumacher ve Lomax, 2004).



Şekil 1. Hipotetik Model

ACK: Duygu Düzenleme Ölçeği "Açıklık" alt boyutu toplam puanı, AMAC: Duygu Düzenleme Ölçeği "Amaçlar" alt boyutu toplam puanı, DURT: Duygu Düzenleme Ölçeği "Dürtü" alt boyutu toplam puanı, STRA: Duygu Düzenleme Ölçeği "Stratejiler" alt boyutu toplam puanı, KABL: Duygu Düzenleme Ölçeği "Kabul Etmeme" alt boyutu toplam puanı, ALN: Bell Nesne İlişkileri ve Gerçeği Değerlendirme Ölçeği Yabancılaşma alt boyutu toplam puanı, IA: Bell Nesne İlişkileri ve Gerçeği Değerlendirme Ölçeği Güvensiz Bağlanma alt boyutu toplam puanı, EGC: Bell Nesne İlişkileri ve Gerçeği Değerlendirme Ölçeği Egosantrizm alt boyutu toplam puanı, SI: Bell Nesne İlişkileri ve Gerçeği Değerlendirme Ölçeği Sosyal Yetersizlik alt boyutu toplam puanı, YPAR1-3: Yetişkin Ayrılma Anksiyetesi Anketi maddelerinden oluşturulmuş parseller.

İşlem

Çalışma İstanbul Aydın Üniversitesi Etik Kurul Komisyonu'nun 29.12. 2022 tarihli ve 2022/21 sayılı kararıyla uygun bulunarak etik onay almıştır. Araştırma başında katılımcılardan bilgilendirilmiş gönüllü onam alınmıştır ve devam etmek isteyen katılımcılar anketlere devam etmiştir. Demografik Bilgi formu ve Türkçe geçerlik ve güvenirlik çalışması yapılarak kullanıma uygun olan üç ölçek katılımcılara çevrimiçi ortamda iletilmiştir. Ölçeklerin doldurulması yaklaşık 20 dakika sürmüştür.

İstatiksel Analiz

Çalışma kapsamında nesne ilişkileri, patolojik nesne ilişkilerini temsil etmektedir. Çalışma kapsamında test edilmek üzere yapısal model belirlenmiştir (Şekil 1). Modelde, "Duygu Düzenleme Güçlükleri" örtük değişkeninin gözlenen değişkenleri olarak, Duygu Düzenleme Güçlüğü Ölçeği-Kısa Formu alt boyutlarından alınan ortalama puanlar; "Nesne İlişkileri" örtük değişkeninin gözlenen değişkenleri olarak, Bell Nesne İlişkileri ve Gerçeği Değerlendirme Ölçeği alt boyutlarından alınan ortalama puanlar ve "Ayrılık Anksiyetesi" örtük değişkeninin gözlenen değişkenleri olarak, Yetişkin Ayrılma Anksiyetesi Anketi maddelerinden oluşturuşmuş parseller atanmıştır.

Bu araştırmada verilerin dağılımına ilişkin bulgular basıklık ve çarpıklık değerleri incelenmiştir. Bu sınırlar çeşitli kaynaklara göre farklılık gösterse de sosyal bilimlerde yaygın kabul ±1.5 şeklindedir (Field, 2005: 72; Tabachnick & Fidell, 2013: 349). Bu çalışmada toplanan verilen çarpıklık ve basıklık değerlerinin incelendiğinde çarpıklık için değerlerin -.12 ile .89 arasında, basıklık değerlerinin ise -.05 ile -1.06 arasında değiştiği görülmektedir. Hesaplanan bu değerler göz önüne alındığında, verinin normal dağılımdan sapma göstermediği dolayısıyla normal dağılım sınırları içerisinde olduğu belirtilebilir.

Çalışmada gruplar arası ortalama farklarının değerlendirilmesinde bağımsız örneklemler için t-testi ve Yönlü ANOVA kullanılmıştır. Değişkenler arası ilişkilerin değerlendirilmesinde ise Pearson Korelasyon Katsayısı ve Yapısal Eşitlik Modellemesi uygulanmıştır.

Modelde yer alan gözlenen değişkenlere ilişkin betimleyici istatistikler Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Yapısal Modellerde Yer Alan Gözlenen Değişkenlere Ait Betimleyici İstatistikler

	$\bar{X}$	Ss	Çarpıklık	Basıklık
ALN	7.42	5.62	0.56	-0.48
IA	9.06	6.22	0.56	-0.30
EGC	9.47	5.45	0.17	-0.91
SI	6.37	4.23	0.82	0.46
ACK	4.84	2.11	0.88	0.06
AMAC	9.60	3.30	-0.12	-1.06
DURT	7.03	3.33	0.73	-0.32
STRAT	12.51	5.34	0.50	-0.65
KABL	7.04	3.45	0.75	-0.38
YPAR1	12.30	5.49	0.23	-0.43
YPAR2	9.46	4.72	0.44	-0.05
YPAR3	9.06	4.89	0.53	-0.31

ACK: Duygu Düzenleme Ölçeği "Açıklık" alt boyutu toplam puanı, AMAC: Duygu Düzenleme Ölçeği "Amaçlar" alt boyutu toplam puanı, DURT: Duygu Düzenleme Ölçeği "Dürtü" alt boyutu toplam puanı, STRA: Duygu Düzenleme Ölçeği "Stratejiler" alt boyutu toplam puanı, KABL: Duygu Düzenleme Ölçeği "Kabul Etmeme" alt boyutu toplam puanı, ALN: Bell Nesne İlişkileri ve Gerçeği Değerlendirme Ölçeği Yabancılaşma alt boyutu toplam puanı, IA: Bell Nesne İlişkileri ve Gerçeği Değerlendirme Ölçeği Güvensiz Bağlanma alt boyutu toplam puanı, EGC: Bell Nesne İlişkileri ve Gerçeği Değerlendirme Ölçeği Egosantrizm alt boyutu toplam puanı, SI: Bell Nesne İlişkileri ve Gerçeği Değerlendirme Ölçeği Sosyal Yetersizlik alt boyutu toplam puanı, YPAR1-3: Yetişkin Ayrılma Anksiyetesi Anketi maddelerinden oluşturulmuş parseller.

Bulgular

Yapısal modelde yer alan gözlenen değişkenler arası korelasyonlar da Tablo 2'de sunulmuştur.

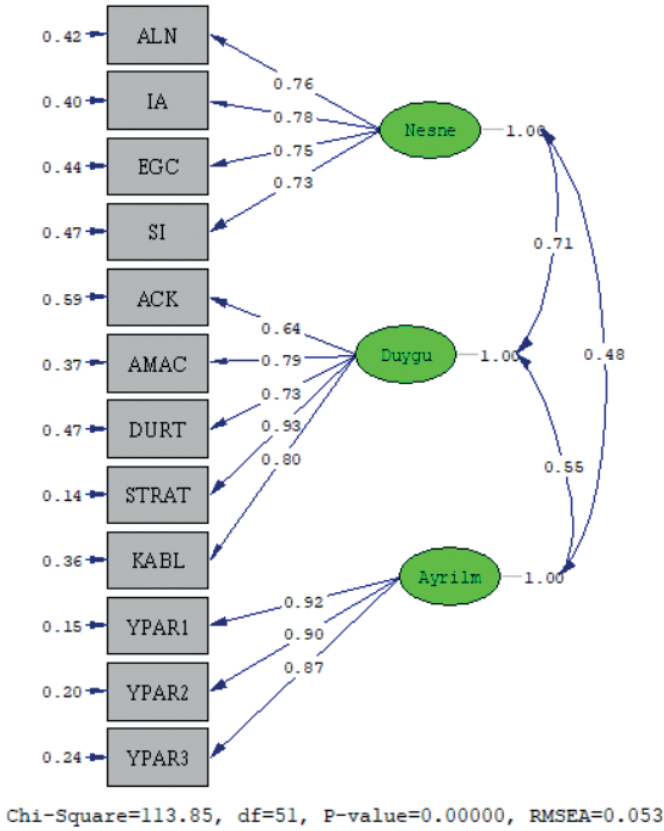
Tablo 2. Yapısal Modelde Yer Alan Gözlenen Değişkenler Arası İlişkiler Pearson Korelasyon Analizi Sonuçları

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ALN											
IA	.63**										
EGC	.55**	.56**									
SI	.59**	.58**	.54**								
ACK	.44**	.42**	.44**	.39**							
AMAC	.34**	.39**	.39**	.30**	.55**						
DURT	.41**	.37**	.47**	.35**	.50**	.57**					
STRAT	.47**	.50**	.55**	.45**	.58**	.75**	.65**				
KABL	.41**	.44**	.48**	.38**	.52**	.58**	.59**	.75**			
YPAR1	.34**	.33**	.38**	.27**	.29**	.38**	.42**	.47**	.39**		
YPAR2	.33**	.31**	.36**	.28**	.29**	.33**	.41**	.45**	.35**	.82**	
YPAR3	.29**	.29**	.30**	.22**	.20**	.32**	.39**	.38**	.31**	.81**	.78**

Not. *p < .05, **p<.01
ACK: Duygu Düzenleme Ölçeği "Açıklık" alt boyutu toplam puanı, AMAC: Duygu Düzenleme Ölçeği "Amaçlar" alt boyutu toplam puanı, DURT: Duygu Düzenleme Ölçeği "Dürtü" alt boyutu toplam puanı, STRA: Duygu Düzenleme Ölçeği "Stratejiler" alt boyutu toplam puanı, KABL: Duygu Düzenleme Ölçeği "Kabul Etmeme" alt boyutu toplam puanı, ALN: Bell Nesne İlişkileri ve Gerçeği Değerlendirme Ölçeği Yabancılaşma alt boyutu toplam puanı, IA: Bell Nesne İlişkileri ve Gerçeği Değerlendirme Ölçeği Güvensiz Bağlanma alt boyutu toplam puanı, EGC: Bell Nesne İlişkileri ve Gerçeği Değerlendirme Ölçeği Egosantrizm alt boyutu toplam puanı, SI: Bell Nesne İlişkileri ve Gerçeği Değerlendirme Ölçeği Sosyal Yetersizlik alt boyutu toplam puanı, YPAR1-3: Yetişkin Ayrılma Anksiyetesi Anketi maddelerinden oluşturulmuş parseller.

Çoklu doğrusal bağlantı: Çoklu doğrusal bağlantı, bağımsız değişkenlerin aşırı derecede ilişkili olduğu anlamına gelmektedir. Değişkenler arasındaki ilişki .90 ve daha yüksek olduğu zaman problem teşkil etmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013: 88). Bu çalışmada, değişkenler arasında çoklu bağlantı probleminin olup olmadığı kontrol edildiğinde hiçbir değişken arasındaki korelasyon katsayısının .90'ın üzerinde olmadığı tespit edilmiştir (bkz. Tablo 3).

Ölçme modeli test edilirken iki aşamalı yaklaşım benimsenmiştir. Bu nedenle yapısal modelden önce modele ilişkin ölçme modeli test edilmiştir. Analiz sonucunda oluşan bu modele ait uyum iyiliği değerlerinin χ2/Sd (113.85/51) = 2.23, p=.001, IFI = .99, NNFI = .99; CFI = .99; GFI = .96; SRMR: .038; RMSEA = .053 (RMSEA için güven aralığı = .040–.066) şeklinde ve kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmektedir. Analiz sonucunda ölçüm modelinde elde edilen standardize edilmiş yol katsayıları Şekil 2'de verilmiştir.



Şekil 2. Ölçme Modeline Ait Standardize Edilmiş Yol Katsayıları

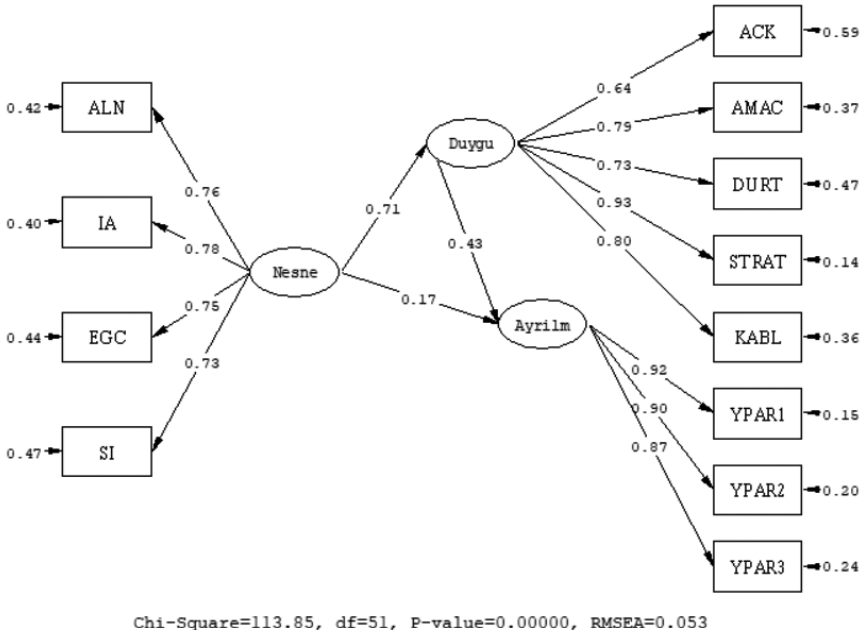
Ölçüm modeli test edildiğinde, örtük değişkenlere ilişkin elde edilen tüm korelasyon katsayılarının istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Örtük değişkenler arasında en yüksek ilişki katsayısı nesne ilişkileri ile duygu düzenleme güçlükleri arasında *(r = .71, p < .01)* bulunurken, en düşük ilişki katsayısı nesne ilişkileri ile ayrılık anksiyetesi arasında *(r = .48, p < .01)* bulunmuştur. Elde edilen korelasyon değerleri Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Yapısal Modelde Yer Alan Örtük Değişkenlere İlişkin Korelasyonlar

Örtük Değişken	**1**	**2**	**3**
1. Nesne İlişkileri	-		
2. Duygu Düzenleme Güçlükleri	.71*	-	
3. Ayrılık Anksiyetesi	.48*	.55*	-

*p<.01

Araştırma kapsamında test edilmesi amaçlanan modele (Şekil 1) ait ölçüm modeli test edildikten sonra yapısal modellerin testi yapmıştır. Yapısal model test edildiğinde, yapılan analiz sonucunda oluşan uyum iyiliği değerlerinin χ2/Sd (115.03/41) = 2.81, p=.001, IFI = .99, NNFI = .98; CFI = .99; GFI = .95; SRMR: .039; RMSEA = .064 (RMSEA için güven aralığı = .064–.079) şeklinde ve kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmektedir. Analiz sonucunda oluşan modele ilişkin standardize edilmiş yol katsayıları Şekil 3'de verilmiştir.



Şekil 3. Yapısal Modelde Hesaplanan Standardize Edilmiş Yol Katsayıları, *p<.05

Analiz sonucuna göre, nesne ilişkilerinin duygu düzenleme güçlükleri (β = .71, *p < .05*) ve ayrılık anksiyetesi (β = .17, *p < .05*) üzerinde anlamlı yordayıcılık etkisi olduğu, ayrıca duygu düzenleme güçlüklerinin ayrılık anksiyetesi (β = .43, *p < .05*) üzerinde anlamlı bir yordayıcılık etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Aracı değişken olarak ele alınan duygu düzenleme güçlüklerinin aracılık etkileri test edilmiştir. Modelde nesne ilişkilerinden ayrılık anksiyetesine giden yol katsayısının (β = .17, *p <.05*) olduğu belirlenmiştir; ancak bu yol katsayısının diğer değişkenlerin etkisi olmadığında (β = .48, *p<.05*) olduğu görülmektedir. Buradan yola çıkarak modelde nesne ilişkileri ile ayrılık anksiyetesi arasındaki ilişkide duygu düzenleme güçlüklerinin kısmi aracılık etkisi olduğu görülmektedir. Modelde yer alan dolaylı etkilerin anlamlılık düzeyi Bootstrapping yöntemi ile de test edilmiştir (Shrout ve Bolger, 2002). Bootstrapping analizi sonucunda elde edilen bulgulara göre, modelde bulunan dolaylı etkilerin .05 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

Genel olarak modelde açıklanan varyanslar örneklemde değerlendirildiğinde, nesne ilişkileri ve duygu düzenleme güçlükleri değişkenlerinin birlikte ayrılık anksiyetesi değişkeninin yaklaşık % 31'ini açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tartışma

Çalışmada nesne ilişkilerinin yetişkin ayrılık anksiyetesi ve duygu düzenleme güçlüğü ile ilişkisi incelenmiş ve nesne ilişkileri ile yetişkin ayrılık anksiyetesi arasındaki ilişkide duygu düzenleme güçlüğünün aracılık rolüne bakılmıştır. Elde edilen bulgulara göre araştırma hipotezlerinin doğrulanma durumu incelendiğinde, patolojik nesne ilişkileri puanı arttıkça yetişkin ayrılık anksiyetesinin artacağını belirten birinci hipotez ve patolojik nesne ilişkileri puanı arttıkça duygu düzenleme güçlüğünün artacağını belirten ikinci hipotez doğrulanmıştır. Patolojik nesne ilişkileri ile yetişkin ayrılık anksiyetesi arasındaki ilişkide duygu düzenleme güçlüğünün aracılık rolü olduğunu belirten üçüncü hipotez test

edildiğinde tam aracılık değil; kısmi bir aracılık rolü bulunmuştur. İlk hipotez sonuçlarına göre patolojik nesne ilişkileri ile yetişkin ayrılık anksiyetesi arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. Çalışmanın bu sonucu literatürdeki kuram ve araştırmalarla uyumlu bulunmuştur (Bowlby, 1973; Gümüş, 2017; İlhan, 2018; Lee vd., 2018; Bayhan, 2019; Namlı vd., 2022).

İlk nesneyle güvenli bir bağlanma ilişkisi yaşamayan öznenin, yetişkin hayatında da diğerleri ile kurduğu ilişkilerde güvensiz bağlanma biçimlerinin özelliklerini göstereceği muhtemel kabul edilmektedir. İlk önemli ötekiler olan bakım verenler tarafından bebeğe güvenli bir ortam verilemediğinde, bebek yetişkin hayatında bu sağlıksız ilişkinin yansımalarını kurduğu yeni ilişkilerde de deneyimleyecek ve her yakın ilişkisinde nesnenin devamlılığı kesintiye uğrayacaktır (Kakırman Moroğlu, 2022). Başka bir ifadeyle erken dönem ebeveynlerle yaşanan deneyimler ve kurulan ilişki; çocuğun ihtiyaçlarının uygun tepkilerle karşılanmadığı ve çocuğa doyum veren bir yaşantı olmadığında çocuğun ilk nesne deneyimleri olumsuz olacaktır ve yaşam boyu kuracağı tüm ilişkilerde bu deneyimler tekrarlayıcı bir şekilde ortaya çıkacaktır (Baum, 2006). Bakım verenler tarafından bebeğe güvenli bir ortam sağlanamadığında bebek bu sağlıksız ilişkinin yansımalarını yetişkin hayatında kuracağı ilişkilerde de deneyimleyecektir. Bakım verenin en önemli görevlerinden biri bebeğin yaşadığı kaygıyı azaltma ve yok etme ihtiyacını giderebilmesidir. Bu noktada bakım veren bebek için doğru bir referans noktası oluşturmaktadır (Soysal ve Bodur, 2004). Bakım veren, çocuğun ihtiyaçlarını doğru anlayarak kaygılarını gideremediğinde çocuk ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına sıkça destek arayışına girmekte ve bu döngüden hiç çıkamayacak bir yapı geliştirebilmektedir (Wenar ve Kerig, 2000; Soysal ve Bodur, 2004). Çocuğun bağımsızlık ve destek ihtiyacına uygun tepkileri veremeyen ebeveynler çocukta ayrılık anksiyetesi gelişimine zemin hazırlamaktadırlar (Soysal ve Bodur, 2004; Picardi vd., 2013; Mahler vd., 2020; Ayano vd., 2021). Ebeveynlerin çocuk için güvensiz ve reddedici olduğu durumda, çocuk sürekli olarak ebeveynin varlığından emin olma ihtiyacı içinde kalarak bağımlı davranışlar sergileyebilmektedir. Bu arayış sıklıkla ayrılık anksiyetesine neden olmaktadır (Picardi vd., 2013). Sağlıksız kabul edilen güvenli bağlanma dışındaki bağlanma biçimleri ve patolojik nesne ilişkileri benzer değişkenler olarak ele alınarak literatür incelenmiştir. Bağlanma biçimleri ile yapılan farklı çalışmalarda da güvensiz bağlanan bireylerin daha fazla kaygı bozukluğu geliştirdikleri ve ayrılık anksiyetesi düzeylerinin daha yüksek olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır (Picardi vd., 2013; Gümüş, 2017; İlhan, 2018; Unlubilgin vd., 2021). Öte yandan sağlıklı nesne ilişkilerinin ve güvenli bağlanmanın oluşumu için ebeveynlerin varlığı ve sağlıklı aile ortamı da belirleyicidir (Bowlby,1969-1973; Winnicott, 2001-2013). Parçalanmış ailede ve tam ailede büyüyen bireylerin ayrılık anksiyetesi karşılaştırıldığında parçalanmış ailede büyümenin yetişkin ayrılık anksiyetesi için önemli bir risk faktörü olduğu görülmüştür (Bayhan, 2019). Downey ve diğerleri (2000) güvenli bağlanan ergenlerin diğer bağlanma stiline sahip ergenlerden daha kolay duygularını ifade edebildiklerini ve ebeveyn ilişkilerinde daha az problem yaşadıklarını çalışmalarında bildirmişlerdir.

Çalışmada patolojik nesne ilişkilerinin duygu düzenleme güçlüğünü yordadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bakım veren bebeğin ihtiyaçlarına uygun ve doğru tepkiler verdiğinde bebek sağlıklı bir kendilik algısı oluşturabilmektedir. Bakım verenin üstlendiği ayna rolü çocuğun duygu düzenleme becerileri geliştirmesinde ve sağlıklı bir kimlik algısı oluşturmasında önemli bir destekleyicidir (Wenar ve Kerig, 2000). Literatür incelendiğinde Bowlby (1973) çalışmasında erken dönemde bebek ve bakım veren ilişkisinin duygu düzenleme becerilerinin oluşumunda belirleyici olduğunu belirtmiştir. Bağlanma kuramına göre erken dönemde deneyimlenen ilişkiler doğrultusunda hem duygu düzenleme becerileri öğrenilmektedir hem de reddedilme duyarlılığı gelişebilmektedir. Kişinin bağlanma biçimi, duygu düzenleme becerilerinin gelişiminde önemli bir belirleyici olarak kabul edilmektedir. Bağlanma kaygısının yüksek olması duygu düzenleme güçlüğü düzeyini de arttırmaktadır. Downey ve diğerleri (2000) yaptıkları çalışmada ergenlerin bağlanma biçimleri ile duygu düzenleme becerilerini inceleyerek güvenli bağlanma stiline sahip olanların diğer bağlanma stiline sahip olanlara göre daha kolay bir şekilde duygularını ifade ettikleri ve ebeveyn ilişkilerinde daha az tartışma yaşadıkları sonucuna ulaşmışlardır.

Duygu düzenleme becerileri ile ebeveyn tutumlarının ilişkisini inceleyen ve bu becerinin bebeklikten itibaren geliştiğini gösteren pek çok çalışma bulunduğu görülmüştür (Çuhadaroğlu Çetin, 2001; Paivio ve Laurent, 2001; Akdur ve Aslan, 2017; Aktaş ve Şahin, 2018). Paivio ve Laurent (2001)

çalışmalarında çocuğun duygu ve ihtiyaçlarının ebeveyn tarafından empatik doğrulamayla çocuğun duygusal deneyimlerini tanımayı, isimlendirmeyi ve tanımladığını öğrendiğini belirtmiştir. Çocuk bu sayede iletişim becerilerini de geliştirerek öz kontrolü ve kendini tanımayı öğrenmektedir. Bu sayede kişilerarası ilişkilere sağlıklı yatırım yapmaktadır. Paivio ve Laurent'e (2001) göre ebeveyn empatisi, duygu düzenleme kapasitelerinin geliştirilmesinde merkezi bir rol oynamaktadır. Çocuklukta çeşitli sebeplerden bu empatiden yoksun kalmış ve işlevsel olmayan duygu düzenleme becerileri öğrenmiş kişinin yetişkin yaşantısında da bu becerilerin alışılmış baş etme yöntemi haline gelerek ilişkilerini olumsuz etkilediğini belirtmektedirler. Araştırmalar da benzer olarak duygu düzenleme becerilerinin öğrenilmesinde ebeveynlerinin rolünün önemini göstermektedir. Pek çok kuramcı çocuğun duygu düzenleme becerilerini öğrenebilmesi için bir dış destek mekanizmasına ihtiyaç olduğu görüşündedir. Ebeveynlerin bu noktada iyi bir rehberlik verememesi çocuklarda hem aşırı hem yetersiz duygu kontrolü sorunlarına yol açabilmektedir (Campos vd., 2004; Cole vd., 2004; Simpson vd., 2007; Atalar ve Atalay, 2018). Başka bir çalışmada da Dereboy ve diğerleri (2018) çocukluk çağı travmalarının kişinin duygu düzenleme becerilerini ve kimlik oluşum sürecini etkilemekte olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Duygu düzenleme güçlüğünün nesne ilişkileri ve yetişkin ayrılık anksiyetesi arasındaki ilişkide kısmi aracılık rolü olduğu bulunmuştur. Duygu düzenleme güçlükleri, kişinin uyum sağlama becerisini engelleyerek kişilerarası ilişkilerde de sorun yaşamasına neden olabilmektedir (Lee ve Woodruff-Borden, 2018). Literatür incelendiğinde duygu düzenleme zorlukları yaşayan kişilerin ilişkilerinde de daha sık sorun yaşadıkları ve ilişki doyumlarının düşük olduğu görülmüştür. İlişkilerin kalitesi ve doyumu için duygu düzenleme becerilerinin koruyucu olduğu görülmektedir (Levenson vd., 2014; Tani vd., 2015; Karataş, 2019). Rosen ve Epstein (2010) bu sonucu destekler şekilde olumlu duygu düzenleme becerilerinin duyguların abartılı ve yıkıcı taraflarının deneyimlenmesini engellediği ve böylece duygusal tepkiselliğin önüne geçtiğini belirtmişlerdir. Bu bağlamda birçok aile ve çift terapisti çift terapisinde duyguların farkına varılması ve etkili ifade edilmesi gibi duygu düzenleme becerileri çalışmaktadır (Fruzetti, 2006; Rick vd., 2017).

Öte yandan duygu düzenleme güçlüğünün duygusal tepkisellik, dürtüsel davranışlar, odaklanma ve dikkat sorunları ve psikolojik belirtiler ile ilişkili olduğunu gösteren çalışmalar görülmektedir (Rosen ve Epstein., 2010; Yumuşak, 2019; Wahlstedt vd., 2019). Wahlstedt (2019) çalışmasında olumsuz duygusal tepkiselliğin dürtüsel davranışlar, odaklanma sorunları ve dikkat eksiklik problemlerini ortaya çıkardığını söylemektedir. Depresyon, anksiyete ve bipolar bozukluk gibi özellikle duygu durum bozukluklarının etiyolojisinde duygu düzenleme güçlüğü etkili bir rol oynamaktadır (Henry ve Dargel, 2019). Lee ve Woodruff-Borden (2018) çalışmalarında yüksek duygusal tepkiselliğin kişinin uyum sağlama becerilerini olumsuz anlamda etkilediği ve bunun psikolojik bozukluklara yol açabileceği ileri sürmektedirler. Adrian ve diğerleri (2011) benzer olarak duygu düzenleme sorunları yaşayan bireylerin kişilerarası ilişkilerinde daha çok sorun yaşadıklarını, öfke kontrol problemleri olduğunu ve kendine zarar verme, suisid düşünceler ve ciddi psikolojik rahatsızlıklara kadar ilerleyebilen sıkıntılar yaşayabileceklerini bildirmişlerdir. Duygu düzenleme güçlükleri psikolojik yapıyı tehdit ederek psikolojik rahatsızlıkların gelişimine ortam hazırlayabilmektedir (Atalar ve Atalay, 2018).

İlgili literatür ve araştırma sonucundan yola çıkarak patolojik nesne ilişkileri ve duygu düzenleme güçlükleri olan bireylerde yetişkin ayrılık anksiyetesinin de yüksek olacağı ve ruh sağlığının olumsuz etkileneceği söylenebilir. Bu bağlamda duygu düzenleme güçlüğü yakın ilişkilerin dinamiği için önemli bir kavram olarak ele alınmaktadır. Yetişkin ayrılık anksiyetesi deneyimleyen kişinin yakın ilişkilerinde ciddi bozulmalar görülmektedir. Duygu düzenleme güçlüğünün kısmi aracılık rolü sayesinde bireylerin duygu düzenleme becerilerinin geliştirilmesinin yetişkin ayrılık anksiyetesi üzerinde olumlu etkisi olacağı düşünülmektedir. Klinik ortamda yetişkin ayrılık anksiyetesi ile çalışılırken kişinin ilişkilerinde yaşadığı sorunların azaltılması noktasında da duygu düzenleme güçlüğünün çalışılmasının terapötik açıdan etkili olabileceği öngörülmüştür. Duygu düzenleme güçlüğünün kısmi aracılık rolünün bulunması çalışmanın klinik yansımaları için önemli kabul edilmektedir. Klinik ortamda patolojik nesne ilişkilerinin yetişkin ayrılık anksiyetesi üzerindeki etkisinde duygu düzenleme becerilerinin çalışılması, patolojik nesne ilişkileriyle yetişkin ayrılık anksiyetesi arasındaki ilişkiyi destekleyici, dönüştücü bir rolde olabilecektir.

Sonuç

Özetle bu çalışma kapsamında 18-40 yaş arasındaki bireylerin nesne ilişkileri, yetişkin ayrılık anksiyetesi ve duygu düzenleme güçlüğü düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Ek olarak nesne ilişkileri ve yetişkin ayrılık anksiyetesi arasındaki ilişkide duygu düzenleme güçlüğünün aracılık rolü olup olmadığı incelenmiştir. Çalışma sonuçlarına göre nesne ilişkileri, yetişkin ayrılık anksiyetesi ve duygu düzenleme güçlüğü arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Duygu düzenleme güçlüğünün nesne ilişkileri ve yetişkin ayrılık anksiyetesi arasındaki ilişkide kısmi aracılık rolü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre kişinin erken dönemde içselleştirilen nesne ilişkileri, yaşam boyu kuracağı ilişkileri etkilemekte olup yetişkin ayrılık anksiyetesi ile ilişkilidir. Bu bulgu klinik ortamda yetişkin ayrılık anksiyetesi ile patolojik nesne ilişkileri arasındaki ilişkide duygu düzenleme becerileri üzerinden çalışılarak yetişkin ayrılık anksiyetesi gibi sorunlar üzerinde olumlu sonuçlar alınabileceğini göstermektedir. Duygu düzenleme güçlüğünün patolojik nesne ilişkileri ve yetişkin ayrılık anksiyetesi ile ilişkisindeki kısmi aracılık mekanizması incelendiğinde duygu düzenleme becerilerinin adaptif bir dönüştürücü olarak işlev görerek yetişkin ayrılık anksiyetesinin azaltıcı bir işlevinin olacağı düşünülmektedir. Bu sonuç klinik bağlamda birçok aile ve çift terapistinin duyguların farkına varılması ve etkili ifade edilmesi gibi duygu düzenleme becerilerinin çalışılmasının yetişkin ayrılık anksiyetesi gibi olumsuz etkilerin azaltılabileceğine işaret etmektedir.

Duygu düzenleme güçlüğünün nesne ilişkileri ve yetişkin ayrılık anksiyetesi arasındaki ilişkide kısmi aracılık rolünün olması sonucu, çalışmanın klinik yansımaları için oldukça önemli bulunmaktadır. Bu sonuç; çalışmayı özgün ve önemli kılan noktalardan biri olarak kabul edilmektedir. Öte yandan literatürde nesne ilişkileri, yetişkin ayrılık anksiyetesi ve duygu düzenleme güçlüğü değişkenlerini birlikte ele alan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu durum çalışmanın özgünlüğüne katkı sağlamaktadır.

Nesne ilişkileri ve duygu düzenleme güçlüğü arasındaki ilişkinin derinlemesine anlaşılması, klinik uygulamalarda etkili müdahalelerin geliştirilmesi için önemlidir. Çalışmanın değişkenlerinden nesne ilişkileri kavramı dinamik temelli bir kavramken duygu düzenleme güçlüğü kavramı daha çok bilişsel temelli terapilerde veya yeni nesil terapi ekollerinde kullanılmaktadır. Bu iki kavramın bir arada kullanılarak aradaki ilişkinin incelendiği bir çalışmanın gelecek araştırmacılara da fikir verebileceği düşünülmektedir. Araştırmada farklı kuramlara ait kavramların bir arada kullanılarak klinik ortamda sıkça karşılaşılan YAA gibi psikiyatrik bir bozukluğun tüm yönleriyle anlaşılmasına ve tedavi yöntemlerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ek olarak çalışmanın sonuçlarının daha genellenebilir olabilmesi için gelecek araştırmacılara daha dengeli bir örneklem grubuyla çalışılması ve farklı yaş grupları ile çalışılması önerilmektedir. Nesne ilişkileri kavramının psikodinamik terminolojiye ait bir kavram olması nedeniyle, sonraki araştırmalarda objektif ölçme araçlarının yanında Rorschach Mürekkep Testi, Tematik Algı Testi gibi projektif ölçme araçlarının kullanılması önerilmektedir.

Beyanlar

Etik İlkelere Uygunluk: Bu çalışmanın etik kurul onayı İstanbul Aydın Üniversitesi'nden alınmıştır (Tarih:29.12.2022, No: 2022/21).

Çıkar Çatışması Beyanı: Bu çalışmanın yazarları arasında herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır ve çalışma herhangi bir fon ile gerçekleştirilmemiştir.

Kaynaklar

ADRIAN, M., ZEMAN, J., ERDLEY, C., LISA, L., ve SIM, L. (2011). Emotional dysregulation and interpersonal difficulties as risk factors for nonsuicidal self-injury in adolescent girls. *Journal of Abnormal Child Psychology,* 39(3), 389-400.

AKDUT, S. ve ASLAN, B. (2017). Duygusal zekâ ile ilişki doyumu arasında duygu düzenleme güçlüğü ve romantik kıskançlığın aracı rolü. *Nesne,* 5(9), 71-88.

AKTAŞ, A. ve ŞAHİN, M. (2018). Narsisistik özellik, öz-şefkat ve duygu düzenleme güçlüğü arasındaki ilişkinin incelenmesi, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, Cilt 5 (6), 362-374.

Amerikan Psikiyatri Birliği [APA]. (2014). Ruhsal bozuklukların tanısal ve sayımsal el kitabı (DSM-5), Beşinci Baskı, 113-114, Tanı ölçütleri el kitabı. (E. Köroğlu, Çev.) Ankara: Hekimler Yayın Birliği.

ATALAR, D. S. ve ATALAY, A. A. (2018). Ergenlik Döneminde Duygu Düzenleme ve Ruh Sağlığı: Ana-Babanın ve Mizacın Rolü. (BİLDİK, T., Ed.). Ergenlik Dönemi ve Ruhsal Bozukluklar. Ankara: Türkiye Klinikleri, 84-90.

AYANO, G., BETTS, K., MARAVILLA, J. C. ve ALATI, R. (2021). The risk of anxiety disorders in children of parents with severe psychiatric disorders: a systematic review and meta-analysis. *Journal of Affective Disorders*, 282, 472-487.

BALDWIN, D., GORDON, R., ABELLI, M. Ve PINI, S. (2016). The separation of adult separation anxiety disorder. *CNS Spectrums*, 21(04), 289- 294. doi:10.1017/s1092852916000080.

BAUM, N. (2006). A Kleinian perspective on the divorce process: From the paranoid-schizoid to the depressive position. *Clinical Social Work Journal*. 34(3), 279-292.

BAYHAN, H. Z. (2019). Parçalanmış ailede ve tam ailede büyümüş kişilerin yetişkin ayrılık anksiyetesi belirtileri açısından karşılaştırılması (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.

BAYSAN ARABACI, L., AYAKDAŞ DAĞLI, D. Ve TAŞ, G. (2018). Madde kullanım bozukluklarında duygu düzenleme güçlüğü ve hemşirelerin rol ve sorumlulukları. *Bağımlılık Dergisi (Journal of Dependence)*, 19(1),10-16.

BEKKER, M. Ve VAN MENS-VERHULST, J. (2007). Anxiety disorders: sex differences in prevalence, degree, and background, but gender-neutral treatment. *Gend Med*, 4: 178-193.

BOWLBY, J. (1969). Attachment and Loss, Vol. 1: Attachment. London: Pimlico.

BOWLBY, J. (1973). Attachment and Loss: Vol. 2. Separation: Anxiety and Anger. New York: Basic Books.

BÖGELS, S. M., KNAPPE, S. ve CLARK, L. A. (2013). Adult separation anxiety disorder in DSM-5. *Clinical Psychology Review*, 33(5), 663-674.

BJUREBERG J., LIOTSSON, B., TULL, M. T., HEDMAN, E., SAHLIN, H., LUNDH, L-G., BJAREHED, J., DILILLO, D., MESSMAN-MOORE, T., GUMPERT, C., H., GRATZ, L. K. (2016). Development and validation of a brief version of the difficulties in emotion regulation scale: the ders-16. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 38 (2), 284-296. DOI: 10.1007/s10862-015-9514-x.

CAMPOS, J. J., FRANKEL, C. B. Ve CAMRAS, L. (2004). On the Nature of Emotion Regulation. *Child Development,* 75(2), 377-394.

CALABRESE, M. L., FARBER, B. A. ve WESTEN, D. (2005). The relationship of adult attachment constructs to object relational patterns of representing self and others. *Journal of the American Academy of Psychoanalysis and Dynamic Psychiatry*. 33(3), 513-530.

CALKINS, S. D., ve HILL, A. (2007). *Caregiver Influences on Emerging Emotion Regulation: Biological and Environmental Transactions in Early Development.* Gross, J. J. (Ed.). handbook of Emotion Regulation. New York: The Guilford Press.

COLE, M. P., MARTIN, S. E. Ve DENNIS, T. A. (2004). Emotion regulation as a scientific construct: methodological challenges and directions for child development research. *Child Development,* 75(2), 317-333.

ÇALIŞIR, M. (2009). Yetişkin bağlanma kuramı ve duygulanım düzenleme stratejilerinin depresyonla ilişkisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 240-255.

ÇUHADAROĞLU ÇETİN, F. (2001). Kendilik patolojisi belirtisi olarak kimlik kargaşası. *Türk Psikiyatri Dergisi,* 12(4), 309-314.

DENNIS, T.A. (2007). Interactions between emotion regulation strategies and affective style: Implications for trait anxiety versus depressed mood. *Motivation and Emotion*, 31, 200-207.

DEREBOY, Ç., ŞAHİN DEMİRRKAPI, E., ŞAKİROĞLU, M. Ve ŞAFAK ÖZTÜRK, C. (2018). Çocukluk çağı travmalarının, kimlik gelişimi, duygu düzenleme güçlüğü ve psikopatoloji ile ilişkisi. *Türk Psikiyatri Dergisi,* 29(4).

DEVECİ, G. (2021). Yetişkin bireylerin nesne ilişkileri ve savunma düzenekleri ile romantik ilişki doyumları ve cinsel doyumları arasındaki ilişkinin incelenmesi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.

DİRİÖZ, M. (2010). Ayrılma anksiyetesi için yapılandırılmış Klinik Görüşme, Çocukluk ve Yetişkinlik Ayrılma Anksiyetesi Ölçekleri›nin geçerlik ve güvenirliği (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

DOOLEY, M., ve STEWART, J. (2007). Family income, parenting styles and child behavioural-emotional outcomes. *Health economics*, 16(2), 145-162.

DOWNEY, G., FELDMAN, S. ve AYDUK, Ö. (2000) Rejection Sensitivity And Male Violence İn Romantic Relationships, *Pers Relat,* 7(1),45-61.

EPÖZDEMİR, H. (2014). Seri evlilik yapan bireylerin ilk ve ikinci evliliğini yapmış bireyler ile nesne ilişkileri, yansıtmacı özdeşleşim, savunma mekanizmalarının düzeyi, psikolojik belirtiler ve ilişki doyumu açısından karşılaştırılması: nesne ilişkileri çift terapisi modeli çerçevesinde bir inceleme (Yayımlanmamış doktora tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

ERBAŞ, S. (2015). Yeme tutumlarının nesne ilişkileri kuramı çerçevesinde incelenmesi, (Yayımlanmamış doktora tezi), Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

ERIKSON, E. H. (2014). İnsanın Sekiz Evresi. G. Akkaya (çev.), İstanbul: Okuyan Us Yayınları

ERTEN, Y. (2006). Psikanalizden Dinamik Terapilere Seminer Notları. İçgörü Psikoterapi Merkezi, İstanbul.

FARAJI, H. ve ÖZEN, D. Z. (2022). Yetişkin ayrılık anksiyetesinin, ayrılık anksiyetesi ile beliren yetişkinlikte bireyleşme düzeyi arasındaki aracı rolü*. Mavi Atlas*, 10(1), 47-69.

FRUZZETTI, A. E. (2006). The high-conflict couple: a dialectical behavior therapy guide to finding peace, intimacy, and validation. New Harbinger Publications.

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.

GROSS, J. J. (1998). The emerging field of emotion regulation: An integrative review. *Review of General Psychology,* 2 (3), 271-299.

GÜMÜŞ, C. (2017). Ebeveynleri Boşanmış 21 yaş ve Üzeri yetişkin bireylerin kişilerarası ilişkilerindeki bağlanma modelleri ve ayrılma kaygılarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Haliç Üniversitesi, İstanbul.

HABİP, B. (2011). Özgürlük arayışına adanmış psikanalitik bir yaşam Donald Woods Winnicott (1896-1971): düşüncesi ve pratiği. *Doğu-Batı,* 56: 197-213.

HAZAN, C. ve SHAVER, P. (1987). Romantic love conceptualized as an attachment process. *Journal of Personality and Social Psychology*. 52(3), 511.

HENRY, C., ve DARGEL, A. (2019). The relevance of emotional reactivity in the clinical practice of bipolar disorder. *In Bıpolar Disorders*, 55- 56, New Jersey: Wiley.

IRMAK, M. Y. (2016). Ayrılık anksiyetesi bozukluğu ile ilişkili okul reddi; Bir ergen olgu. *Çağdaş Tıp Dergisi*, 6(4), 357-360.

İLHAN, E. (2018). Yetişkin ayrılma anksiyetesi ve bağlanma arasındaki ilişki. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.

JOSHI, S. ve THINGUJAM, N. S. (2009). Perceived emotional intelligence and marital adjustment: Examining the mediating role of personality and social desirability. *Journal of the Indian Academy of Applied Psychology,* 35, 79– 86.

KAKIRMAN MOROĞLU, A. (2021). İlişki dışı ilişki (aldatma) eğiliminin nesne ilişkileri kuramı çerçevesinde incelenmesi: ilişki doyumu ve savunma mekanizmalarının aracılık etkisi. (Yyaımlanmamış doktora tezi). İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul.

KARATAŞ, Z. (2019). Romantik ilişki doyumu ile duygu düzenleme güçlüğü ve kişiler arası tarz arasındaki ilişkinin incelenmesi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Maltepe Üniversitesi, İstanbul.

KASPI, S. P., OTTO, M. W., POLLACK, M. H., EPPINGER, S. Ve ROSENBAUM, J. F. (1994). Premenstrual exacerbation of symptoms in women with panic disorder. *Journal of Anxiety Disorders*, 8, 131– 138.

KERNBERG, O. F. (2012). Sınır durumlar ve patolojik narsisizm. M. Atakay, Çev., 3. baskı. İstanbul: Metis Yayınları (original baskı tarihi 1975).

KERNBERG, O. F. (2003). Aşk ilişkileri: Normallik ve Patoloji**.** A. Yılmaz (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları (orijinal baskı tarihi 1998).

KLEIN, M. (1952). The origins of transference. *International Journal of Psychoanalysis*, *33*(4), 433-438.

KLEIN, M. (2021). Haset ve Şükran. (7. Basım). O. Koçak ve Y. Erten (çev.), İstanbul: Metis Yayınları (orijinal baskı tarihi 1957).

KLINE, R. B. (1998). Principles and Practice of Structural Equation Modeling. The Guilford Press.

LEE, A. H., ve WOODRUFF-BORDEN, J. (2018). Roles of emotional reactivity, intolerance of uncertainty, and negative problem orientation on developing childhood worry. *Personality and Individual Differences*, 135, 25-30.

LEVENSON, R. W., HAASE, C. M., BLOCH, L., HOLLEY, S. R. Ve SEIDER, H. (2014). Emotion regulation in couples. İçinde J. J. Gross (Ed.), Handbook of emotion regulation (2nd ed., ss. 267–283). Guilford Press.

LEVINSON, D. J. (1986). A conception of adult develeopment. *Journal Of Abnormal Psychology*, 41, 3-13.

LI, S. H. ve GRAHAM, B. M. (2017). Why are women so vulnerable to anxiety, trauma-related and stress-related disorders? The potential role of sex hormones. *The Lancet Psychiatry*, 4(1), 73–82. doi:10.1016/s2215- 0366(16)30358-3

MAHLER, M. S. (1974). Symbiosis and individuation: The psychological birth of the human infant. *The Psychoanalytic Study of the Child*. 29(1), 89- 106.

MAHLER, M., PINE, F. ve BERGMAN, A. (2020). İnsan yavrusunun psikolojik doğumu, A. N. Babaoğlu (çev.), İstanbul: Metis Yayınları, Dördüncü Basım (orijinal baskı tarihi 1975).

MANICAVASAGAR, V., SILOVE, D. Ve CURTIS, J. (1997). "Separation Anxiety İn Adulthood: A Phenomenological İnvestigation", *Comprehensive Psychiatry*, 38(5), 274-282.

MANICAVASAGAR, V., SILOVE, D., WAGNER, R. DROBNY, J. (2003). A self-report questionnaire for measuring separation anxiety in adulthood. *Comprehensive Psychiatry*, 44 (2), 146-153. DOI: 10.1053/comp.2003.50024.

MCLEAN, C. P., ASNAANI, A., LITZ, B. T. ve HOFMANN, S. G. (2011). Gender differences in anxiety disorders: prevalence, course of illness, comorbidity and burden of illness. *Journal of Psychiatric Research,* 45: 1027–35.

MCWILLIAMS, N. (2009). Psikanalitik tanı: klinik süreç içinde kişilik yapısını anlamak (1. Baskı). (E. Kalem, Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları (Orijinal çalışma basım tarihi 2006).

MERTOL, S. (2011). Yetişkinlik ayrılma anksiyetesi bozukluğu hastalarında karakter ve mizaç özellikleri (Doktora tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Tıp Fakültesi, İzmir.

MIDDELBERG, C. V. (2001). Projective identification in common couple dances. Journal of Marital and Family Therapy, 27 (3): 341-352.

MIKULINCER, M. ve SHAVER, P., R. (2006). *Adult attachment and emotion regulation. In Handbook of Attachment*: Theory, Research and Clinical Applications, 3. Edited by Cassidy J, Shaver PR.New York: Guilford Press; 507-533.

MITCHELL, S. A. ve BLACK, M. J. (2012). Freud ve Sonrası: Modern Psikanalitik Düşüncenin Tarihi. A. Eğrilmez (çev.), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları (orijinal baskı tarihi 1995).

MORRISON, J. (2019). DSM-5'i kolaylaştıran klinisyenler için tanı rehberi, İkinci Baskı. (Çev: Kural Uğur, H.) Ankara: Nobel Yayın.

NAMLI, Z., ÖZBAY, A., ve TAMAM, L. (2022). Yetişkin Ayrılma Anksiyetesi Bozukluğu: Bir Gözden Geçirme. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 14(1), 46-56.

ÖZAKKAŞ, T. Ve ÇORAK, A. (2014). Rölatif bütüncül terapide nesne ilişkileri: 11. BPT Ocak 2013 ders notları. Psikoterapi Enstitüsü Eğitim Yayınları: İstanbul, 149-270.

ÖZAKKAŞ, T. (2018). Aile kuramının diğer psikanalitik kuramlarla ilişkisi. *Türkiye Bütüncül Psikoterapi Dergisi*, Cilt:1 Sayı:2, 1-28.

PAIVIO, S. C. ve LAURENT, C. (2001). Empathy and emotion regulation: Reprocessing memories of childhood abuse. *Journal of Clinical Psychology*, 57(2), 213–226. doi:10.1002/10974679(200102)57: 23.0.co;2-b.

PAUS, T., KESHAVAN, M. Ve GIEDD, J. N. (2010) Why do many psychiatric disorders emerge during adolescence? *Nature Reviews Neuroscience*, 9: 947–957.

PICARDI, A., MIGLIO, R., TARSITANI, L., BATTISTI, F., BALDASSARI, M., COPERTARO, A., MOCCHEGIANI, E., CASCAVILLA, İ. ve BIONDI, M. (2013). Attachment style and immunity: A 1-year longitudinal study. *Biological psychology*, 92(2), 353-358.

RICK, J. L., FALCONIER, M. K. ve WITTENBORN, A. K. (2017). Emotion regulation dimensions and relationship satisfaction in clinical couples. *Personal Relationships*, 24(4), 790–803.

ROSEN, P. J. ve EPSTEIN, J. N. (2010). A pilot study of Ecological Momentary Assessment of emotion dysregulation in children. *Journal of ADHD Related Disorders,* 1(5), 39-52.

SCHARFF, J. S. ve SCHARFF, D. E. (1997). Object relations couple therapy. *American Journal of Psychotherapy,* 51(2), 141-173.

SCHUMACHER, R. E., & LOMAX, R. G. (2004). A Beginner's Guide to Structural Equation Modelling (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.

SCHUTTE, N. S., MALOUFF, J. M., BOBİK, C., COSTON, T. D., GREESON, C., JEDLICKA, C., RHODES, E. Ve WENDORF, G. (2001). Emotional intelligence and interpersonal relations. *Journal of Social Psychology*, 141(4), 523-536.

SHEAR, K., JIN, R., RUSCIO, A. M., WALTERS, E. E. Ve KESSLER, R. C. (2006). Prevalence and correlates of estimated DSM-4 child and adult separation anxiety disorder in the national comorbidity survey replication. *American Journal of Psychiatry*, 163 (6), 1074-1083.

SHEIKH, J., KING, R. Ve TAYLOR, C. B. (1991). Comparative phenomenology of early-onset versus lateonset panic attacks: a pilot survey. *American Journal of Psychiatry*, 148, 1231–1233.

SIEGEL, J. P. (1998). Defensive splitting in couples. *Journal of Clinical Psychoanalysis,* 7(3): 305-327.

SIEGEL, J. P. (2006). Dyadic splitting in partner relational disorders. Journal of Family Psychology, 20(3): 418.

SIMPSON, J. A., COLLINS, W. A., TRAN, S. ve HAYDON, K. C. (2007). Attachment and the experience and expression of emotions in romantic relationships: A developmental perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2, 355-367.

SHROUT, P. E., & BOLGER, N. (2002). Mediation in experimental and nonexperimental studies: new procedures and recommendations. *Psychological Methods*, 7(4), 422–445. https://doi.org/10.1037//1082-989x.7.4.422

SOYSAL, Ş. ve BODUR, Ş. (2004). Bir büyüme masalı: okul korkusu. Türk Tabipler Birliği. *Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi,* 13(6), 234-236.

STEINER, M. (2003). Hormones and mood: from menarche to menopause and beyond. *Journal of Affective Disorders*, 74: 67-83.

TANI, F., PASCUZZI, D. ve RAFFAGNINO, R. (2015). Emotion regulation and quality of close relationship: The effects of emotion dysregulation processes on couple intimacy. *BPA-Applied Psychology Bulletin*, 63(272), 3-15.

TUOHNY, A., KNUSSEN, C. Ve WRENNALL, M. J. (2005). Effects of age on symptoms of anxiety and depression in a sample of retired police officers. *Psychology and Aging*, 20(2), 202.

TUTAREL KIŞLAK, Ş. Ve ÇAVUŞOĞLU, Ş. (2006). Evlilik uyumu, bağlanma biçimleri, yüklemeler ve benlik saygısı arasındaki ilişkiler. *Aile ve Toplum Dergisi,* 3 (9),61-68.

TÜKEL, R. (2011). Anksiyete, Savunmalar ve Nesne İlişkileri: Freud ve Melanie Klein'ın alışmalarına Bir Bakış. *Doğu Batı*, 56: 85-105.

ULUÇ, S., TÜZÜN, Z., HASELDEN, M. ve ERBAŞ, S. P. (2015). Bell Nesne İlişkileri ve Gerçeği Değerlendirme Ölçeği›nin (BORTTI) Türkçe' ye Uyarlama Çalışması. *Klinik Psikiyatri Dergisi*. 18, 112-23.

UNLUBİLGİN, E., TETİK, S., AKSOY, I., YÜKSEL, D., ve TEKİN, O. M. (2021). Relationship between adult separation anxiety and attachment styles and vaginismus. *The journal of sexual medicine*, *18*(10), 1752-1758.

VAN VEEN, J. F., JONKER, B. W., VAN VLIET I. M. Ve ZITMAN, F. G. (2009). The effects of female reproductive hormones in generalized social anxiety disorder. *The International Journal of Psychiatry in Medicine*, 39: 283–295.

WAHLSTEDT, C. A., TRUEDSSON, E., FAWCETT, C., GREDEBACK, G., ve WESEVICH, V. (2019). The Role of Callous-Unemotional Traits on Adolescent Positive and Negative Emotional Reactivity: A Longitudinal Community-Based Study. *Frontiers in Psychology*, 10, 573-585.

WENAR, C., & KERIG, P. (2000). *Developmental psychopathology: From infancy through adolescence*. McGraw-Hill.

WILLIAMS, L. E., BARGH, J. A., NOCERA, C. C., ve GRAY, J. R. (2009). The unconscious regulation of emotion/ Nonconscious reappraisal goals modulate emotional reactivity. *Emotion*, 9(6), 847-854.

WINNICOTT, D. W. (2013). Oyun ve Gerçeklik. (2. Basım). T. Birkan (çev.), İstanbul: Metis Yayınları (original baskı tarihi, 1998).

WINNICOTT, D. W. (2001). Kendi Başına Olma Kapasitesi. R. Tükel (çev.), Psikanaliz Yazıları, 3, 21-28.

KLEIN, M. (2021). Haset ve Şükran. (7. Basım). O. Koçak ve Y. Erten (çev.), İstanbul: Metis Yayınları (orijinal baskı tarihi 1957).

YİĞİT, İ. ve YİĞİT, G. M. (2017). Psychometric properties of Turkish version of Difficulties in Emotion Regulation Scale-Brief Form (DERS16). *Current Psychology*, 1-9. doi: 10.1007/s12144-017-9712-7.

YUMUŞAK, F. N. (2019). Üniversite öğrencilerinde duygu düzenleme güçlüğü ve duygusal tepkiselliğin psikolojik belirtiler ile ilişkisinin incelenmesi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Fatih Sultan Mehmet Üniversitesi, İstanbul.

Summary

Human child grows up in relationships. According to lots of theorists the first relationship that newborn has with their caregiver, is the most determinative relationship for its lifetime. The focus of object relations theory is the relationship between the newborn and the caregiver. Theorists, especially Melanie Klein, have studied the questions of what the child's basic love objects are, what the quality of their relationship with these objects is, how the child experiences these objects, how they internalize their experiences, how internal representations take place in the unconscious, and what their reflections are in the person's adult life. According to the theory what is really needed are the objects and object relations that will structure the self and the inner world. The internal representations that the individual experiences towards themselves and others in their experiences with others affect the relationships they will establish throughout life. The object representations internalized by the child determine how the separation anxiety from the mother will be manifested. When separation anxiety continues in a way that is not in accordance with the normal developmental process, separation anxiety disorder is considered. Separation anxiety disorder is a psychiatric disorder that persists for a period of at least 6 months and is characterized by difficulty in separating from the person's main attachment figure or home and excessive fear and anxiety in these situations. Adult separation anxiety causes the person to experience difficulties in all relationships, especially in

close relationships, and decreases the relationship satisfaction of the person. In this context, adult separation anxiety was analyzed within the framework of object relations theory. On the other hand, there are studies showing that emotion regulation skills are effective on relationship satisfaction. Similarly, there are studies showing that emotion regulation skills, relationships established with caregivers in the early period and the reactions of caregivers are effective on the child's emotion regulation skills. Therefore, in this study, in the light of the theoretical explanations, the relationship between emotion regulation difficulty and object relations and adult separation anxiety was examined and the mediating role of emotion regulation difficulty was evaluated.

The aim of the study is to examine the relationship between object relations, adult separation anxiety and emotion dysregulation and whether emotion dysregulation has a mediating effect in this relationship. The sample group consists of 431 people between the ages of 18-40. Informed voluntary consent was obtained from the participants at the beginning of the study. Data were collected through Bell Object Relationships and Reality Rating Scale (BORRTI), Adult Separation Anxiety Questionnaire and Difficulty in Emotion Regulation Scale-Short Form (DRE-Short Form).

According to the results of the study, there is a positive correlation between pathological object relations and adult separation anxiety and emotion regulation difficulties. In other words, as pathological object relations increase, adult separation anxiety and emotion regulation difficulties increase. The mediating effect of emotion dysregulation in the relationship between object relations and adult separation anxiety was examined. It was concluded that object relations and emotion dysregulation together explained approximately 31% of the separation anxiety variable. In other words, it was seen that emotion regulation difficulties had a mediating effect on the relationship between object relations and adult separation anxiety.

The results of the study were found to be consistent with the literature. In other words, object relations internalized in the early period affect the lifelong relationships and are associated with adult separation anxiety. This finding suggests that positive results can be obtained by working on the emotion regulation skills of adult separation anxiety and pathological object relations dynamics in clinical settings. When the mediating mechanism of emotion dysregulation in the relationship between pathological object relations and adult separation anxiety is examined, it is seen that emotion regulation skills will function as an adaptive transformer and reduce adult separation anxiety.

One of the points that makes the study unique and important is the mediating effect of emotion dysregulation on the relationship between object relations and adult separation anxiety. This result leads to a deeper understanding of the relationship between object relations and emotion dysregulation, and it is important for the development of effective interventions in clinical practice.

It is recommended that future researchers should study with different age groups to increase the generalizability of the study results. Also, since the concept of object relations is based on psychodynamic theory, it is thought that the use of projective measurement tools such as Rorschach Ink Test and Thematic Perception Test in addition to objective measurement tools in future studies will contribute.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);289-307
DOI: 10.17336/igusbd.1470830

ORIGINAL ARTICLE / ÖZGÜN ARAŞTIRMA

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Halkla İlişkiler Algısının Affetme ve İntikam Davranışı Üzerindeki Etkisi

The Effect of Public Relations Perception on Forgiveness and Revenge Behavior

Aybike Tuba ÖZDEN

Doç. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Samsun, Türkiye.
✉ aybike.ozden@omu.edu.tr

Geliş/Received: 20.04.2024
Kabul/Accepted: 09.08.2024

Öz

Amaç: Kurumsal itibar olarak da adlandırılan halkla ilişkiler algısı, işletmelerin tüm paydaşlarında yarattığı kolektif algıdır. Yüksek değerde oluşturulmuş halkla ilişkiler algısı sayesinde işletmeler, rakiplerine karşı stratejik bir güç kazanmaktadırlar. Ancak her işletmenin hata yapabilme ve paydaşlarında olumsuz izlenim yaratma ihtimali vardır. Olumsuz halkla ilişkiler algısı, affetmeyi zorlaştırabilir ve intikam almaya sebep olabilir. Bu çalışma, halkla ilişkiler algısının tüketicilerin affetme ve intikam davranışları üzerindeki etkisini incelemektedir.

Yöntem: Anket yöntemini kullanan bu araştırmanın örneklemi, TCDD işletmelerinin sağladığı hizmetleri kullanan 18 yaş ve üzeri tüketicilerden oluşmaktadır. Kolayda örnekleme ile 746 tüketiciye ulaşılmıştır. Aracı modelin test edilmesinde yol analizi ve hesaplama yöntemi olarak Maximum Likelihood (ML) kullanılmıştır.

Bulgular: Halkla ilişkiler algısı; affetme davranışını pozitif, intikam davranışını negatif yönde etkilemektedir. Halkla ilişkiler algısı, affetme davranışı aracılığıyla intikam davranışını dolaylı olarak etkilemektedir.

Sonuç: İşletmeler, olası bir hata sonucunda tüketicilerin kendilerini affetmelerini sağlamak veya kendilerinden intikam almalarını engellemek için halkla ilişkiler algılarını daima olumlu yönde etkileyecek stratejiler geliştirmelidirler. Bu çalışma, halkla ilişkiler algısının tüketici davranışı açısından önemini ortaya koyarak, yapılan sınırlı sayıda araştırmaya katkıda bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler

Halkla ilişkiler, algı, kurumsal itibar, affetme davranışı, intikam davranışı

Aybike Tuba Özden, "The Effect of Public Relations Perception on Forgiveness and Revenge Behavior", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 289-307.

Abstract

Aim: Public relations perception, also called corporate reputation, is the collective perception of stakeholders about a business. Thanks to the perception of high-value public relations, businesses gain strategic power over their competitors. However, every business has the possibility of making mistakes and creating a negative impression on its stakeholders. Negative public relations perception can make it difficult to forgive and lead to revenge. This study examines the effect of public relations perception on consumers' forgiveness and revenge behaviors.

Method: The sample for this research, which employed the survey method, consists of consumers aged 18 and older who have used services provided by TCDD businesses. 746 consumers were reached through convenience sampling. Path analysis was performed to test the mediating model and Maximum Likelihood (ML) was used as the calculation method.

Results: Public relations perception affects forgiveness behavior positively and revenge behavior negatively. Public relations perception indirectly affects revenge behavior through forgiveness behavior.

Conclusion: Businesses should develop strategies that will always improve their public relations perception in a positive way to ensure that consumers forgive them or prevent them from taking revenge on them because of a possible mistake. This study contributes to the limited number of studies by revealing the importance of public relations perception in terms of consumer behavior.

Keywords

Public relations, perception, corporate reputation, forgiveness behavior, revenge behavior

Giriş

İşletmeler, müşterilerinden çalışanlarına, tedarikçilerinden kamuoyuna, ülke yöneticilerinden politikacılarına kadar neredeyse toplumun her kesimiyle paydaş olan canlı varlıklardır. İşletmelerin de tıpkı bireyler gibi toplum içerisinde bir statüsü bulunmaktadır. Bu statüyü belirleyen şeylerden biri, o işletmenin itibarıdır. Kurumsal itibar, işletmenin kamuoyunun zihninde oluşturduğu algı olarak tanımlanmaktadır (Roberts ve Dowling, 2002; Walsh ve Wiedmann, 2004). Tüm paydaşlar için kurumsal itibar, göreceli bir algıyı ifade etmektedir ve soyut bir unsurdur (Jang vd., 2016). İlgili literatürde kurumsal itibarın halkla ilişkiler algısı olarak kullanıldığı da görülmektedir (Kömür ve Köroğlu, 2022). Bu çalışmada kurumsal itibar kavramının, halkla ilişkiler algısı olarak kullanılması tercih edilmiştir.

Halkla ilişkiler algısının olumlu olması, işletmelerin tüketicileri ve tedarikçileri kolay ikna etmelerini (Gibson vd., 2006), finansal performanslarının artmasını (Carmeli ve Tishler, 2005), olumlu ağızdan ağıza iletişimin gelişmesini (Coombs ve Schmidt, 2000) ve tüketicilerin satın alma niyetlerinin artmasını (Lyon ve Cameron, 2004) sağlamaktadır. Bu nedenle küçük büyük her işletme, olumlu halkla ilişkiler algısı yaratmak için çeşitli pazarlama stratejileri geliştirmektedirler. Ancak işletmeler, hata yaptıklarında tüketicilerin farklı tepkilerine maruz kalırlar. Bu tüketici tepkilerinden biri, işletmenin hatasını affetmek veya bu hatayı affetmeyerek işletmeden intikam almayı seçmektir. Affedilmek, işletme için umut vadeden bir durumken intikam alan müşterilerin yıpratıcı eylemleri, işletmelerin geleceğini veya varlıklarını tehlikeye atabilmektedir. Bu nedenle, her işletmenin hata yapabileceği göz önüne alınarak affetme veya intikam davranışının öncüllerinden biri olan halkla ilişkiler algısının tüketicilerin bu davranışına etkisi değerlendirilmelidir.

Halkla ilişkiler algısına yönelik çalışmaların, ilgili literatürde iki farklı çizgi üzerinden yürütüldüğü görülmektedir; bunlardan ilki, halkla ilişkiler algısının işletmenin finansal çıktıları ve paydaşları üzerindeki etkisidir, diğeri ise halkla ilişkiler algısını etkileyen unsurlardır (Sánchez-Torné vd., 2020). Mevcut çalışma, halkla ilişkiler algısının paydaşlardan biri olan müşteriler üzerindeki etkisini değerlendirmektedir. Bu çalışma, herhangi bir olumsuzluk durumunda, müşterilerin halkla ilişkiler algılarının, işletmeyi affetme veya o işletmeden intikam davranışları üzerindeki etkisine odaklanmaktadır. Bu amaçla demiryolu taşımacılığı sektöründe bir araştırma yürütülmüştür. Halkla ilişkiler algısı, özellikle hizmet sektöründe kritik bir öneme sahiptir.

Affetmek, olumsuz duyguyu terk ederek yerine iyi duygular geliştirmeye kendini teşvik etmektir (Tsarenko ve Tojib, 2015). Nitekim markalarla ve işletmelerle bağ kuran ve kişisel ilişki geliştiren tüketiciler (Aggarwal, 2004), markanın bir ihlali veya hizmet başarısızlığında kendisini incinmiş, aldatılmış veya hayal kırıklığına uğramış hissedebilirler (Tsarenko ve Tojib, 2015). Kaçınmak ve olumsuz ağızdan ağıza iletişim kurmak (Grégoire vd. 2009) veya aynı ürünü satan başka bir işletmeyi seçmek (Zhou vd., 2013) gibi yöntemler tüketicilerin intikam alma biçimlerindendir. Araştırmacılar, hizmetin soyut doğası nedeniyle müşteri memnuniyetinin, itibarın oluştuğu süreçte başladığını belirtmektedirler (Wang vd., 2003). Bu nedenle halkla ilişkiler algısı, müşterileri beklentilerinin doğasını belirlemektedir ve bu durum, sadakatin oluşmasında belirleyici bir etkiye sahiptir (Özkan vd., 2019). Bu doğrultuda mevcut çalışmada, aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır:

1. Halkla ilişkiler algısı, tüketicilerin affetme davranışları üzerinde etkili midir?
2. Halkla ilişkiler algısı, tüketicilerin intikam davranışları üzerinde etkili midir?
3. Tüketicilerin affetme davranışları, intikam davranışları üzerinde etkili midir?
4. Halkla ilişkiler algısının intikam davranışı üzerindeki etkisinde, affetme davranışının dolaylı bir etkisi var mıdır?

Bu sorulara verilen yanıtlarla, hizmet sektöründe tüketicilerin intikam ve affetme davranışlarını öngörülebilir hale getirmek amaçlanmaktadır. Nitekim halkla ilişkiler algısının olumsuz olduğu durumlarda, bu durumu pekiştirecek tüketici davranışlarının (affetmemek ve intikam almak) engellenmesi, işletmeler için kritik önem taşımaktadır.

Bu çalışmada; öncelikle halkla ilişkiler algısı, affetme ve intikam davranışı teorik çerçevede ele alınarak ilgili hipotezler geliştirilmiştir. Daha sonra hipotezlerin test edilmesi için yöntem süreci açıklanmış elde edilen bulgular ve sonuçlar doğrultusunda değerlendirme yapılmıştır. Araştırmanın sonunda işletmelere ve araştırmacılara öneriler geliştirilerek, araştırmanın kısıtları üzerinde durulmuştur.

Literatür Taraması ve Hipotez Geliştirme

Halkla İlişkiler Algısı

İtibar, Türk Dil Kurumu Sözlüğü'ne göre "saygınlık" anlamındadır. Algı ise bir şeyin bilince varmak, idrak etmektir. Halkla ilişkiler algısı, bir kurumun, tüm paydaşları nezdinde oluşturduğu saygınlık algısı olarak tanımlanabilir. Dolayısıyla işletmelerin halkla ilişkiler faaliyetlerini kapsayan tüm eylemler ve paydaşlarında yarattığı izlenimler, halkla ilişkiler algısını oluşturmaktadır. Halkla ilişkiler algısı, işletmelerin geçmiş eylemlerinin ve bu eylemlerin sonuçlarıyla birlikte birden fazla paydaşta oluşturdukları algının kolektif temsilini ifade etmektedir (Fombrun ve van Riel, 1997). Bir başka ifadeyle işletme ile ilgili birden fazla kişinin değerlendirici yargısı, halkla ilişkiler algısıdır (Highhouse vd., 2009). Coombs ve Holladay (2002) halkla ilişkiler algısını kısa ve öz bir şekilde kurumun kamuoyu tarafından nasıl algılandığı olarak tanımlamaktadır. Bir başka tanıma göre halkla ilişkiler algısı, müşterilerin işletmelerle ilişkileri boyunca geliştirdikleri duygu, his, tutum veya deneyimlere ilişkin zihinlerinde depolanan genel bir izlenimdir (Le, 2023) ve yıllar içerisinde bu izlenim yerleşik hale gelmektedir. Halkla ilişkiler algısı, kurumsal imaj ile karıştırılmamalıdır zira kurumsal imaj; işletmeler tarafından çeşitli stratejik hamlelerle kısa sürede yaratılabilmektedir (Chun, 2005), halkla ilişkiler algısı gibi taklit etmesi güç değildir (Mattera ve Baena, 2012), sürekli aynı kalmamaktadır (Savaş ve Suvacı, 2021) ve halkla ilişkiler algısının bir parçasını oluşturmaktadır. İşletmelerin geçmiş ve şimdiki eylemleriyle inşa edilen halkla ilişkiler algısı, işletmelerin gelecekteki algısını da etkilemektedir (Gümüş ve Öksüz, 2009). Müşteriler, çalışanlar, tedarikçiler veya diğer tüm paydaşlar, itibarı yüksek ve güvenilir işletmelerle çalışmak isteyeceklerdir. Bu nedenle halkla ilişkiler algısı, işletmeler için bir kazanç kaynağıdır. Nitekim yapılan araştırmalar halkla ilişkiler algısının; finansal anlamda kazanç sağladığını (Dutton vd., 1994), farklı pazarlara girmeyi kolaylaştırdığını (Larsen, 2005), üstün nitelikli çalışanlar (Lewis, 2003) ve yatırımcılar için (Helm, 2007) tercih sebebi olduğunu göstermektedir.

İşletmeler, rekabet avantajı sağlayabilmek için stratejilerinin bir parçası olarak halkla ilişkiler algısını kullanmaktadırlar ve bu bağlamda halkla ilişkiler algısı, işletmelerin rakipleriyle olan mücadelelerinde

stratejik bir öneme sahiptir. Nitekim tüketiciler, kurumsal itibarı yüksek veya olumlu ağıladıkları işletmeleri seçme eğilimi göstermektedirler (Hetze, 2016; Jung ve Seock, 2016) ve müşteri sadakati ile halkla ilişkiler algısı arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır (Caruana ve Ewing, 2010; Kim ve Kim, 2017). Dolayısıyla halkla ilişkiler algısı, tüketici davranışı ve satın alma kararı üzerinde etkilidir. Bu nedenle olumsuz bir süreç sonrasında tüketici davranışını etkileyebileceği dikkate alınmalıdır. Li vd. (2022) bu duruma şu örneği vermektedirler: Huawei, Xiaomi ve Oppo işletmeleri, fazla mesai kültürüyle işçi çalıştırmaktadırlar. Çalışanların haklarını ve çıkarlarını ihlal eden bu işletme anlayışı, tüketiciler tarafından eleştiriler almaktadır. Ancak tüketicilerin, bu konu ile ilgili Xiaomi ve Oppo işletmelerini eleştirirlerken aynı yaklaşımı Huawei'ye göstermedikleri ve bu işletmeye daha anlayışlı davrandıkları dikkat çekmiştir. Yapılan araştırma sonucunda bunun nedeninin Huawei'nin yurt içinde ve yurt dışında daha yüksek itibara sahip olmasından ve Çinli tüketiciler tarafından ulusal imajı temsil edebilecek yerli bir kuruluş olarak değerlendirilmesinden kaynaklandığı görülmüştür. Sonuç olarak aynı hatayı yapıyor olmalarına rağmen, tüketicilerin işletmelere olan tavrı değişebilmektedir ve işletmelerin halkla ilişkiler algısının bu durum üzerinde etkisi bulunmaktadır.

Halkla ilişkiler algısı, farklı boyutların birleşimiyle oluşan bir bütündür. Bu boyutlar çeşitli araştırmalarda farklılaşsa da genellikle finansal performans, duygusal çekicilik, ürün ve hizmetler, iş yeri çevresi, vizyon ve liderlik, sosyal sorumluluk şeklindedir (Fombrun, 1996; Fombrun vd., 2000). Bu çalışmada Yaşlıoğlu (2012) tarafından geliştirilen halkla ilişkiler algısını ölçmek için geliştirilen model kullanılmıştır ve bu modele göre halkla ilişkiler algısının müşteri odaklılık, yönetim ve çalışanlar, finansal güvenilirlik, yenilikçilik ve kalite, kurumsal sosyal performans olmak üzere beş boyutu bulunmaktadır:

5. *Müşteri odaklılık,* işletmenin müşterilerin ihtiyacını öncelikli olarak değerlendiren bir pazarlama anlayışına sahip olup olmadığına yönelik algıdır.
6. *Yönetim ve çalışanlar*, işletmenin insan kaynakları faaliyetlerine yönelik algıdır.
7. *Finansal güvenilirlik,* işletmenin finansal gücüne ilişkin oluşan algıdır.
8. *Yenilikçilik ve kalite boyutu,* işletmenin yaratıcılığına ve gelecekteki potansiyel yeniliklere yönelik anlayışına ilişkin algıdır.
9. *Kurumsal sosyal performans,* işletmenin kamuoyunun beklentilerine ve tercihlerine uygun faaliyetlerde bulunmasına yönelik algıdır.

Halkla İlişkiler Algısı ve Affetme Davranışı

Affetme, istekli bir duygu ve tutum değişikliğidir (North, 1987). Günümüzde markalarla kurulan ilişkiler, tüketicilerin kişisel ve sosyal alanlarında geliştirdikleri ilişkilere çok benzemektedir ve affetme özünde karmaşık bir yapıya sahiptir. Affetmenin kararsal ve duygusal olmak üzere iki türü bulunmaktadır (Davis vd., 2015). Kararsal affetmek, hata yapan kişide/kurumda davranış değişikliği kazandırma amacı taşımaktadır (Lichtenfeld vd., 2019), duygusal affetmede ise hata yapana karşı olumsuz duyguların yerini empati ve şefkat duyguları almaktadır (Hook vd., 2012). Dolayısıyla misilleme, yabancılaştırma gibi yıkıcı davranışlardan vazgeçerek daha yapıcı bir yolun seçilmesi söz konusudur (Xie ve Peng, 2009).

Tüketici affediciliği ise tüketicilerin olumsuz duyguları yok ederek işletmeleri affettiği ve ilişkilerini yeniden kurduğu bir süreçtir (Tsarenbo ve Gabbott, 2006). Dolayısıyla tüketiciler, olumsuz duygularından vazgeçerek anlayışlı ve hoşgörülü olmayı seçmektedirler (Huang ve Chang, 2020). Bilişsel, duygusal, durumsal faktörler ve ilişkinin kalitesi, tüketicilerin affetme davranışını etkileyen faktörlerdir (Sun, 2012). Ayrıca tüketicilerin affetme davranışları; işletmeler, tüketiciler ve yapılan ihlaller açısından sınıflandırılmaktadır. İşletmeler açısından özür veya tazminat gibi iyileştirici tüm önlemler (Harrison-Walker, 2019); tüketici açısından tüketici-marka ilişkisi ve tüketicilerin karakteristik özellikleri (Yang ve Hu, 2021), yapılan ihlaller açısından olayın ciddiyeti ve ihlal alanları (Hassey, 2019) affetme davranışını etkilemektedir.

Affetme davranışı çoğunlukla hata yapanın özrü ve telafi çabası sonrasında gelişmektedir. Nitekim özür dilemek, incinen kişi için hata yapanın aynı davranışı tekrar etme ihtimalinin düşük algılanmasına neden olmaktadır (Davis ve Gold, 2011). İşletmelerin hatalarını telafi etmek için geliştirdikleri stratejiler, bu temel üzerine kuruludur. İşletmelerin telafi faaliyetleri, yapılan hatadan

duyulan mahcubiyete dair bir mesaj ve tekrarının yaşanmayacağına dair verilen bir sözdür. Tüketiciler affetmeyi seçtiklerinde, sadece işletme için faydalı bir tutum sergilemezler; affetmek aynı zamanda olumsuz duyguları azaltarak ilişkilerin gelişmesine ve dolayısıyla tüketicilerin kendilerini daha iyi hissetmelerine katkıda bulunmaktadır (Lichtenfeld vd., 2019). Affetme olasılığı yüksek tüketicilerin, intikam davranışları sergileme olasılıkları da düşüktür (Fetscherin ve Sampedro, 2019). Özür dileyen markaların ise daha kolay affedildiği, dahası performansa dayalı bir özür dilemede özür dileyenin erkek olmasının daha etkili olduğu görülmüştür (Wei ve Ran, 2017). Pace vd. (2010), yapmış oldukları araştırmalarında, özür dileyerek sorumluluğunu kabul etmenin, kurumun halkla ilişkiler algısını olumlu yönde etkilediğini tespit etmişlerdir. İronik bir şekilde Fuoli vd. (2017), işletme aleyhinde olan delillerin az olduğu durumlarda, güveni tekrar kazanmak için inkâr etmenin özür dilemekten daha etkili olduğunu kanıtlamışlardır. Bu durumda, delillerin gücünün yanı sıra kurumun itibarının, tüketicilerin inkâr edilen duruma inanmalarında etkili bir unsur olduğu dikkate alınmalıdır (Coombs, 2007).

Halkla ilişkiler algısının yüksek olması, küçük başarısızlıkları olan işletmeyi kınanmaktan korumaktayken büyük başarısızlıkların işletme üzerindeki etkisini artırabilmektedir (Li vd., 2022). Bir başka deyişle, halkla ilişkiler algısı yüksek olan bir işletmenin büyük hatasını görmezden gelmek tüketiciler için daha zordur. Buna rağmen böyle bir işletmenin küçük hatalarını kabul etmek onlar için çok daha kolaydır. Tsarenko ve Tojib (2015) yapmış oldukları araştırmalarında halkla ilişkiler algısının bir parçası olan kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine ilişkin farkındalığın, affetme üzerinde etkili olduğunu ve marka ihlalinin ciddiyeti düşük olduğunda bu etkinin arttığını tespit etmişlerdir. Ndone ve Park (2022) kriz yönetiminde özür dilemenin, empatik duygular yaratarak tüketicilerin daha kolay affetmelerini sağladığını ve bu durumun olumlu halkla ilişkiler algısı yarattığını tespit etmişlerdir. Sinha ve Lu (2016), işletmelerle güçlü ilişkileri olan tüketicilerin daha kolay affettiklerini belirtmektedirler.

Bu bilgiler doğrultusunda çalışma kapsamında aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H1. Halkla ilişkiler algısının, affetme davranışı üzerinde istatistiksel olarak pozitif etkisi bulunmaktadır.

Halkla İlişkiler Algısı ve İntikam Davranışı

Affetmek nahif bir unsurken intikam davranışı, daha fevri ve saldırgan bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Affetmek, yapılan yanlışın ciddiyetine rağmen intikamdan vazgeçmeyi seçtiğimiz bir bilinçli karar verme sürecidir (Exline vd., 2003). Dolayısıyla intikam, affetmekten bilinçli olarak vazgeçmek ve bunun da ötesinde yapılan yanlışın bedelini yanlışı yapanlara ödetmek olarak ifade edilebilir. Hâlbuki affetmek, affeden kişiyi duygusal ve bilişsel bağımlılıktan kurtararak (Tsarenko ve Tojib, 2015) kişinin ruh sağlığına olumlu katkıda bulunmaktadır (Enright ve Coyle, 1998).

Tüketiciler, yaşadıkları herhangi bir olumsuzluğa karşı farklı tepkiler geliştirirler. Bu tepkisel davranışlar, yaşanılan olumsuz durumun/duygunun yoğunluğuna veya şiddetine göre farklılık gösterebilir. Tüketiciler memnuniyetsizlik yaşadıklarında, pasif kalmayı ve sadece o işletmeden kaçınarak (o markayı seçmeyerek) kendilerini korumayı seçebilmektedirler. Ancak bu pasif agresif tüketici tutumu bile işletmelerin tercih edeceği bir durum değildir. Çünkü yeni müşteriler kazanmanın maliyeti mevcut müşterileri kaybetmekten daha çoktur. Marka nefretinin bir boyutu olan, dolaylı veya doğrudan intikam davranışları, zamanla şiddetini kaybetse de işletmeler için istenmedik davranışlardır (Grégoire ve Fisher 2008). Tüketicilerin herhangi bir işletme hatasında olası tepkileri; işletme ile ilişkilerine son vererek tekrar alışveriş yapmamak, memnuniyetsizliklerini işletme yönetimine iletmek, başarısızlığa rağmen sadık kalmak, işletmeyi cezalandırmak için aşırı eylemlere girerek intikam almak şeklindedir (Hirschman, 1970; Huefner ve Hunt, 2000). Ayrıca aile veya arkadaş çevresine olumsuz referans olmak, işletme çalışanlarına kötü davranmak veya söylenmek de intikam davranışları arasındadır (Grégoire ve Fisher, 2008). İşletmeye maliyet yaratmak, çöpe atmak/kullanmamak, çalmak, ağızdan ağıza iletişim ve kişisel saldırı da intikam davranışlar arasındadır (Huefner ve Hunt, 2000). Grégoire ve Fisher (2008), intikamcı davranışların; intikam amaçlı şikâyet, çevrimdışı ağızdan ağıza iletişim veya üçüncü taraf şikâyetleri olduğunu belirtmektedirler: İntikam amaçlı şikâyet, işletme ve çalışanlarına rahatsızlık vermek veya sözlü tacizde bulunmak şeklinde olabilir. Olumsuz ağızdan ağıza iletişimde, yaşanılan olumsuzluğu veya memnuniyetsizliği yayarak işletmenin itibarını zedelemek hedeflenmektedir. Üçüncü taraf şikâyet ise üçüncü taraf haber kuruluşları veya internet

ortamında yapılan şikâyetlerdir. Bu şikâyetlerdeki hedef, işletmelerin tercih edilmesini önlemek, kendilerini gibi işletmelere karşı çıkılmasını sağlamak ve itibar kaybına neden olmak olabilir. Nitekim intikam, doğası gereği cezalandırıcıdır (Grégoire ve Fisher, 2008) ancak öfke ifadelerinin şiddeti farklılık gösterebilmektedir (Luoma-Aho, 2015).

Bu çalışmada, halkla ilişkiler algısının bahsedilen bu intikam davranışlarından kaçınmak veya bu intikam davranışlarını tercih etmemek üzerinde etkisi olabileceği düşünülmektedir. Akbolat vd. (2021) yapmış oldukları araştırmalarında, halkla ilişkiler algısının yüksek olmasının kurum içinde yaşanılan herhangi bir olumsuzluğa rağmen intikam niyetini azalttığını tespit etmişlerdir. Benzer şekilde Riquelme vd. (2019) araştırmalarında, itibarı yüksek işletmelerden intikam alma niyetinin daha düşük olduğunu ve güvenin bu durumda etkili bir faktör olduğunu tespit etmişlerdir.

Bu bilgiler doğrultusunda çalışma kapsamında aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H2. Halkla ilişkiler algısının, intikam davranışı üzerinde istatistiksel olarak negatif etkisi bulunmaktadır.

H3. Affetme davranışının intikam davranışı üzerinde istatistiksel olarak negatif etkisi bulunmaktadır.

H4. Halkla ilişkiler algısı, affetme davranışı aracılığıyla intikam davranışını dolaylı olarak etkilemektedir.

Yöntem

Amaç

Tüketiciler, yaşadıkları olumsuz deneyimler sonucunda işletmeleri suçlama ve kusur bulma eğilimi taşıyabilmektedirler ki olumlu halkla ilişkiler algısı, onların bu eğilimlerini yok ederek/azaltarak affetme davranışının gelişmesine katkı sunabilmektedir. Bu nedenle bu araştırmada, halkla ilişkiler algısının affetme ve intikam davranışı üzerindeki etkisi ele alınarak ilgili literatüre katkı sağlanması, işletmelere ve araştırmacılara öneriler geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Önem

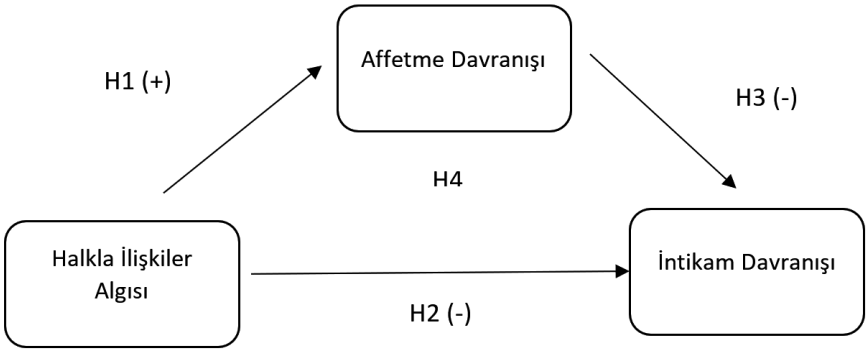
Halkla ilişkiler algısının, herhangi bir memnuniyetsizlik yaşandığında intikam ve affetme davranışları üzerindeki etkisi, işletmelerin bu durumlarda geliştirecekleri stratejiler için öngörülebilir bir tablo sunmaktadır. Nitekim halkla ilişkiler algısının, affetme veya intikam alma eğilimi olan müşterilere yönelik alınabilecek önlemleri şekillendirebileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla bu çalışma ilgili literatüre sunduğu özgün katkı, işletmelere geliştirdiği önerileri ve halkla ilişkiler algısına farklı bir bakış açısıyla sunduğu değerlendirme açısından önem taşımaktadır.

Örneklem

Anket yöntemi kullanılan bu araştırmanın örneklemini 18 yaşından büyük ve TCDD işletmesini kullanmış olan tüketiciler oluşturmaktadır. Kolayda örnekleme yöntemi ile katılımcılara ulaşılmıştır. Kolayda örnekleme; katılımcılara hızlı, ekonomik ve kolay bir şekilde ulaşılmasını sağlayan bir yöntemdir ve ankete yanıt veren herkes örnekleme dâhil edilmektedir (Sünnetçioğlu vd., 2017). Anketler 01.12.2023-15.02.2024 tarihleri arasında online ve yüz yüze uygulanmıştır. Ankara, Eskişehir ve İstanbul şehirlerindeki tren istasyonlarında yüz yüze uygulanan anketler, online ortamda çeşitli sosyal medya ve sohbet platformlarında paylaşılmıştır. Anket çalışmasında 746 tüketiciye ulaşılmıştır. 0.05 örnekleme hatası, p=0.05, q=0.05 güven aralığında evrenin 1 milyon ile 100 milyon olması durumunda örneklem büyüklüğünün 384 olması gerekmektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004). Bu nedenle ulaşılan katılımcı sayısının yeterli olduğu görülmüştür.

Model

Çalışma kapsamında geliştirilen hipotezler doğrultusunda, araştırmanın modeli Şekil 1'deki gibidir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Baron ve Kenny (1986), üç koşuldan oluşan analiz yöntemine göre;

- Bağımsız değişkenin (halkla ilişkiler algısı) aracı değişken (affetme davranışı) üzerinde etkisi bulunmalıdır.
- Bağımsız değişkenin (halkla ilişkiler algısı) bağımlı değişken (intikam davranışı) üzerinde etkisi bulunmalıdır.
- Aracı değişkenin (affetme davranışı) bağımlı değişken (intikam davranışı) üzerinde etkisi bulunmalıdır.

Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Bu çalışmada kullanılan anket, beş bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde halkla ilişkiler algısının değerlendirileceği kurum olan Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları işletmesini kullanan tüketicileri filtrelemek için "Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları (TCDD) taşımacılık hizmetlerinden daha önce faydalandınız mı?" sorusu yer almaktadır. Anket bu soruya "evet" diyen katılımcılarla devam etmiştir. İkinci bölümde Kurumsal İtibar Ölçeği olarak da adlandırılan Halkla İlişkiler Algısı Ölçeği yer almaktadır. Halkla İlişkiler Algısı Ölçeği 25 ifadelidir ve 5 boyutludur. Bu boyutlar; müşteri odaklılık, finansal güvenilirlik, yenilikçilik ve kalite, yönetim ve çalışanlar, kurumsal sosyal performans şeklindedir. Bu ölçek Yaşlıoğlu (2012) tarafından geliştirilmiştir. Üçüncü ve dördüncü bölümlerde yer alan intikam/ affetme düşünce ve davranışlarını belirleyen, yirmi bir sorudan oluşan ölçek ise Bradfield ve Aquino (1999) tarafından geliştirilmiş, Deligöz ve Kömeç (2023) tarafından Türkçe ifadeleri uyarlanmıştır. Bu çalışmada bu ölçeğin alt boyutları olan affetme ve intikam davranışı ifadeleri kullanılmıştır. Affetme davranışı alt boyutu 5, intikam davranışı alt boyutu 5 ifadeden oluşmaktadır. Affetme ve intikam davranışına ilişkin ifadelerden önce "Lütfen "TCDD" müşterisi olarak herhangi bir konuda mağdur olduğunuzu düşünün. Böyle bir durumda aşağıda verilen ifadelerin, bu kuruma karşı nasıl davranacağınıza ilişkin sizi ne kadar doğru tanımladığını, 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum, seçeneklerinden birini (X) işaretleyerek belirtiniz." şeklinde açıklama yapılmıştır. Çalışmada kullanılan ölçeklerde 5'li Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Anketin son bölümünde katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim ve gelir düzeylerine yönelik bilgiler içeren sorular yer almaktadır.

Verilerin analizi

Araştırmanın verileri, IBM SPSS V23 ve IBM AMOS V24 ile değerlendirilmiştir. Normal dağılıma uygunluk çoklu normallik varsayımı ile incelenmiş, yapı geçerliliğinin incelenmesinde Doğrulayıcı Faktör Analizi kullanılmıştır. Verilerin dağılımında normallik sağlanmadığı durumlarda hesaplama yöntemi olarak Bootstrap ML (Maximum likelihood) yöntemi kullanılırken, normallik sağlandığı durumlarda hesaplama yöntemi olarak ML (Maximum likelihood) yöntemi kullanılmıştır. Aracı modelin test edilmesinde yol analizi kullanılmış ve hesaplama yöntemi olarak Maximum Likelihood (ML) kullanılmıştır. Analiz sonuçları ortalama ± standart sapma ve ortanca (minimum – maksimum) şeklinde sunulmuştur. Ölçeğe ait iç tutarlılığın incelenmesinde Cronbach's alfa katsayısı kullanılmış ve önem düzeyi $p<0,050$ olarak alınmıştır.

Bulgular

Katılımcıların demografik verilerine ilişkin dağılım, Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Demografik Verilere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

	Frekans	**Yüzde**
Cinsiyet		
Erkek	358	48
Kadın	388	52
Yaş		
18- 28 yaş arası	155	20,8
29-39 yaş arası	209	28
40-49 yaş arası	153	20,5
50-59 yaş arası	130	17,4
60 yaş ve üzeri	99	13,3
Eğitim Durumu		
İlköğretim	82	11
Lise	120	16,1
Ön Lisans	209	28
Lisans	215	28,8
Yüksek Lisans	76	10,2
Doktora	44	5,9
Gelir Düzeyi		
17.002-27.000 TL	161	21,6
27.001-37.000 TL	135	18,1
37.001-47.000 TL	155	20,8
47.001-57.000 TL	85	11,4
57.001 TL ve üzeri	64	8,6
Asgari ücretten az	146	19,6

Tablo 1'e göre katılımcıların %48'i erkek, %52'si kadındır. %28'i 29-39 yaş aralığındadır. %28,8'i lisans, %28'i önlisans eğitimi görmektedir. %21,6'sının bireysel net geliri 17.002-27.000 TL, %20,8'inin 37.001-47.000 TL aralığındadır.

Halkla İlişkiler Algısı Ölçeği'ne (HİA) ilişkin normallik sonuçları Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Halkla İlişkiler Algısı Ölçeği'ne Ait Normallik Sonuçları

Maddeler	**Minimum**	**Maksimum**	**Çarpıklık**	**c.r.**	**Basıklık**	**c.r.**
HİA 16	1	5	-0,553	-6,164	-1,247	-6,952
HİA 15	1	5	-1,113	-12,405	0,026	0,143
HİA 14	1	5	-1,094	-12,195	0,032	0,177
HİA 13	1	5	-1,196	-13,339	0,199	1,108
HİA 12	1	5	-1,007	-11,223	-0,407	-2,267
HİA 25	1	5	-0,309	-3,443	-1,386	-7,725
HİA 24	1	5	-0,31	-3,456	-1,383	-7,713
HİA 23	1	5	-0,112	-1,246	-1,425	-7,946

Tablo 2. Devamı

Maddeler	Minimum	Maksimum	Çarpıklık	c.r.	Basıklık	c.r.
HİA 11	1	5	-1,181	-13,166	0,045	0,253
HİA 10	1	5	-1,138	-12,685	-0,116	-0,644
HİA 9	1	5	-1,202	-13,404	0,17	0,95
HİA 8	1	5	-1,306	-14,567	0,318	1,776
HİA 21	1	5	-0,333	-3,71	-1,44	-8,03
HİA 20	1	5	-0,289	-3,227	-1,566	-8,733
HİA 19	1	5	-0,385	-4,293	-1,471	-8,202
HİA 18	1	5	-0,474	-5,288	-1,385	-7,722
HİA 17	1	5	-0,375	-4,186	-1,414	-7,882
HİA 7	1	5	-0,923	-10,292	-0,606	-3,376
HİA 6	1	5	-0,815	-9,085	-0,847	-4,723
HİA 5	1	5	-0,898	-10,013	-0,606	-3,38
HİA 4	1	5	-0,789	-8,797	-0,788	-4,392
HİA 3	1	5	-0,916	-10,214	-0,458	-2,556
HİA 2	1	5	-0,792	-8,832	-0,666	-3,716
HİA 1	1	5	-0,943	-10,515	-0,539	-3,007
Multivariate					107,896	40,103

Doğrulayıcı faktör analizinde (DFA) çalışmaya başlamadan önce verilerle ilgili tüm sorunlar (uç değerler, basık ve çarpık değerler, eksik veri vb.) giderilmelidir. Maksimum olabilirlik kullanılabilmesi için verilerin normal dağılıma uygun olması gerekmektedir. Tablo 2'ye göre yapılan Multivariate normallik testinde kritik değerin 40,103 olduğu belirlenmiştir. Bu değerin 10'un altında olması mükemmel bir sonuç iken 20'ye kadar genellikle sorun teşkil etmediği yapılan çalışmalarda ortaya konmuştur. Çoklu normallik varsayımı sağlanmadığı için hesaplama yöntemi olarak Bootstrap ML (Maximum likelihood) kullanılmıştır ve Bootstrap analizinde 5000 yeniden örneklem tercih edilmiştir. Halkla İlişkiler Algısı Ölçeği'nin DFA sonuçları Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Halkla İlişkiler Algısı Ölçeği'ne Ait DFA Sonuçları

Maddeler		Faktör	β^1 (%95CI)*	β^2 (%95CI)*	S. Hata	p
HİA 1	<---	F1	1 (1 - 1)	0,87 (0,845 - 0,893)	0,012	...
HİA 2	<---	F1	0,882 (0,821 - 0,945)	0,797 (0,758 - 0,834)	0,019	<0,001
HİA 3	<---	F1	0,955 (0,898 - 1,015)	0,859 (0,829 - 0,886)	0,014	<0,001
HİA 4	<---	F1	0,954 (0,895 - 1,019)	0,82 (0,784 - 0,853)	0,017	<0,001
HİA 5	<---	F1	1,041 (0,983 - 1,105)	0,9 (0,876 - 0,92)	0,011	<0,001
HİA 6	<---	F1	0,955 (0,89 - 1,022)	0,795 (0,752 - 0,832)	0,021	<0,001
HİA 7	<---	F1	1,004 (0,943 - 1,07)	0,855 (0,822 - 0,883)	0,015	<0,001
HİA 17	<---	F2	1,024 (0,957 - 1,092)	0,865 (0,838 - 0,888)	0,013	<0,001
HİA 18	<---	F2	1,063 (0,995 - 1,134)	0,872 (0,845 - 0,896)	0,013	<0,001
HİA 19	<---	F2	1,042 (0,974 - 1,11)	0,848 (0,816 - 0,875)	0,015	<0,001
HİA 20	<---	F2	1,063 (0,996 - 1,133)	0,846 (0,816 - 0,873)	0,015	<0,001
HİA 21	<---	F2	1 (1 - 1)	0,838 (0,808 - 0,866)	0,015	...
HİA 8	<---	F4	0,943 (0,88 - 1,005)	0,867 (0,83 - 0,898)	0,017	<0,001
HİA 9	<---	F4	0,931 (0,875 - 0,986)	0,871 (0,839 - 0,898)	0,015	<0,001

Tablo 3. Devamı

Maddeler		Faktör	β^1 (%95CI)*	β^2 (%95CI)*	S. Hata	p
HİA 10	<---	F4	0,999 (0,945 - 1,054)	0,887 (0,859 - 0,909)	0,012	<0,001
HİA 11	<---	F4	1 (1 - 1)	0,909 (0,889 - 0,926)	0,009	...
HİA 22	<---	F5	0,96 (0,905 - 1,018)	0,861 (0,834 - 0,885)	0,013	<0,001
HİA 23	<---	F5	0,95 (0,899 - 1,006)	0,852 (0,827 - 0,876)	0,012	<0,001
HİA 24	<---	F5	1,006 (0,953 - 1,063)	0,897 (0,874 - 0,918)	0,011	<0,001
HİA 25	<---	F5	1 (1 - 1)	0,896 (0,874 - 0,917)	0,011	...
HİA 12	<---	F3	1 (1 - 1)	0,789 (0,743 - 0,831)	0,022	...
HİA 13	<---	F3	0,984 (0,899 - 1,08)	0,839 (0,804 - 0,87)	0,017	<0,001
HİA 14	<---	F3	0,942 (0,852 - 1,033)	0,815 (0,773 - 0,852)	0,020	<0,001
HİA 15	<---	F3	0,816 (0,722 - 0,909)	0,695 (0,635 - 0,748)	0,029	<0,001

β^1: Standartlaştırılmamış beta katsayısı; β^2: Standartlaştırılmış beta katsayısı; *Bootstrap (%95 güven aralığı)

Tablo 3'e göre madde 16 birden fazla faktör altında yer aldığından dolayı ölçekten çıkarılmıştır. Ölçek, toplam 24 madde ve beş faktörlü yapıdan oluşmaktadır.

Affetme davranışı (AD) ve intikam davranışı (İD) ölçeklerinin normallik sonuçları Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Affetme Davranışı ve İntikam Davranışı Ölçeklerinin Normallik Sonuçları

Maddeler	Minimum	Maksimum	Çarpıklık	c.r.	Basıklık	c.r.
AD 5	1	5	-0,247	-2,758	-1,465	-8,169
AD 4	1	5	-0,276	-3,081	-1,343	-7,488
AD 3	1	5	-0,261	-2,911	-1,358	-7,572
AD 2	1	5	-0,214	-2,384	-1,545	-8,612
AD 1	1	5	-0,09	-1,004	-1,462	-8,149
Multivariate					4,746	7,747
İD 10	1	5	0,352	3,923	-1,407	-7,846
İD 9	1	5	0,446	4,973	-1,356	-7,559
İD 8	1	5	0,435	4,851	-1,321	-7,363
İD 7	1	5	0,506	5,638	-1,214	-6,769
İD 6	1	5	0,533	5,944	-1,104	-6,155
Multivariate				6,841	11,166	

Tablo 4'e göre, yapılan Multivariate normallik testinde kritik değerin Affetme Davranışı Ölçeği için 7,747; İntikam Davranışı Ölçeği için 11,166 olduğu belirlenmiştir. Bu değerin 10'un altında olması mükemmel bir sonuç iken 20'ye kadar genellikle sorun teşkil etmediği yapılan çalışmalarda ortaya konmuştur. Veriler normal dağılıma uygunluk göstermiştir.

Affetme davranışı ve intikam davranışı ölçeklerinin DFA sonuçları Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5. Affetme ve İntikam Davranışı Ölçeklerinin DFA Sonuçları

Maddeler		Faktör	β^1	β^2	S. Hata	p
AD 1	<---	F1	1,000	0,882		...
AD 2	<---	F1	1,097	0,917	0,030	<0,001
AD 3	<---	F1	0,930	0,837	0,030	<0,001
AD 4	<---	F1	0,952	0,856	0,030	<0,001
AD 5	<---	F1	0,933	0,807	0,033	<0,001
İD 6	<---	F1	1	0,773		...
İD 7	<---	F1	1,203	0,894	0,046	<0,001
İD 8	<---	F1	1,152	0,834	0,048	<0,001
İD 9	<---	F1	1,166	0,840	0,047	<0,001
İD 10	<---	F1	1,153	0,820	0,049	<0,001

β^1: Standartlaştırılmamış beta katsayısı; β^2: Standartlaştırılmış beta katsayısı

Tablo 5'e göre her iki ölçek, beş maddeli ve tek faktörlüdür.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin model uyum indeksleri Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Ölçeklere Ait Model Uyum İndeksleri

	CMIN	DF	CMIN/DF	GFI	AGFI	TLI	IFI	CFI	RMSEA	SRMR
HİA	727,357	242	3,006	0,925	0,907	0,967	0,971	0,971	0,052	0,026
AD	4,489	4	1,122	0,998	0,991	1,000	1,000	1,000	0,013	0,006
İD	12,325	4	3,081	0,994	0,976	0,992	0,997	0,997	0,053	0,011

Tablo 6'ya göre; CMIN, DF, CMIN/DF, GFI, AGFI, TLI, IFI, CFI, RMSEA ve SRMR model uyum indekslerinin tamamı kabul edilebilir sınırlar içerisinde elde edilmiştir. Ayrıca maddelere ait yol katsayıları istatistiksel olarak anlamlı elde edilmiştir ($p<0,001$). Ölçeklerin tüm boyutlarının alt maddelerinin, standartlaştırılmış hem de standartlaştırılmamış yol kat sayılarının istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p<0,001$).

Ölçeklerin toplam ve alt boyutlarının tanımlayışı istatistikleri ve güvenilirlik sonuçları Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7. Ölçeklerin Tanımlayıcı İstatistikleri ve Güvenilirlik sonuçları

	Ortalama ± S.Sapma	Ortanca (Min-Mak)	Cronbach's Alpha	Madde sayısı
HİA	3,62 ± 0,87	3,77 (1,21 - 4,92)	0,924	24
Müşteri odaklılık	3,75 ± 1,24	4,29 (1 - 5)	0,944	7
Yönetim ve çalışanlar	3,98 ± 1,24	4,5 (1 - 5)	0,934	4
Finansal güvenilirlik	3,91 ± 1,13	4,25 (1 - 5)	0,862	4
Yenilikçilik ve kalite	3,32 ± 1,4	4 (1 - 5)	0,930	5
Kurumsal sosyal performans	3,13 ± 1,36	3,75 (1 - 5)	0,930	4
AD	3,2 ± 1,37	3,6 (1 - 5)	0,936	5
İD	2,55 ± 1,31	2 (1 - 5)	0,920	5

Tablo 7'ye göre, Halkla İlişkiler Algısı Ölçeği'nin puan ortalaması 3,62 olarak elde edilmiş olup, Cronbach's Alpha değeri 0,924 ile çok yüksek güvenilirlikte elde edilmiştir. Ölçeğin alt boyutlarının

Cronbach›s Alpha değerlerine bakıldığında; müşteri odaklılık (0,944), yönetim ve çalışanlar (0,934), finansal güvenilirlik (0,862), yenilikçilik ve kalite (0,930), kurumsal sosyal performans (0,930) boyutlarında çok yüksek güvenilirlik elde edilmiştir. Affetme Davranışı Ölçeği (0,936) ve İntikam Davranışı Ölçeği (0,920) de Cronbach's Alpha değerleri ile çok yüksek güvenilirlik elde edilmiştir.

Tablo 7'ye bakıldığında, araştırma kapsamında değerlendirilen TCDD işletmesinin Halkla ilişkiler algısının genel puan ortalamasının 3,62 olduğu görülmektedir. 3'ün üzerinde ancak 4'ün altında kalan bu ortalama ile işletmenin halkla ilişkiler algısının yüksek olduğu görülmektedir. En yüksek algı puanının yönetim ve çalışanlar ile finansal güvenlik boyutlarında olduğu görülmektedir. En düşük halkla ilişkiler algısı ise kurumsal sosyal performans boyutundadır.

Araştırma modelinin yol analizi sonucu Tablo 8'de sunulmuştur.

Tablo 8. Yol Analizi Sonucu

			β^1	β^2	S. Hata	Test istatistiği	p	R^2
AD	<---	HİA	0,465	0,726	0,051	14,347	<0,001	0,216
İD	<---	AD	-0,56	-0,535	0,030	-17,915	<0,001	0,430
İD	<---	HİA	-0,168	-0,251	0,047	-5,389	<0,001	

β^1: Standartlaştırılmamış beta katsayısı; β^2: Standartlaştırılmış beta katsayısı; S. Hata: Standart hata; R^2:Determinasyon katsayısı

Tablo 8'e göre halkla ilişkiler algısının affetme davranışını yordadığı tespit edilmiştir (β^1=0,465; p<0,001). Halkla ilişkiler algısı arttıkça, affetme davranışı artmaktadır. Affetme davranışına ait determinasyon katsayısı (R^2) %21,6'dır. Bu doğrultuda "H1. Halkla ilişkiler algısının, affetme davranışı üzerinde istatistiksel olarak pozitif etkisi bulunmaktadır." hipotezi desteklenmiştir.

Affetme davranışının intikam davranışını yordadığı tespit edilmiştir (β^1=-0,56; p<0,001). Affetme davranışı arttıkça intikam davranışı azalmaktadır. Bu doğrultuda "H2. Affetme davranışının intikam davranışı üzerinde istatistiksel olarak negatif etkisi bulunmaktadır." hipotezi desteklenmiştir.

Halkla ilişkiler algısının intikam davranışı davranışını yordadığı tespit edilmiştir (β^1=-0,168; p<0,001). Halkla ilişkiler algısı arttıkça intikam davranışı azalmaktadır. İntikam davranışına ait determinasyon katsayısı (R^2) %43'tür. Bu doğrultuda "H3. Halkla ilişkiler algısının, intikam davranışı üzerinde istatistiksel olarak negatif etkisi bulunmaktadır." hipotezi desteklenmiştir.

Araştırma modelinin aracılık etkisi sonucu Tablo 9'da sunulmuştur.

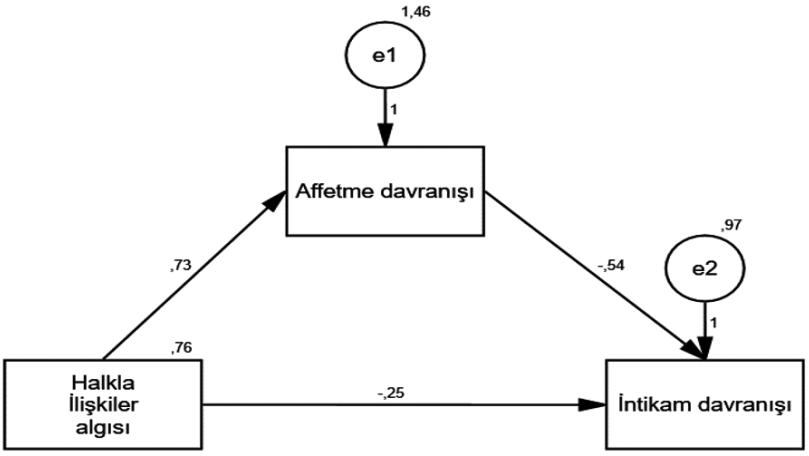
Tablo 9. Dolaylı Etki Sonucu

	β^1	%95 CI		p	β^2
Dolaylı etki		**Alt sınır**	**Üst sınır**		
HİA--> AD--> İD	-0,389	-0,458	-0,323	0,001	-0,261

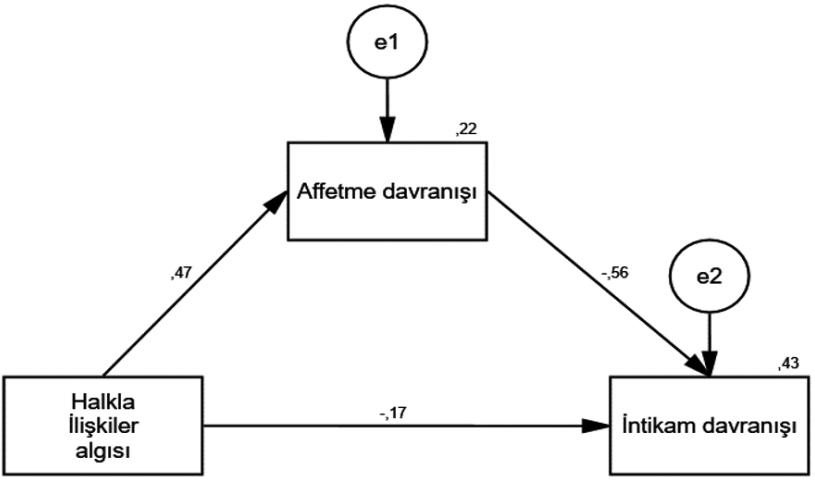
β^1: Standartlaştırılmamış dolaylı etki; β^2: Standartlaştırılmış dolaylı etki

Tablo 9'a göre halkla ilişkiler algısı ile intikam davranışı arasındaki ilişkide affetme davranışının aracılık rolü olup olmadığını test etmek için Bootstrap yöntemi esas alınarak analiz yapılmıştır. Bootstrap analizinde 2000 yeniden örneklem tercih edilmiştir. Bootstrap tekniği ile yapılan analiz sonucunda elde edilen %95 güven aralığı (CI) sıfır değerini kapsamaması gerekmektedir. Bootstrap analizi sonucunda halkla ilişkiler algısının affetme davranışı aracılığı ile intikam davranışı üzerindeki dolaylı etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (β^1=0,389; %95 CI [-0,458 - -0,323]). Bu doğrultuda "H4. Halkla ilişkiler algısı, affetme davranışı aracılığıyla intikam davranışını dolaylı olarak etkilemektedir." hipotezi desteklenmiştir.

Bu doğrultuda araştırma modelinin standartlaştırılmamış ve standartlaştırılmış yol kat sayıları Şekil 2 ve 3'te sunulmuştur.



Şekil 2. Standartlaştırılmamış Yol Katsayıları



Şekil 3. Standartlaştırılmış Yol Katsayıları

Sonuç ve Değerlendirme

Halkla ilişkiler algısı, işletmelerin temel stratejileri arasında yer alması gereken bir unsurdur. Örneğin tüketici memnuniyeti, halkla ilişkiler algısı yoluyla tüketici sadakatini etkilemektedir (Özkan vd., 2019). Bir işletmenin halkla ilişkiler algısı, o işletmenin tüm paydaşları için kim/ne olduğunu göstermektedir. İtibar olarak da adlandırılan bu olgu, kişilerin ve kurumların saygınlığına işaret etmektedir ve yüksek itibar herkesin isteyebileceği bir durumdur. Ancak halkla ilişkiler algısının yüksek değerde olması, işletmelerin herhangi bir zamanda veya durumda hata yapmasını engelleyemez. Nitekim çok büyük ve başarılı işletmeler bile herhangi bir konuda hata yapabilirler. Bu noktada elbette işletmenin hatasını nasıl telafi ettiği önemlidir ancak işletmelerin telafi faaliyetlerinden önce bile tüketiciler, işletmeyi affedebilirler. Bu affetme davranışı, işletmenin halkla ilişkiler algısı ile ilgilidir. Nitekim halkla ilişkiler algısının affetme ve intikam davranışı üzerindeki etkisinin incelendiği bu çalışmada, halkla ilişkiler algısı arttıkça tüketicilerin affetme eğilimlerinin arttığı görülmektedir. Aynı zamanda halkla ilişkiler algısının intikam davranışını istatistiksel olarak negatif yönde etkilediği görülmektedir. Bir başka deyişle, halkla ilişkiler algısı olumlu yönde arttıkça tüketiciler intikam almaktan vazgeçmektedirler. Nitekim yapılan araştırmalarda halkla ilişkiler algısının yüksek olduğu işletmelerde düşük şiddetteki bir olayın bir daha tekrarlanmayacak hata olarak kabul edilip görmezden gelindiği görülmektedir (Sengupta ve ark., 2015).

Bu araştırmada elde edilen bir başka sonuç, affetme davranışının intikam davranışını negatif yönde etkilediği şeklindedir. Bu durum, affetmenin doğasına ilişkin beklenen bir sonuçtur. Nitekim affetmek, olumsuz duygu ve düşünceleri bir kenara bırakarak anlayışlı olmayı tercih etmektir (Huang ve Chang, 2020). Aynı zamanda affetme davranışının, halkla ilişkiler algısının intikam davranışı üzerindeki etkisinde dolaylı bir etkiye sahiptir. Sonuç olarak soyut bir varlık olan halkla ilişkiler algısının olumlu olması, memnuniyetsizlik yaşansa dahi bu tüketicileri daha az intikamcı ve daha çok affedici yapacaktır. İlgili literatürde de benzer sonuçlar elde edildiği görülmektedir (Akbolat vd., 2021; Li vd., 2022; Ndone ve Park, 2022; Riquelme vd., 2019).

Bu bulgular doğrultusunda işletmeler ve araştırmacılar için şu öneriler sunulabilir:

- Halkla ilişkiler algısının affetme ve intikam davranışını azaltması, işletme itibarının arttırılmasını veya korunmasını gerektirmektedir. Bu nedenle işletmeler; şeffaf bir politika benimsemeli, paydaşlarıyla iletişimde kalmalı, çalışanlarını desteklemeli ve müşteri odaklı stratejilerle pazarlama faaliyetlerini yürütmelidirler. Nitekim rekabetin zorlu olduğu pazarda işletmeler halkla ilişkiler algısının soyut değerini dikkate alarak bu önlemlere odaklanmak zorundadırlar (Öztürk vd., 2013).
- İşletmelerin hatalarını üstlenerek sorumluluk almaları, halkla ilişkiler algısını olumlu yönde etkileyecektir. Kriz yönetimini iyi planlayan bir işletme için hatalar, itibarı arttırmak için bir fırsata dönüştürülebilir. Her ne kadar intikam, işletmeler için korkutucu bir eylem olsa da aynı zamanda düzeltilmesi veya değiştirilmesi gereken hizmet sorunları hakkında bilgiler içermektedir.
- İşletmelerin geri bildirimlere odaklanmaları ve iyileştirme çalışmalarını periyodik faaliyetlere dönüştürmeleri, halkla ilişkiler algısının başarılı bir şekilde yönetilmesine katkı sağlayacaktır.
- Gelecekteki araştırmalar, çeşitli şekillerde yapılmış işletme hatalarını içeren senaryolarla tüketicilerin intikam ve affetme davranışlarını değerlendirebilirler ve halkla ilişkiler algısının bu senaryolara verilen tepkiler üzerindeki etkisini ele alabilirler.
- Bu çalışmada, halkla ilişkiler algısının, yaşanmış herhangi bir olumsuzluk durumunda herhangi bir özür veya telafi davranışından bağımsız affetme davranışlarını etkileyip etkilemediği üzerinde durulmaktadır. Gelecekteki araştırmalar farklı denek gruplarında telafi edici bir faaliyete maruz kalan veya kalmayan tüketicileri karşılaştırarak, halkla ilişkiler algısının affetme veya intikam davranışı üzerindeki etkisinin gücünü kontrol edebilirler. Nitekim halkla ilişkiler algısının herhangi bir telafi faaliyeti olmadan da affetme üzerinde etkili olduğu görülmüştür.
- Bu çalışmada zaman ve maliyet kısıtları nedeniyle 746 tüketiciye ulaşılmıştır. Katılımcı sayısının arttırılması, farklı kültürel değerlerdeki tüketicilerin dahil edilmesi veya farklı kuşakların karşılaştırılması araştırma sonuçlarını daha kapsamlı hale getirebilir.
- Mevcut çalışma, hizmet sektöründen TCDD işletmesi özelinde yürütülmüştür ve bu nedenle diğer sektörlerde benzer araştırmaların yapılarak sektörler arasındaki farklılıklar dikkate alınmalıdır.

Kaynakça

AGGARWAL, P. (2004). The effects of brand relationship norms on consumer attitudes and behavior. *Journal of Consumer Research*, 31(1), 87–101. https://doi.org/10.1086/383426

AKBOLAT, M., AMARAT, M., & ÜNAL, N. (2021). Doktor yardımsever ve yetkinliğinin çevrimiçi intikam niyetine etkisinde kurumsal itibarın aracı rolü. *19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi,* 2(1), 56-68.

BARON, R. M., & KENNY, D. A. (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. https://doi.org/10.1037//0022-3514.51.6.1173

CARMELI, A., & TISHLER, A. (2005). Perceived organizational reputation and organizational performance: an empirical investigation of industrial enterprises. *Corporate Reputation Review*, 8, 13-30. https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540236

CARUANA, A., & EWİNG, M. T. (2010). How corporate reputation, quality, and value influence online loyalty. *Journal of Business Research*, 63(9-10), 1103-1110. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.04.030

CHUN, R., (2005). Corporate Reputation: Meaning and Measurement. International Journal of Management Reviews, 7(2): 91-109. https://doi.org/10.4324/9780203218112

COOMBS, W. T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review*, 10, 163-176. https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049

COOMBS, W. T., & HOLLADAY, S. J. (2002). Helping crisis managers protect reputational assets: initial tests of the situational crisis communication theory. *Management Communication Quarterly*, 16(2), 165-186. https://doi.org/10.1177/089331802237233

COOMBS, W. T., & SCHMIDT, L. (2000). An empirical analysis of image restoration: Texaco's racism crisis. *Journal of Public Relations Research*, 12, 163-178. https://doi.org/10.1207/S1532754XJPRR1202_2

DAVIS, D. E., HO, M. Y., GRIFFIN, B. J., BELL, C., HOOK, J. N., VAN TONGEREN, D. R., DEBLAERE, C., WORTHINGTON, E. L., JR., & WESTBROOK, C. J. (2015). Forgiving the self and physical and mental health correlates: A meta-analytic review. *Journal of Counseling Psychology*, 62(2), 329–335. https://doi.org/10.1037/cou0000063

DUTTON, J. E., DUKERICH, J. M., & HARQUAIL, C. V. (1994). Organization images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 39, 239-263. https://doi.org/10.2307/2393235

ENRIGHT, R. D., & COYLE, C. T. (1998). Researching the process model of forgiveness within psychological interventions. İçinde E. L. Worthington Jr. (Ed.), *Dimensions of forgiveness: Psychological research & theological perspectives* (ss. 139–161). Philadelphia, PA: Templeton Foundation Press.

EXLINE, J. J., WORTHİNGTON, E. L., JR., HİLL, P., & MCCULLOUGH, M. E. (2003). Forgiveness and justice: A research agenda for social and personality psychology. *Personality and Social Psychology Review*, 7(4), 337–348. https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0704_06

FETSCHERIN, M., & SAMPEDRO, A. (2019). Brand forgiveness. *Journal of Product & Brand Management*, 28(5), 633-652. https://doi.org/10.1108/JPBM-04-2018-1845

FOMBRUN, C. J. (1996). *Reputation: Realizing value from the corporate image*, Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.

FOMBRUN, C. J., & VAN RIEL, C. (1997). The reputational landscape. *Corporate Reputation Review*, 1, 5-13. https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540008

FOMBRUN, C. J., GARDBERG, N. A., & SEVER, J. M. (2000). The Reputation QuotientSM: A multi-stakeholder measure of corporate reputation. *Journal of Brand Management*, 7(4), 241–255. İstanbul. https://doi.org/10.1057/bm.2000.10

FUOLI, M., VAN DE WEIJER, J., & PARADIS, C. (2017). Denial outperforms apology in repairing organizational trust despite strong evidence of guilt. *Public Relations Review*, 43(4), 645-660. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.07.007

GIBSON, D., GONZALES, J. L., & CASTANON, J. (2006). The importance of reputation and the role of public Relations. *Public Relations Quarterly*, 51, 15-18.

GRÉGOİRE, Y., & FISHER, R. J. (2008). Customer betrayal and retaliation: When your best customers become your worst enemies. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36, 247–261. https://doi.org/10.1007/s11747-007-0054-0

GRÉGOİRE, Y., TRİPP, T. M., & LEGOUX, R. (2009). When customer love turns into lasting hate: The effects of relationship strength and time on customer revenge and avoidance. *Journal of Marketing,* 73(6), 18–32. https://doi.org/10.1509/jmkg.73.6.18

GÜMÜŞ, M., & ÖKSÜZ, B. (2009). *Turizm işletmelerinde kurumsal itibar yönetimi*. Ankara: Nobel Yayınları.

HARRISON-WALKER, L. J. (2019). The critical role of customer forgiveness in successful service recovery. Journal of Business Research, 95, 376-391. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.049

HASSEY, R. V. (2019). How brand personality and failure-type shape consumer forgiveness. *Journal of Product & Brand Management*, 28(2), 300-315. https://doi.org/10.1108/JPBM-09-2017-1563

HELM, S. (2007). The role of corporate reputation in determining İnvestor satisfaction and loyalty. *Corporate Reputation Review*, 10(1), 22-37. https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550036

HETZE, K. (2016). Effects on the (Coporate Social Responsibility) reputation: Coporate Social Responsibility reporting discussed in the light of signalling and stakeholder perception theories. *Corporate Reputation Review*, 19(3), 281-296. https://doi.org/10.1057/s41299-016-0002-3

HIRSCHMAN, A. O. (1970). *Exit, voice, and loyalty: Responses to decline in firms, organizations, and states*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

HIGHHOUSE, S., BROOKS, M. E., & GREGARUS, G. (2009). An organizational impression management perspective on the formation of corporate reputations. *Journal of Management*, 35(6), 1481–1493. https://doi.org/10.1177/0149206309348788

HOOK, J. N., WORTHINGTON, E. L., UTSEY, S. O., DAVIS, D. E., GARTNER, A. L., JENNINGS, D. J., TONGEREN, D. R. V., &, DUECK, A. (2012). Does forgiveness require interpersonal interactions? Individual differences in conceptualization of forgiveness. *Personality and Individual Differences*, *53*(5), 687-692.

HUANG, Z., & CHANG, Z. P. (2020). Online service recovery, consumer forgiveness and sustained trust: Based on the test of mediating and moderating effects. *Business Economics*, (3), 97–99.

HUEFNER, J. C., & HUNT, H. K. (2000). Consumer retaliation as a response to dissatisfaction. *Journal of Consumer Satisfaction Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 13, 61–79.

JANG, W. Y., LEE, J. H., & HU, H. C. (2016). Halo, horn, or dark horse biases: Corporate reputation and the earnings announcement puzzle. *Journal of Empirical Finance,* 38, 272-289. https://doi.org/10.1016/j.jempfin.2016.07.005

JUNG, N., & SEOCK, Y. K. (2016). The impact of corporate reputation on brand attitude and purchase intention. *Fashion and Textiles,* 3 (1), 3–20. https://doi.org/10.1186/s40691-016-0072-y

KİM, S. B., & KİM, D. Y. (2017). Antecedents of corporate reputation in the hotel industry: The moderating role of transparency. *Sustainability*, 9(6-951), 1-15. https://doi.org/10.3390/su9060951

KÖMÜR, G., & KÖROĞLU, A. (2022). Halkla ilişkiler algısı ve pozitif ağızdan ağıza iletişim arasındaki ilişkide marka imajının aracılık rolü. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 10(2), 550-579. https://doi.org/10.19145/e-gifder.1103997

LARSEN, D. (2005). Managing corporate reputation and risk. *Corporate Reputation Review*, 8(2), 164-168. https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540247

LE, T. T. (2023). Corporate social responsibility and SMEs' performance: mediating role of corporate image, corporate reputation and customer loyalty. *International Journal of Emerging Markets*, 18(10), 4565-4590. https://doi.org/10.1108/IJOEM-07-2021-1164

LEWIS, S. (2003). Reputation and Corporate Responsibility. *Journal of Communication Management*, 7(4), 356-364. https://doi.org/10.1108/13632540310807494

LI, J., LIU, L., & QING, Q. (2022). Differentiated consumer forgiveness for different corporate social irresponsibility domains: The moderating role of corporate reputation and patriotism. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 69, 103122.

LI, Z. C., & STACKS, D. (2017). When the relationships fail: A microperspective on consumer responses to service failure. *Journal of Public Relations Research*, 29(4), 158-175. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103122

LICHTENFELD, S., MAIER, M. A., BUECHNER, V. L., & FERNÁNDEZ CAPO, M. (2019). The influence of decisional and emotional forgiveness on attributions. *Frontiers in Psychology*, 10, 1425. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01425

LUOMA-AHO, V. (2015). Understanding stakeholder engagement: Faith-holders, hateholders & fakeholders*. RJ-IPR: Research Journal Of The İnstitute For Public Relations*, 2(1), 1-27.

LYON, L., & CAMERON, G.T. (2004). A relational approach examining the interplay of prior reputation and immediate response to a crisis. *Journal of Public Relations Research*, 16, 213-241. https://doi.org/10.1080/1532-754X.2004.11925128

MATTERA, M. & BAENA, V. (2012). Corporate Reputation And Its Social Responsibility: A Comprehensive Vision. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 22(1), 129-149.

NDONE, J., & PARK, J. (2022). Crisis communication: The mediating role of cognitive and affective empathy in the relationship between crisis type and crisis response strategy on post-crisis reputation and forgiveness. *Public Relations Review*, 48(1), 102136. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102136

NORTH, J. (1987). Wrongdoing and forgiveness. *Philosophy*, 62(242), 499-508.

ÖZKAN, P., SÜER, S., KESER, İ. K., & KOCAKOÇ, İ. D. (2019). The effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty: The mediation of perceived value of services, corporate image, and corporate reputation. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 384-405. https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2019-0096

ÖZTÜRK, Y., ÇÖP, S., YILMAZ, S., & SANİ, R. A. (2013). The art of corporate reputation management in accommodation businesses. *Journal of Travel and Tourism Research (Online)*, 13(1/2), 71-90.

PACE, K. M., FEDİUK, T. A., & BOTERO, I. C. (2010). The acceptance of responsibility and expressions of regret in organizational apologies after a transgression. *Corporate Communications: An International Journal*, 15(4), 410-427. https://doi.org/10.1108/13563281011085510

RIQUELME, I. P., ROMÁN, S., CUESTAS, P. J., & IACOBUCCI, D. (2019). The dark side of good reputation and loyalty in online retailing: When trust leads to retaliation through price unfairness. *Journal of Interactive Marketing*, 47, 35-52. https://doi.org/10.1016/j.intmar.2018.12.002

ROBERTS, P. W., & DOWLING, G. R. (2002). Corporate reputation and sustained superior financial performance. *Strategic Management Journal*, 23(12), 1077-1093. https://doi.org/10.1002/smj.274

SÁNCHEZ-TORNÉ, I., MORÁN-ÁLVAREZ, J. C., & PÉREZ-LÓPEZ, J. A. (2020). The importance of corporate social responsibility in achieving high corporate reputation. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(6), 2692-2700. https://doi.org/10.1002/csr.1993

SAVAŞ, A. T., & SUVACI, B. (2021). Vakıfların kurumsal imajı üzerinde lider etkisi: TEMA Vakfı ve Hayrettin Karaca. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8(1), 93-110. https://doi.org/10.17336/igusbd.579457

SENGUPTA, A. S., BALAJI, M. S., & KRISHNAN, B. C. (2015). How customers cope with service failure? A study of brand reputation and customer satisfaction. *Journal of Business Research,* 68(3), 665-674. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.08.005

SİNHA, J., & LU, F. C. (2016). "I" value justice, but "we" value relationships: Self-construal effects on post-transgression consumer forgiveness. *Journal of Consumer Psychology*, 26(2), 265-274. https://doi.org/10.1016/j.jcps.2015.06.002

SUN, N. J. (2012). Review and prospect of foreign consumer forgiveness research. *China's Circulat. Economy*, 26, 86-90.

SÜNNETÇİOĞLU, A., YALÇINKAYA, P., OLCAY, M., & MERCAN, Ş. O. (2017). Turizm alanında yazılmış olan gastronomiye ilişkin tezlerin bibliyometrik profili. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 345-354. https://doi.org/10.21325/jotags.2017.136

Türk Dil Kurumu (TDK) (2024), İtibar. https://sozluk.gov.tr/. Erişim tarihi: 12.03.2024.

TSARENKO, Y., & GABBOTT, M. (2006). Forgiveness: a new insight into business relationships. *Enhancing Knowledge Development in Marketing*, 17, 30-36.

TSARENKO, Y., & TOJIB, D. (2015) Consumers' forgiveness after brand transgression: The effect of the firm's corporate social responsibility and response, *Journal of Marketing Managemen*t, 31(17-18), 1851-1877. https://doi.org/10.1080/0267257X.2015.1069373

WALSH, G., & WIEDMANN, K. P. (2004). A conceptualization of corporate reputation in Germany: An evaluation and extension of the RQ. *Corporate Reputation Review*, 6, 304-312. https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540001

WANG, Y., LO, H. P., & HUİ, Y.V. (2003). The antecedents of service quality and product quality and their influence on bank reputation: evidence from the banking industry in China. *Managing Service Quality*, 13(1), 72-83. https://doi.org/10.1108/09604520310456726

WEI, H., & RAN, Y. (2017). Male versus female: how the gender of apologizers influences consumer forgiveness. *Journal of Business Ethics*, 154, 371-387. https://doi.org/10.1007/s10551-017-3440-7

XIE, Y., & PENG, S. (2009). How to repair customer trust after negative publicity: The roles of competence, integrity, benevolence, and forgiveness. *Psychology & Marketing,* 26(7), 572-589. https://doi.org/10.1002/mar.20289

YANG, Y., & HU, J. (2021). Self-diminishing effects of awe on consumer forgiveness in service encounters. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, 102491. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102491

YAŞLIOĞLU, M. M. (2012). Kurumsal itibar ve işletmelerde kurumsal itibar algısını ölçmeye yönelik bir model önerisi: Otomotiv sektöründe uygulanması (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

YAZICIOĞLU, Y., & ERDOĞAN, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri,* Detay Yayıncılık: Ankara.

ZHOU, Y., HUANG, M., TSANG, A. S. L., & ZHOU, N. (2013). Recovery strategy for group service failures: The interaction effects between recovery modes and recovery dimensions. *European Journal of Marketing*, 47(8), 1133–1156. https://doi.org/10.1108/03090561311324255

Summary

Businesses, like consumers, have social status. One of the factors that determine this status is the reputation of the business. The perception of public relations represents the reputation of an institution. The perception of public relations, which is an intangible element, is the collective perception in the public's mind.

A positive perception of public relations positively affects the communication and marketing activities of businesses with stakeholders. Therefore, businesses develop various marketing strategies to create positive perceptions of public relations. However, businesses are exposed to different consumer reactions when they make mistakes. One of these consumer reactions is to forgive the business's mistake or to choose to take revenge on the business by not forgiving this mistake. While forgiveness is a promising situation for a business, revenge can endanger the future or the existence of businesses. Forgiveness is the willingness to change emotions and attitudes. Forgiveness contributes to the development of relationships by reducing negative emotion. Forgiveness is a conscious choice to give up revenge. Consumers who choose to take revenge may exhibit revenge behaviors, such as ending their relationship with the business and not shopping again, conveying their dissatisfaction to the business management, punishing the business, making a negative reference to their family or circle of friends. To avoid these revenge behaviors, businesses have developed various marketing strategies for compensation and apology. This study examined the effect of public relations perception, independent of compensation and apology behavior, on forgiveness and revenge behaviors.

The sample consisted of consumers who were over 18 years of age and had used TCDD. Within the scope of this study, 746 consumers were included. A survey was administered to participants who were reached using the easy sampling method. In the data analysis, compliance with normal distribution was examined with the assumption of multiple normality, and Confirmatory Factor Analysis was used to examine construct validity. In cases where normality was not achieved in the distribution of the data, the bootstrap maximum likelihood (ML) method was used as the calculation method, while in cases where normality was achieved, the ML (Maximum likelihood) method was used as the calculation method. Path analysis was used to test the mediator model. Cronbach's alpha coefficient was used to examine the internal consistency of the scale, and the significance level was set at p<0.050.

In line with these findings, it was determined that the perception of public relations has a positive effect on forgiveness behavior. Second, public relations perception has a negative effect on revenge behavior. Third, forgiveness has a negative effect on revenge behavior. Finally, forgiveness behavior had an indirect effect on the effect of public relations perception on revenge behavior.

In line with these findings, knowledge that business reputation should be increased or protected

is supported. Therefore, businesses should adopt a transparent policy, stay in touch with their stakeholders, support their employees, and carry out marketing activities with customer-oriented strategies. For a business that plans crisis management well, mistakes can be turned into an opportunity to improve its reputation. Although revenge is a frightening act for businesses, it also contains information about the service problems that need to be fixed or replaced. Businesses focusing on feedback and turning improvement efforts into periodic activities will contribute to the successful management of public relations. Future research could evaluate consumers' revenge and forgiveness behaviors in scenarios involving various forms of business mistakes, and consider the impact of public relations perceptions on reactions to these scenarios.

The impact of public relations perception on revenge and forgiveness behaviors when dissatisfaction occurs provides a predictable picture of the strategies that businesses will develop in these situations. In fact, it is thought that the perception of public relations can shape the measures that can be taken by customers who tend to forgive or take revenge. Therefore, this study is important in terms of its original contribution to the relevant literature, the suggestions it develops for businesses, and its evaluation from a different perspective on the perception of public relations.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);308-320
DOI: 10.17336/igusbd.1367892

ORIGINAL ARTICLE / ÖZGÜN ARAŞTIRMA

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Çocuk ve Ergenlerin Siber Dedikoduya Verilen Tepkilere Yönelik Değerlendirmelerinin İncelenmesi

Examining Children's and Adolescents' Evaluations of Responses to Cyber Gossip

Muhammed Şükrü AYDIN

Dr. Öğretim Üyesi, Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü, Konya, Türkiye.
muhammed.aydin@selcuk.edu.tr

Geliş/Received: 28.09.2023
Kabul/Accepted: 27.02.2025

Öz

Amaç: Gençlerin zamanlarının önemli bir bölümünü sanal ortamlarda geçirmesiyle birlikte siber zorbalık konusundaki çalışmalar artmaktadır ancak zorbalığın bir boyutu olan siber dedikodu araştırmalara konu olmamıştır. Bu amaçla mevcut araştırmada, gençlerin siber dedikoduya verilen tepkilere yönelik değerlendirmeleri incelenmiştir.

Yöntem: Çalışmada 10-16 yaşlarındaki 148 katılımcı yer almıştır. Katılımcılara beşi özel sohbet, beşi topluluk içinde gerçekleşen sohbet olmak üzere 10 kısa hikâye okunmuş; ardından siber dedikodu yapan kişiye verilen tepkilerin uygunluğu ve etkililiğine ilişkin sorular yöneltilmiştir.

Bulgular: Analizler sonucunda hem özel hem de topluluk içinde gerçekleşen sohbet ortamında yapılan siber dedikoduya verilen olumlu müdahale tepkisinin ahlaki açıdan en uygun ve en etkili tepki olduğu bulunmuştur. Buna karşın, hem özel hem de topluluk içinde gerçekleşen sohbet ortamında yapılan siber dedikoduyu "destekleme" tepkisinin katılımcılar tarafından en az uygun görülen ve en az etkili yöntem olduğu sonucuna da ulaşılmıştır.

Sonuçlar: Her ne kadar örneklemin genellenebilirliği noktasında sınırlılıklar barındırsa da bu araştırma ile siber dedikoduya yönelik Türkiye'deki ilk uygulamalar gerçekleştirilmiş ve literatürdeki bulgular doğrultusunda yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler

Ahlaki değerlendirme, dedikodu, siber dedikodu, siber zorbalık, zorbalık

Muhammed Şükrü Aydın, "Examining Children's and Adolescents' Evaluations of Responses to Cyber Gossip", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 308-320.

Abstract

Aim: As youth spend a significant part of their time in virtual environments, research on cyberbullying are increasing, however, cyber gossip has not been the subject of research. For this purpose, in the current research, youth's evaluations of the responses to cyber gossip were examined.

Method: A total of 148 participants between the ages of 10-16 included in the study. Ten vignettes were told to the participants, five of them were private chat and five of them were public chat. Then, questions were asked about the reasonability and effectiveness of the responses given to the protagonist who made cyber gossip.

Results: As a result of the analysis, it was found that the positive intervention response to cyber gossip in both private and public chat environments was the most morally appropriate and effective. On the other hand, it was also concluded that the supporting response to cyber gossip, both in private and in public chat environments, was the least appropriate and least effective method by the participants.

Conclusion: Although the sample's generalizability is limited, this study represents the first application of cyber gossip in Turkey and is analyzed in accordance with the findings from existing literature.

Keywords

Moral reasoning, gossip, cyber gossip, cyber bullying, bullying

Giriş

Gelişen teknolojiyle birlikte dijital araçlar insan yaşamının önemli bir parçası haline gelmiştir. Özellikle ergenlik dönemiyle birlikte internet ve sosyal medya kullanımının yaygınlaşması, ergenlerin gün içerisinde arkadaşlarıyla iletişim kurdukları zaman dilimini de artırmıştır. Ancak dijital araçların kullanımıyla, siber zorbalık ve dedikodunun birleşim noktasında bulunan siber dedikodunun da yaygınlaştığını söylemek mümkündür. Bu noktada, gençlerin siber dedikodu yapan kişileri nasıl değerlendirdikleri, siber dedikoduya nasıl müdahale edileceği gibi konuların incelenmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Dedikodu kavramı, bir kişinin (hedef) yokluğunda başkaları hakkındaki olumlu veya olumsuz yöndeki değerlendirme içeren bilgilerin üçüncü bir kişiyle paylaşılması olarak tanımlanmaktadır (Foster, 2004). Çocukların başkalarının zihinsel durum ve temsillerinin kendilerininkinden farklı olabileceğini anlamalarıyla sosyal bilişlerinde farklılıklar meydana gelir. Bu değişiklikler doğal olarak çocukların başkalarının sosyal davranışlarıyla bağlantılı olan iletişimlerini de etkiler. Engelmann ve arkadaşlarının (2016) potansiyel işbirlikçi ortak tercihlerinin incelendiği deneysel bir çalışmada, 5 yaşındaki çocukların başkaları hakkında olumlu itibar bilgisi sağladıkları ancak zihin kuramı becerisini kazanamayan 3 yaşındaki çocukların başkalarının itibarına dikkat etmedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlara göre, her ne kadar kompleks olmasa da, erken çocukluğun sonlarına doğru çocukların başkalarının itibarına önem verdikleri söylenebilir. Çocukların gerçek anlamda ilk kez dedikodu yapmaya başlamaları orta çocukluk döneminde gerçekleşmektedir.

Araştırmalara göre çocukların ve ergenlerin sosyal gelişiminin önemli bir özelliği olarak kabul edilen dedikodunun, ergenlik döneminde zirve yaptığını söylemek mümkündür (tartışma için bkz. Ingram, 2019). Çalışmaların bir kısmı, dedikodunun olumlu değerlendirmeleri içerdiğini göstermekteyken (Gottman ve Mettetal, 1986); bazı çalışmalarda ergenlerin sevmedikleri kişilerin itibarını zedelemek amacıyla o hedef hakkında olumsuz bilgiler paylaşabildikleri (Kisfalusi ve ark., 2019) ve dedikoduyu olumsuz bilgiyi yaymada işlevsel bir araç (McDonald ve ark., 2007) olarak değerlendirdikleri ifade edilmektedir. Nadiren de olsa, bazı çalışmalarda ergenlerin eğlence amaçlı dedikodu yayabildikleri belirtilmiştir (Wargo Aikins ve ark, 2017).

Teknoloji kullanımının son yıllarda artmasına paralel olarak çocuklar ve ergenlerin çevrimiçi ortamlarda bilgi alışverişinde bulunmaları da artmıştır. Örneğin, Türkiye'de düzenli internet kullanımı olan 6-15 yaş arasındaki çocuk ve ergenlerin internet kullanım faaliyetlerine bakıldığında, %13.2'sinin "e-posta gönderme/alma", %65.2'sinin "mesajlaşma" amacıyla internet kullandıkları raporlanmıştır (TÜİK, 2024). Bu durum, bir nevi iletişimin niteliğinde değişikliklere sebebiyet vererek (Nesi ve ark.,

2018) siber dedikodu fenomeninin ortaya çıkmasına da imkan sunmuştur. Bu noktada siber dedikodu kavramını tanımlamak gerekirse; siber dedikodu, "elektronik cihazların kullanımıyla çevrimiçi ortamda bulunmayan bir başka kişi hakkında değerlendirici yorumlar yapmak ve bilgi alışverişinde bulunmak" şeklinde ifade edilebilir (Romera ve ark., 2018). Genelde hedef kişiye yönelik olumsuz değerlendirmeler barındıran siber dedikoduyu, siber zorbalık başlığı altında düşünmek mümkündür. Zorbalığa benzer şekilde, siber zorbalıkta da doğrudan (örn., çevrimiçi ortamda tehdit etmek) veya dolaylı olarak (örneğin, çevrimiçi ortamda başkasının arkasından olumsuz bilgiler yaymak) üçüncü şahıs/lar hedef alınmaktadır (Patchin ve Hinduja, 2015). Bu açıdan değerlendirildiğinde, çevrimiçi ortamda dolaylı olan siber zorbalıkları, siber dedikodu olarak kabul etmek mümkündür.

Literatür incelendiğinde, araştırmalar siber dedikodu yapmanın zorbalık ve siber zorbalık gibi çeşitli akran zorbalığı biçimleriyle ilişkili olduğu görülmektedir (Cebollero-Salinas ve ark., 2022; Falla ve ark., 2021; García-Fernández ve ark., 2022). Örneğin, Casas ve arkadaşlarının (2019) çalışmasında siber dedikodu yapmanın cinsel içerikli mesajlar yazma, cinsel içerikli alıntıları gönderme gibi siber zorbalık davranışlarını yordadığı bulunmuştur. Bu gibi araştırmalar, siber dedikodunun potansiyel olarak ergenlerin uyumsuz çevrimiçi davranışlarından biri olabileceğine işaret etmektedir. Dolayısıyla siber dedikodu, çocuk ve ergenlerin sosyal duygusal gelişimleri açısından dikkate alınması gereken önemli bir konu olarak karşımızda durmaktadır.

Bu konunun bir diğer boyutu ise çocuk ve ergenlerin siber zorbalığa karşı tutumları ve verdikleri tepkilerdir. Zorbalık davranışına yönelik tutumların nasıl olduğu konusunda literatür taraması yapıldığında, çocuk ve ergenlerin zorbalıkla baş etmesinde farklı tepkilerde bulunduğu görülmektedir. Literatüre göre bu tepkiler özetlenecek olursa; en çok kullanılanları pasif kalma, olumsuz müdahale, olumlu müdahale, yok sayma ve zorbalığı destekleme şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Dirks ve ark., 2007; Grassetti ve ark., 2017; Moxey ve Bussey, 2020; Smith ve ark., 2008). Zorbalıkla paralel olarak düşünülürse, siber zorbalığın bir türü olan siber dedikoduya yönelik de benzer tepkilerin ortaya çıkması beklenebilir. Ancak siber dedikodu üzerine yapılan araştırmaların sınırlı olması nedeniyle, çocuk ve ergenlerin dedikodu gibi çevrimiçi akran zorbalıklarıyla karşılaştıklarında nasıl tepki verebilecekleri konusunda bilgiler yetersizdir. Bu nedenle, mevcut çalışmada zorbalık literatüründen esinlenerek, ergenlerin siber dedikoduya verilen tepkileri nasıl değerlendirdikleri, hangi yöntemi daha uygun buldukları incelenecektir.

Psikoloji literatüründe uzun bir geçmişi olan seyirci etkisi fenomenine göre, bir ortamda diğer seyirciler olduğunda bireylerin olumsuz bir davranışa müdahale etme olasılıklarının azaldığı bilinmektedir (van Bommel ve ark., 2012). Barlińska ve arkadaşlarına (2013) göre, çevrimiçi ortamlarda, özel ve kamusal izleyici kitlesinin de dikkate alınması gerekmektedir çünkü zorbalık yapan kişi, hedefe özel olarak veya birden çok izleyicinin önünde siber zorbalık yapabilir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, çevrimiçi ortamda özel olarak veya başkalarının da yer aldığı topluluk içinde yapılan siber dedikoduların hem etkilerinin hem diğer insanlar tarafından değerlendirilmesinin farklılaşacağı beklenebilir. Bu nedenle mevcut çalışmada, ergenlik dönemindeki gençlerin özel ve topluluk içinde gerçekleşen siber dedikodulara yönelik tutumlarının farklılaşıp farklılaşmadığı da ayrıca incelenecektir.

Yüz yüze yapılan dedikodularla ilgili çalışmalar literatürde mevcuttur ancak söz konusu siber dedikodu olduğunda, ergenlerin bu tepkilere karşı tutum ve değerlendirmelerinin nasıl olduğuna yönelik araştırmalar yetersiz görülmektedir. Her ne kadar özünde dedikodu içeriyor olsa da; çevrim içi ortamda gerçekleşen siber dedikoduda "özellikle hedef kişinin ortamda bulunmayışı" ve "hedef kişinin kendisine yönelik olumsuz konuşmalardan habersiz oluşu" söz konusudur. Bu nedenle farklı türde dedikodulara yönelik ön ergenlik ve ergenlik dönemindeki gençlerin tutumlarının incelenmesi literatür açısından önemli görünmektedir. Bunun yanı sıra, çevrimiçi ortamda özel olarak ve topluluk içinde yapılan sohbetlerdeki siber dedikoduya verilen tepkilerin değerlendirilmesinde farklılık olup olmadığı araştırmada ele alınacak problemlerden bir diğeridir.

Yöntem

Katılımcılar

Çalışmaya, yaşları 10-16 ($Ort_{yaş}$= 13.03; *SS*= 2.01) arasında değişen 148 çocuk (70 kız, 78 erkek) katılmıştır. Ön ergenlik ve ergenlik dönemindeki katılımcıların dedikoduya yönelik değerlendirmelerinde gelişimsel farklılıklar olup olmadığını incelemek amacıyla ilgili yaş grubuyla araştırma yürütülmüştür.

Katılımcı grubun demografik özellikleri incelendiğinde, %21.6'sının (n=32) anne ve babasının boşanmış olduğu raporlanmıştır. Algılanan gelir düzeyi açısından, annelerin %64.2'si kendilerini orta gelir grubunda (n=95), %23.6'sının ise üst-orta gelir grubunda (n=35) değerlendirmiştir. Katılımcıların kardeş sayıları incelendiğinde, 74 katılımcının (%50) bir kardeşe; 35 katılımcının (%23.6) ise iki kardeşe sahip olduğu görülmektedir.

Veri Toplama Araçları

Katılımcıların siber dedikoduya yönelik değerlendirmelerinin ölçümünde Caivano ve Talwar'ın (2023) çalışmasındaki kısa hikâyeler kullanılmıştır. Hikâyelerin beşinde çevrimiçi ortamda özel sohbet mesajı; diğer beş hikâyede ise çevrimiçi ortamda başkalarının da dâhil olduğu grup içerisinde mesajlaşma yer almaktadır.

Hikâyelerin tamamında dedikodu yapan kişi ve alıcı arkadaş olarak sunulmuştur. Dedikodunun hedefindeki üçüncü şahıs; dedikodu yapan kişi ve alıcının da arkadaşıdır. Her hikâyede, dedikodu yapan kişi alıcıya çevrimiçi ortamda üçüncü şahıs hakkında olumsuz yönde dedikodu yaptığı bir mesaj göndermekte ve üçüncü şahsın sosyal normu ihlal ettiğine dair gözlemini (örn. ders esnasında konuşmak) anlatmaktadır.

Hikâyelerde alıcı, dedikodu yapan kişinin mesajına aşağıdaki tepkilerden birini vermektedir: a) *Pasif tepki:* dedikodu yapan kişiyi görmezden gelmeyi ve yanıt vermeme; b) *Olumlu müdahale:* Dedikodu yapan kişinin dedikoduyu durdurması gerektiğini açık bir şekilde belirtme; c) *Olumsuz müdahale:* dedikodu yapan kişiye sert çıkarak dedikoduyu sonlandırmasını isteme; d) *Teşvik etme:* dedikoduya katkıda bulunma; e)*Engelleme:* dedikodu yapan kişiyi engelleme ve sohbetten çıkarma. Bu tepkiler, özel mesajlaşma ve topluluk içinde mesajlaşma yapılan iki farklı bağlamda da tutarlı bir şekilde sunulmuştur. Ayrıca hikayelerdeki karakterlerin isimleri her iki cinsiyet için uygun olacak şekilde (örn., Deniz, Bilge) kullanılmıştır.

Her bir hikâyenin okunmasının ardından katılımcılara hikâyeyle ilgili iki soru yöneltilmiştir. İlk soru, alıcının yanıtının ne kadar iyi veya kötü olduğunun ahlaki açıdan değerlendirilmesine yöneliktir. 5'li Likert tipi derecelemesi olan sorular (1= çok kötü; 5= çok iyi) çocuklara uygun olacak şekilde yüz ifadeleri ile desteklenmiştir. İkinci soru ise alıcının dedikoduya yönelik yanıtının etkinliğini değerlendirmektedir. Benzer şekilde 5'li Likert tipi derecelemesi olan sorular (1= çok kötü; 5= çok iyi) çocuklara uygun olacak şekilde yüz ifadeleri ile desteklenmiştir.

İşlem/Prosedür

Katılımcılara kartopu örnekleme yöntemiyle ulaşılmıştır. Katılımcı grubunun ön ergenlik ve ergenlik dönemdeki gençler olması nedeniyle öncelikle ebeveynlerden çocuklarının çalışmaya katılımları konusunda onamları alınmıştır. Ardından her bir çocuktan katılımları için onayları alınmıştır. Katılımcılarla birebir yapılan uygulamalar yaklaşık 10 dakika sürmektedir.

Veriler SPSS programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Verilerin analizinde betimsel istatistiklerden olan frekans ve tanımlayıcı analizler; ön ergenlik ve ergenlik dönemindeki katılımcıların siber dedikoduya yönelik tepkilerinin farklılaşıp farklılaşmadığının analizinde *bağımsız örneklemli t test;* farklı siber dedikodulara (özel ve topluluk içinde yapılan) yönelik tutumların farklılaşıp farklılaşmadığının incelenmesinde de *bağımlı örneklemli t test* analizi yapılmıştır. Çocuk ve ergenlerde yaşlara göre siber dedikoduya yönelik verilen tepkilere ve tepkinin etkili olma derecesine ilişkin farklılıklar olup olmadığını test etmek üzere *bağımsız örneklemli t test* analizi kullanılmıştır.

Bulgular

Araştırmada siber dedikoduya verilen farklı tepkilerin 10-16 yaş aralığındaki çocuk ve ergenler tarafından ahlaki olarak nasıl değerlendirildiği ve bu tepkilerin siber dedikoduyu önlemede ne kadar etkili olduğu incelenmiştir. Bu doğrultuda ilk olarak betimsel istatistiklerle ortalamalar; ardından sonuç çıkarıcı bulguları görmek üzere fark analizleri sunulmuştur.

Katılımcıların siber dedikoducuya tepki veren kişinin tepkisini ne düzeyde ahlaki olarak değerlendirdiklerine ve verilen tepkinin siber dedikoduyu önlemeye yönelik ne kadar etkili bir yöntem olduğuna ilişkin elde edilen cevapların ortalama ve standart sapmalar Tablo 1 ve 2'de paylaşılmıştır.

Tablo 1. Siber dedikodu tepkilerine yönelik ahlaki değerlendirme düzeyi ortalamaları

Siber dedikodu ortamı / Siber dedikodu tepkileri	Özel Sohbet		Toplulukta Gerçekleşen Sohbet	
	Ort	Ss.	Ort.	Ss.
Olumsuz Müdahale	3.08	1.11	2.97	1.29
Engelleme	2.79	1.08	2.91	.97
Destekleme	1.83	.76	1.41	.63
Olumlu Müdahale	4.40	.75	4.56	.67
Pasif Tepki	3.08	.81	3.29	.72

Not: Her tepki için minimum 1; maksimum 5 puan alınmaktadır.

Buna göre, sonuçlar özel sohbet açısı özelinde değerlendirildiğinde, çocukların siber dedikoduya yönelik en çok olumlu müdahalede bulunma tepkisini ahlaki olarak uygun buldukları, bunu sırasıyla pasif kalma tepkisi, olumsuz müdahale, engelleme ve destekleme tepkilerinin takip ettiği görülmüştür. Katılımcılara göre, olumsuz müdahale ve pasif kalma tepkilerinin ahlaki yönden benzer düzeyde algılandığı görülmektedir. Toplulukta gerçekleşen sohbet için değerlendirildiğinde, ahlaki yönden uygun bulunma açısından aynı tepki sırası gözlemlenmiştir.

Tablo 2. Siber dedikodu tepkilerine yönelik verilen tepkilerin etkililiğinin ortalamaları

Siber dedikodu ortamı / Siber dedikodu tepkileri	Özel Sohbet		Toplulukta Gerçekleşen Sohbet	
	Ort	Ss.	Ort.	Ss.
Olumsuz Müdahale	3.94	1.06	4.04	1.04
Engelleme	3.28	1.17	3.08	1.04
Destekleme	1.42	.53	1.27	.59
Olumlu Müdahale	4.1	.6	4.06	.81
Pasif Tepki	2.75	.84	2.56	.89

Not: Her tepki için minimum 1; maksimum 5 puan alınmaktadır.

Tablo 2'ye göre, çocukların siber dedikoduya yönelik en çok olumlu müdahalede bulunma tepkisini etkili gördükleri, bunu sırasıyla olumsuz müdahale, engelleme, pasif tepki ve destekleme tepkilerinin takip ettiği görülmektedir. Toplulukta gerçekleşen sohbet için değerlendirildiğinde, siber dedikoduya yönelik en etkili yöntemin benzer sırayı takip ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Çocuk ve ergenlerin siber dedikoduya verilen tepkileri değerlendirmelerinde cinsiyet, ebeveynlerin medeni durumu ve yaş grubu değişkenlerinin etkisini incelemek üzere bazı analizler yürütülmüştür. İlk olarak cinsiyet açısından bakıldığında, özel sohbet ortamında dedikoduya tepki veren kişinin davranışının ahlaki olarak değerlendirilmesinde kız ve erkek katılımcılar arasında "olumsuz müdahale", "engelleme" ve "olumlu müdahale" tepkilerinde anlamlı farklılıklar görülmüştür (*sırasıyla*, (t(146)= 2.19, *p*= .03; (t(146)= 2.61, *p*= .01; (t(146)= -2.12, *p*= .035). Sonuçlara göre, özel sohbet ortamında kızlar "olumlu müdahale" tepkisini; erkekler ise "olumsuz müdahale" ve "engelleme" tepkisini ahlaki olarak daha uygun bulmuşlardır. Özel sohbet ortamında dedikoduya verilen tepkinin etkili olma düzeyine bakıldığında ise cinsiyetler arasında anlamlı farklılıklar gözlenmemiştir. Sonuçlar topluluk içinde gerçekleşen sohbet ortamları için ele alındığında, "olumsuz müdahale" tepkisinin kızlar tarafından ahlaki yönden daha az uygun bulunduğu görülmüştür (t(146)= 2.06, *p*= .041). Topluluk içinde gerçekleşen sohbet ortamındaki siber dedikoduya verilen tepkilerin etkili olma düzeyleri açısından cinsiyetler arasında anlamlı farklılıklar gözlenmemiştir.

Çalışmadaki bir diğer demografik değişken olan ebeveynlerin medeni durumunun siber dedikoduya verilen tepkilerin değerlendirilmesindeki etkisi bağımsız örneklemler t testi analizi gerçekleştirilmiştir. Özel sohbet ortamında gerçekleşen siber dedikodu için gerçekleştirilen analizler sonucunda,

anne-babaları boşanmış olan çocukların dedikoducuya özel sohbet ortamında olumsuz müdahale, engelleme, destekleme ve pasif kalma tepkileri verildiğinde ahlaki değerlendirmelerinin ebeveynleri birlikte olan katılımcılara kıyasla anlamlı olarak farklılaştığı bulunmuştur. Buna göre, ebeveynleri boşanmış olan çocuklar "olumsuz müdahale", "engelleme" ve "pasif kalma" tepkisini ebeveynleri birlikte olan çocuklara kıyasla ahlaki yönden daha makul karşılamışlardır (sırasıyla, (t(146)= -5.82, *p*< .001; (t(146)= -7.16, *p*< .001; (t(146)= -3.89, *p*< .001). Buna karşın, ebeveynleri birlikte olan çocuklar ebeveynleri boşanmış olan çocuklara kıyasla "destekleme" tepkisini ahlaki olarak daha uygun görmüşlerdir (t(146)= 2.61, *p*= .01). Topluluk içindeki gerçekleşen siber dedikodu açısından bakıldığında, ebeveynleri boşanmış olan çocuklar "olumsuz müdahale" ve "engelleme" tepkilerini ebeveynleri birlikte olan çocuklara kıyasla ahlaki yönden daha makul karşılamışlardır (sırasıyla, (t(146)= -5.95, *p*< .001; (t(146)= -6.72, *p*< .001). Ancak ebeveynleri birlikte olan çocuklar ebeveynleri boşanmış olan çocuklara kıyasla "destekleme" tepkisini ahlaki olarak daha uygun görmüşlerdir (t(146)= 3.36, *p* = .001).

Siber dedikoduya yönelik verilen tepkilerin etkililiği açısından değerlendirildiğinde ise ebeveynleri birlikte olan katılımcılarla kıyaslandığında, boşanmış ailede yaşayan çocuklar özel sohbet ortamlarındaki "olumsuz müdahale", "engelleme" ve "pasif kalma" tepkilerini anlamlı olarak daha etkili bir yöntem olarak değerlendirmişlerdir (*sırasıyla*, (t(146)= -3.86, *p*< .001; (t(146)= -5.15, *p*< .001; (t(146)= -4.5, *p*< .001). Ek olarak, ebeveynleri boşanmış olan katılımcılar siber dedikoduya verilen "destekleme" tepkisini daha az etkili olarak görmüşlerdir (t(146)= 2.12, *p*= .036). Topluluk ortamında gerçekleşen siber dedikoduya verilen tepkiler açısından aynı örüntü görülmüştür. Buna göre, ebeveynleri birlikte olan katılımcılarla kıyaslandığında, boşanmış ailede yaşayan çocuklar topluluk içinde gerçekleşen siber dedikoduya yönelik "olumsuz müdahale", "engelleme" ve "pasif kalma" tepkilerini anlamlı olarak daha etkili bir yöntem olarak değerlendirmişlerdir (*sırasıyla*, (t(146)= -3.73, *p*< .001; (t(146)= -6.92, *p*< .001; (t(146)= -3.22, *p*= .002). Bununla birlikte, ebeveynleri boşanmış olan katılımcılar siber dedikoduya verilen "destekleme" tepkisini daha az etkili olarak görmüşlerdir (t(146)= 3.01, *p*= .003).

Çalışmanın bir diğer amacı doğrultusunda, farklı yaşlardaki katılımcıların dedikoducuya verilen tepkilere ilişkin değerlendirmelerinin farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Bu doğrultuda, ilk olarak katılımcılar çocuk (10-12) ve ergen (13-16) olarak iki gruba ayrılmıştır. Daha sonra gerçekleştirilen bağımsız örneklemli t test analizi sonucunda, özel sohbet ortamında yapılan dedikodularda çocukların (*M*= 3.31) ergenlere (*M*= 2.90) kıyasla "olumsuz müdahale tepkisini" ahlaki olarak daha uygun gördükleri sonucuna ulaşılmıştır (t(146)= 2.25, *p*= .03). Benzer bir farklılık, "engelleme tepkisinde" de gözlemlenmiştir. Buna göre, çocukların (*M*= 3.03) ergenlere (*M*= 2.62) kıyasla "engelleme tepkisini" ahlaki olarak daha uygun gördükleri sonucuna ulaşılmıştır (t(146)= 2.30, *p*= .023). Siber dedikoduya verilen tepkilerin ahlaki uygunluk düzeyinin yaş gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğine topluluk ortamında yapılan sohbetler açısından bakıldığında, çocukların (*M*= 3.14) ergenlere (*M*= 2.74) kıyasla "engelleme tepkisini" ahlaki olarak daha uygun gördükleri sonucuna ulaşılmıştır (t(146)= 2.52, *p*= .013). Siber dedikoduya verilen "olumlu müdahale" tepkisinin özel ve sohbet ortamlarına göre etkili olma düzeyi ise ailenin medeni durumuna göre farklılık göstermemiştir.

Siber dedikoduya verilen tepkilerin etkili olma düzeyinin yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar gösterip göstermediğini incelemek üzere yapılan bağımsız örneklemli t test analizi sonucunda, özel sohbet ortamlarında çocukların (*M*= 4.36) ergenlere (*M*= 3.63) kıyasla "olumsuz müdahale tepkisini" anlamlı olarak daha etkili gördükleri bulunmuştur (t(146)= 4.35, *p*< .001). Benzer şekilde, özel sohbet ortamlarında çocukların (*M*= 3.63) ergenlere (*M*= 3.02) kıyasla "engelleme tepkisini" anlamlı olarak daha etkili gördükleri sonucuna ulaşılmıştır (t(146)= 3.24, p≤ .001). Sonuçlar topluluk ortamında gerçekleşen sohbetler açısından ele alındığında, çocukların (*M*= 4.47) ergenlere (*M*= 3.71) kıyasla "olumsuz müdahale tepkisini" anlamlı olarak daha etkili gördükleri sonucuna ulaşılmıştır (t(146)= 4.67, *p*< .001). Analizler sonucunda, çocukların (*M*= 3.38) ergenlere (*M*= 2.85) kıyasla "engelleme tepkisini" de anlamlı olarak daha etkili buldukları görülmüştür (t(146)= 3.11, *p*= .002).

Siber dedikoduya verilen tepkinin özel sohbet ortamı ile topluluk içinde gerçekleşen sohbet ortamında ahlaki açıdan değerlendirilmesinde anlamlı farklılıklar olup olmadığını görmek üzere bağımlı örneklemli t test analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda, özel ve topluluk içinde gerçekleşen sohbet ortamları arasındaki farklılıklardan birinin "destekleme tepkisinde" olduğu gözlenmiştir. Buna

göre katılımcılar destekleme yöntemini topluluk ortamında gerçekleşen sohbetlerde (*M*= 1.42) özel sohbetlere kıyasla (*M*= 1.83) ahlaki yönden daha az uygun olarak karşılamışlardır (t(147)= 8.25, *p*< .001). Bir diğer anlamlı farklılık "olumlu müdahale tepkisinin" ahlaki açıdan uygun bulunurluğunda gözlenmiştir. Buna göre, katılımcılar olumlu müdahalede bulunma yöntemini topluluk ortamında gerçekleşen sohbetlerde (*M*= 4.56) özel sohbetlere kıyasla (*M*= 4.40) ahlaki yönden daha fazla uygun olarak karşılamışlardır (t(147)= -2.49, *p*= .014). "Pasif kalma tepkisi" açısından bakıldığında, katılımcıların bu yöntemi topluluk ortamında gerçekleşen sohbetlerde (*M*= 3.29) özel sohbetlere kıyasla (*M*= 3.08) ahlaki yönden daha fazla uygun olarak karşıladıkları bulunmuştur (t(147)= -2.64, *p*= .009).

Siber dedikoduya verilen tepkinin etkili olma derecesinin özel sohbet ortamı ile topluluk içinde gerçekleşen sohbet ortamında farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde, katılımcılar tarafından "engelleme tepkisinin" özel sohbet ortamında (*M*= 3.28) topluluk içindeki sohbete (*M*= 3.08) kıyasla daha etkili olduğu raporlanmıştır (t(147)= 2.25, *p*= .026). Benzer şekilde, siber dedikoduyu "destekleme tepkisinin" topluluk içindeki sohbet ortamında (*M*= 1.27) özel sohbet ortamına (*M*= 1.42) kıyasla daha az etkili bir yöntem olduğu bulunmuştur (t(147)= 3.08, *p*= .002). Son olarak, siber dedikoduya verilen "pasif kalma tepkisinin" topluluk içindeki sohbet ortamında (*M*= 2.56) özel sohbet ortamına (*M*= 2.75) kıyasla daha az etkili bir yöntem olduğu bulunmuştur (t(147)= 2.6, *p*= .01).

Sonuçlar ve Tartışma

Araştırmanın amacı çocuk ve ergenlerin siber dedikoduya verilen farklı tepkileri ne kadar ahlaki olarak değerlendirdiklerinin ve bu tepkilerin siber dedikoduyu önlemede ne kadar etkili olduğunun incelenmesiydi. Araştırma sonuçlarına göre, olumlu müdahale yöntemi çocuk ve ergenler açısından siber dedikoduya verilebilecek ahlaki yönden en uygun tepki olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sonuca göre, katılımcıların olumlu müdahale tepkisini en yapıcı yöntem olarak değerlendirdikleri düşünülebilir. Yine katılımcılara göre, siber dedikoduyu önlemede en etkili olan yöntemin de olumlu müdahale tepkisi olduğu görülmüştür. Elde edilen bu sonuçlar, hem özel hem de topluluk içinde gerçekleşen sohbet ortamı için benzerlik taşımaktadır.

Mevcut araştırmadan elde edilen sonuçlara göre siber dedikoduya karşı hem ahlaki yönden en az uygun olan hem de etkisi en düşük raporlanan tepki ise destekleme şeklinde rapor edilmiştir. Söz konusu bulgu, benzer şekilde hem özel hem de topluluk içindeki sohbet ortamı için geçerlidir. Buna göre, katılımcıların siber dedikoduyu olumsuz bir durum olarak algıladıkları ve ilişkilerinde olumsuz durumu desteklemenin istenmedik bir davranış olarak yorumladıkları düşünülebilir.

Elde edilen bulgular diğer araştırmalarla kıyaslanmak istendiğinde, literatürde siber dedikoduya yönelik tepkiler konusunda sınırlı sayıda çalışmaya rastlanmaktadır. Örneğin, Caivano ve Talwar'ın (2023) aynı yaş grubuyla gerçekleştirdikleri çalışma sonucunda da benzer şekilde özel ortamda yapılan sohbet esnasında siber dedikoduya verilen olumlu müdahale tepkisinin ahlaki açıdan en uygun, aynı zamanda siber dedikoduyu önlemede en etkili tepki olduğu bulunmuştur. Aynı çalışmada topluluk içinde gerçekleşen sohbetlerde ise engelleme yönteminin etkisine dair gençlerin bildirimde bulundukları gözlenmiştir. Mevcut araştırmadan elde edilen sonuçlarla kıyaslandığında, Türkiye'deki gençlerin batı toplumlarında yetişen gençler kadar engelleme yöntemini tercih etmedikleri görülmektedir. Türkiye'deki katılımcıların zorbalıkta engelleme davranışlarını tercih etmemesi konusunda yapılabilecek olası bir açıklama, dedikoducu olumsuz bir bilgi paylaşımında bulunuyor olsa da, ilişkileri tamamen bitirmek istememe eğilimi baskın geliyor olabilir. Türkiye'deki toplumsal yapının ilişkiselliğe önem veriyor olması (Kağıtçıbaşı ve 2000; Markus ve Kitayama, 1991) göz önüne alınırsa, böyle bir farklılık makul karşılanabilir.

Siber dedikoduya verilen tepkilere ilişkin literatürdeki çalışmalar yetersiz olmakla birlikte benzer bir mukayese siber zorbalık literatürü üzerinden de yapılabilir. Buna göre, Bostan ve arkadaşlarının (2020) lise öğrencileriyle yapmış oldukları araştırmada, kaçınma tepkisinin ergenler tarafından çok az kullanıldığı raporlanmıştır. İntikam ve diyalog kurma yöntemi ise siber zorbalığa verilen tepkiler açısından daha fazla benimsenmiştir. Şimdiki araştırmada da pasif kalma tepkisinin katılımcılar tarafından daha az etkili bulunması benzerlik gösteriyor olabilir. Benzer şekilde olumsuz müdahale ve olumlu müdahale tepkisinin de intikam ve diyalog kurma tepkisiyle paralellik gösterdiği düşünülebilir.

Bu açıdan, mevcut araştırma bulgularının literatürle benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Şimdiki araştırmada siber dedikoduya verilen tepkinin ahlaki olarak değerlendirilmesinde cinsiyetlere göre farklılıklar bulunmuştur. Buna göre, kızlar olumlu müdahale tepkisini; erkekler ise olumsuz müdahale ve engelleme tepkilerini daha uygun bir davranış olarak nitelendirmişlerdir. Siber dedikodu literatürü yetersiz olmakla birlikte sonuçları zorbalık ve siber zorbalık araştırmalarıyla yorumlamak mümkündür. Bu alanda yürütülen araştırmalardan elde edilen sonuçlar, erkeklerin söz konusu zorbalık olduğunda daha sert tepkileri tercih ettiklerine (Esther ve Izaskun, 2012; Lansford ve ark., 2012), siber zorbalık tepkilerini daha az olumsuz gördüklerine (Huang ve Chou, 2010) ve doğrudan yöntemleri kullandıklarına (Card ve ark., 2008) işaret etmektedir. Türkiye'deki araştırmalar incelendiğinde, Bostan ve arkadaşlarının (2020) siber zorbalığa verilen tepkileri çalıştıkları araştırmada erkeklerin intikam boyutundaki, kızların ise diyalog boyutundaki ortalamalarının anlamlı düzeyde yüksek olduğu raporlanmıştır. Bu sonuçların, mevcut araştırmadan elde edilen bulgularla örtüştüğü söylenebilir. Mevcut araştırmada kızların olumlu müdahale gibi ilişki kurmaya yönelik tepkileri daha makul karşılamaları; erkeklerin ise tersi şekilde olumsuz müdahale ve engelleme tepkilerini daha uygun görmeleri önceki bulguyla benzerlik göstermektedir. Stubbs-Richardson ve arkadaşlarının (2018) çalışmasında da benzer şekilde erkeklerin sözlü saldırganlığı kullandıkları sonucu elde edilmiştir. Bu açıdan, erkeklerin söz konusu zorbalık ve türleri olduğunda, daha sert söylem ve yaptırımları uygun karşıladıkları söylenebilir.

Çalışmadan elde edilen bulgulara göre, anne babası boşanmış olan çocukların siber dedikoduya verilen tepkiler açısından olumsuz müdahale yöntemini daha ahlaki buldukları ve bu tepkinin siber dedikoduyu önlemede daha etkili olduğu görülmektedir. Bu sonuç, anne ve babanın birlikte olmadığı ailede yaşayan çocuk ve ergenlerin daha keskin yöntemleri uygun buldukları şeklinde yorumlanabilir. Literatür incelendiğinde siber dedikodu konusunda böyle bir çalışmaya rastlanamamıştır ancak akran zorbalığı araştırmaları tarandığında, anne babanın boşanmış olduğu ailelerden gelen çocukların korkutma, sindirme tepkilerini daha fazla tercih ettikleri şeklinde bir sonuç bulunmaktadır (Akduman, 2010). Bu konuda yapılabilecek olası bir açıklama, ebeveynleri tarafından ihmal edilen yahut ebeveynlerin ayrı olduğu ailede yetişen çocuk ve ergenlerin sert ve olumsuz yöntemleri tercih ettikleri şeklinde olabilir. Nitekim Lopez-Castro ve Priegue'nin (2019) yakın zamanlı meta-analiz çalışmasında da bu tip ailelerden gelen ergenlerin siber zorbalık davranışlarının fazla olduğu ifade edilmektedir. Ergenlerin sosyal-duygusal gelişimleri açısından uyumsuzluk yaşamaları, olumsuz bir durum karşısında en sert tepkiyi vermelerine yol açmış olabilir. Yine de mevcut araştırmadaki evli ve boşanmış aile sayılarının dağılımlarının homojen olmaması nedeniyle, bu konu ileride daha detaylı bir şekilde ele alınmalıdır.

Çalışmadan elde edilen bir diğer sonuca göre, 10-12 yaş aralığındaki çocuklar ile 13-16 yaş aralığındaki ergenlerin olumsuz müdahale ve engelleme tepkilerinde anlamlı farklılıklar görülmüştür. Siber dedikodu konusunda literatürde benzerlik taşıyan tek çalışmada da, Caivano ve Talwar (2023) aynı şekilde engelleme tepkisinin küçük çocuklarda büyüklere kıyasla daha fazla makul karşılandığı ve daha etkili olduğunu rapor etmişlerdir. Bu araştırmadan farklı olarak mevcut araştırmada olumsuz müdahale tepkisinde de anlamlı yaş farklılıkları gözlenmiştir. Mevcut araştırmada küçük yaş grubundaki katılımcıların olumsuz müdahale ve engelleme tepkisinin siber dedikoduya yönelik daha etkili yöntemler olduğunu düşünmeleri, sosyal ilişkilerindeki olgunluk düzeyinin düşüklüğünden kaynaklanıyor olabilir. Olası bir diğer açıklama da, çocukların yaşla birlikte daha kompleks arkadaşlık ilişkilerinin içine girişi olabilir. Zorbalık konusunda yapılan bir başka çalışmada (Björkqvist ve ark., 1992), 8 yaşındaki çocukların kendilerinden yaşça büyük çocuklara (11 ve 15 yaş) kıyasla zorbalığın daha sert ve geleneksel yöntemleri kullandıkları şeklinde sonuca ulaşılmıştır. Bu açıdan, elde edilen sonuçların literatürle genel olarak uyum gösterdiği ifade edilebilir. Ancak bu konudaki araştırmaların yetersizliği göz önüne alındığında, daha farklı yaş gruplarıyla problemin test edilmesi literatür açısından faydalı olabilir.

Araştırmadan elde edilen bir diğer sonuç, siber dedikoduya verilen bazı tepkilerin etkili olma derecesinin özel sohbet ortamı ile topluluk içinde gerçekleşen sohbet ortamında farklılık gösterdiği şeklindedir. Buna göre, engelleme ve destekleme tepkileri özel sohbet ortamında topluluk içindeki sohbete göre daha etkili olduğu; siber dedikoduya verilen pasif kalma tepkisinin ise topluluk içindeki sohbet ortamında özel sohbet ortamına göre daha az etkili bir yöntem olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Destekleme tepkisi açısından bakıldığında, çocuk ve ergenlerin diğerleri tarafından ayıp karşılanacak bir tepkiyi hoş karşılamamaları, böylesi bir tepkinin dedikoduyu devam ettirebileceği gibi düşünceleri beraberinde getiriyor olabilir. Bu nedenle grup içinde uyumu bozacak bir davranış olarak algılanmış olabilir. Engelleme tepkisi ise grup içinde birçok tanık bulunması nedeniyle, dedikoduya tepki veren kişinin davranışının karşılık bulamayacağı veyahut ne anlama geldiğinin belli olmayabileceği düşüncesini akla getirmektedir. Bir diğer ifadeyle, dedikodu yapan kişinin karşısında birçok muhatap olduğu için kimin neden engellediğini anlamıyor olabilir. Bu durumda verilen tepki de yersiz olarak algılanmış olabilir. Pasif kalma tepkisi ise başkalarının olduğu bir grupta olumsuz eyleme karşı gelinmeyişi göstermesi açısından olumsuz karşılanmış olabilir. Ayrıca özel ortamda pasif kalınması, dedikoducunun doğrudan fark edebileceği bir durum iken, topluluk içerisindeki mesajlaşmada pasif kalma tepkisi eylemsizlikle örtüşebilir. Bu açıdan katılımcıların topluluk içinde gerçekleşen olumsuz bir durum karşısında tepkisizliği uygun görmedikleri düşünülebilir. Bu sonuçlar, benlik sunumu ve imaj yönetimi araştırmalardan gelen açıklamalarla desteklenebilir. Buna göre, insanların kendileri hakkındaki bazı bilgileri ve imajlarını diğer insanlara iletmek için daha farklı görünmek istedikleri söylenebilir (bkz. Baumeister ve Bushman, 2014; Goffman, 2009). Dolayısıyla başkalarının yer aldığı bir gruptaki sohbetin sürdürülmesi ve sohbette gerçekleşen olumsuzluklara verilen tepkilerde, insanın doğası gereği dikkate aldığı kriterler farklılaşabilir. İki kişi arasında gerçekleşen bir sohbette insanlar içlerinden gelen tepkiyi verebilecekken; grup içerisinde farklı etmenleri göz önüne alarak hareket edebilir.

Mevcut araştırma birçok açıdan öncü olmakla birlikte bazı sınırlılıkları da barındırmaktadır. İlk olarak, keşifsel olan bu araştırmanın kesitsel özelliği taşıması nedeniyle sonuçların kesinliği hakkında temkinli yaklaşılması gerekmektedir. İleride gerçekleştirilecek araştırmalarda siber dedikodu değişkeninin boylamsal olarak irdelenmesi yorumları daha güçlü kılacaktır. Bunun yanı sıra katılımcı grubunun hem sayıca az oluşu hem de farklı yerleşim yerlerinden katılımcıları içermemesi nedeniyle Türkiye örneklemini yansıtabilme açısından sınırlılık taşımaktadır. Bazı çalışmalarda dedikoduya yönelik yaklaşımların ahlak ve normlardan etkilenmesi sebebiyle kültürel öğrenme sistemleriyle entegre olduğu (Baumeister ve ark., 2004; Gabriels ve de Backer, 2016), dini görüşlerin dedikoduya yönelik tutumlarda etkili olduğu (Hashmi ve ark., 2019) şeklinde açıklamalar mevcuttur. Bu nedenle, gelecek araştırmalarda Türkiye'nin farklı coğrafi bölgelerinden katılımcıların dâhil edilmesi, siber dedikoduya yönelik kültürel ve dini farklılıkların görülmesine yardımcı olabilir. Ayrıca, şimdiki araştırmada katılımcılar hipotetik senaryolar üzerinden siber dedikoduya tanık olmuşlardır. İlerideki araştırmalar yakın arkadaşların veya aile üyelerinin yaptığı siber dedikoduya verilecek tepkilerden hangisinin daha makul karşılandığı, bu kişilere hangi tepkilerle yaklaşmanın uygun olduğu gibi sorulara da yanıt arayabilir. Bunlara ek olarak, mevcut araştırmadan biraz daha farklı olarak, hem çocuk ve ergenlerin hem de yetişkinlerin hangi motivasyonlarla siber dedikoduya yöneldikleri araştırılabilir.

Sözü edilen sınırlılıklara karşın araştırma, gençlerin siber dedikodu karşısında verilen tepkilere nasıl yaklaştıkları ve siber dedikoduyu önlemeye yönelik yöntemleri belirleme açısından literatüre katkı sağlamaktadır. Elde edilen sonuçlara göre, ortaokul ve lise öğrenimine devam eden gençlere bu tür bir zorbalık karşısında neler yapılabileceğine dair okullarda farkındalık oluşturacak etkinlikler düzenlenebilir. Araştırmada yer alan hikâye ve sorulara ek olarak gençlerin siber dedikoduyu önleme ve siber dedikodu ortaya çıktığında nasıl yaklaşacaklarına yönelik beyin fırtınası etkinlikleri de bu tür zorbalıkları ergen grubu içerisinde azaltmada kullanılabilir. Örneğin, Şahin ve Akbaba'nın (2010) 4. ve 5. sınıf öğrencileriyle yürüttükleri çalışmada çocuklara zorbalık hakkında verilen empati eğitimlerinin zorbalık davranışlarını anlamlı düzeyde azalttığı sonucuna ulaşılmıştır. Zorbalığı azaltma ve önlemede buna benzer birçok sonuca rastlanmaktadır (Boyacı ve Ersever, 2017; Gökkaya ve Sütcü, 2018). Hatta siber zorbalığı azaltmada bile psiko-eğitim programlarının etkisi görülmektedir (örn., Peker ve İskender, 2015). Bulgulardan hareketle, benzer eğitim programları siber dedikodu için de geliştirilebilir.

Sonuç olarak, mevcut araştırmada günümüzde giderek yaygın bir problem haline gelen akran zorbalığının farklı bir boyutu olan siber dedikodu konusu çalışılmıştır. Türkiye'de ilk kez araştırılan siber dedikodu konusunda, çocuk ve ergenlerin olumlu müdahale tepkisini ahlaki olarak en uygun buldukları; siber dedikoduyu destekleme tepkisinin ise en etkisiz yöntem olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öncü niteliği taşıyan bu araştırmanın devamında gerçekleşecek projelerle zorbalığın bir türü olan siber dedikoduyu önleme ve azaltma çalışmalarıyla ergenler arasındaki uyumun artacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

AKDUMAN, G. G. (2010). 7-14 yaş grubu çocuklarda akran istismarı ve kendi çözüm önerileri. *Kuramsal Eğitimbilim Dergisi*, *3*(2), 13-26.

BARLIŃSKA, J., SZUSTER, A., & WINIEWSKI, M. (2013). Cyberbullying among adolescent bystanders: Role of the communication medium, form of violence, and empathy. *Journal of Community & Applied Social Psychology, 23*(1), 37–51. https://doi.org/10.1002/casp.2137

BAUMEISTER, R. F., & BUSHMAN, B. J. (2014). *Social psychology and human nature*. Wadsworth Cengage Learning.

BAUMEISTER, R. F., ZHANG, L., & VOHS, K. D. (2004). Gossip as cultural learning. *Review of General Psychology*, *8*(2), 111-121. https://doi.org/10.1037/1089-2680.8.2.111

BJÖRKQVIST, K., LAGERSPETZ, K. M., & KAUKIAINEN, A. (1992). Do girls manipulate and boys fight? Developmental trends in regard to direct and indirect aggression. *Aggressive Behavior*, *18*(2), 117-127.

BOSTAN, T., BOSTAN, A., SARPKAYA, S., & YABACI, A. (2020). Lise öğrencilerinin siber zorbalık düzeyleri ve siber zorbalığa karşı verdikleri tepkilerin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Premium e-Journal of Social Sciences (PEJOSS)*, *4*(9), 321-332.

BOYACI, M. & ERSEVER, O. G. (2017). Hoşgörü eğilimi geliştirme programının 5. sınıf öğrencilerinin hoşgörü ve zorbalık düzeylerine etkisi. *Eğitim ve Bilim*, *42*(189), 167-182. http://dx.doi.org/10.15390/EB.2017.6802

CAIVANO, O. & TALWAR, V. (2023). Receiving cybergossip: Adolescents' attitudes and feelings towards responses. *Computers in Human Behavior Reports, 10*, 100297. https://doi.org/10.1016/j.chbr.2023.100297

CEBOLLERO-SALINAS, A., OREJUDO, S., CANO-ESCORIAZA, J., & ÍÑIGUEZ-BERROZPE, T. (2022). Cybergossip and problematic Internet use in cyberaggression and cybervictimisation among adolescents. *Computers in Human Behavior, 131*, 107230. https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107230

ENGELMANN, J. M., HERRMANN, E., & TOMASELLO, M. (2016). Preschoolers affect others' reputations through prosocial gossip. *British Journal of Developmental Psychology, 34*(3), 447-460. https://doi.org/10.1111/bjdp.12143

DIRKS, M. A., TREAT, T. A., & WEERSING, V. R. (2007). The situation specificity of youth responses to peer provocation. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology, 36*(4), 621–628. https://doi.org/10.1080/15374410701662758

ESTHER C., & IZASKUN, O. (2012). The role of emotion regulation in the predictive association between social information processing and aggressive behavior in adolescents. *International Journal of Behavioral Development*, *36*(5), 338–347.

FALLA, D., ORTEGA-RUIZ, R., & ROMERA, E. M. (2021). Mechanisms of moral disengagement in the transition from cybergossip to cyberaggression: A longitudinal study. International *Journal of Environmental Research and Public Health, 18*(3), 1000. https://doi.org/10.3390/ijerph18031000

FOSTER, E. K. (2004). Research on gossip: Taxonomy, methods, and future directions. *Review of General Psychology, 8*(2), 78-99. https://doi.org/10.1037/1089-2680.8.2.78

GABRIELS, K., & DE BACKER, C. J. (2016). Virtual gossip: How gossip regulates moral life in virtual worlds. *Computers in Human Behavior*, *63*, 683-693. http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.065

GARCÍA-FERNÁNDEZ, C. M., MORENO-MOYA, M., ORTEGA-RUIZ, R., & ROMERA, E. M. (2022). Adolescent involvement in cybergossip: Influence on social adjustment, bullying and cyberbullying. *The Spanish Journal of Psychology, 25*, e6. https://doi.org/10.1017/SJP.2022.3

GOFFMAN, E. (2009). *Günlük yaşamda benliğin sunumu* (Barış C., Çev.). Metis Yayınları.

GOTTMAN, J. M., & METTETAL, G. (1986). Speculations about social and affective development: Friendship and acquaintanceship through adolescence. In J. M. Gottman & J. G. Parker (Eds.), *Conversations of friends: Speculations on affective development* (pp. 192-240). Cambridge University Press.

GÖKKAYA, F., & SÜTCÜ, S. T. (2018). İlköğretim öğrencilerinde zorbalık eğilimini azaltmaya yönelik bilişsel davranışçı bir müdahale programının geliştirilmesi ve etkililiğinin değerlendirilmesi. *Eğitim ve Bilim*, *43*(193), 91-108. http://dx.doi.org/10.15390/EB.2018.6731

GRASSETTI, S. N., HUBBARD, J. A., SMITH, M. A., BOOKHOUT, M. K., SWIFT, L. E., & GAWRYSIAK, M. J. (2018). Caregivers' advice and children's bystander behaviors during bullying incidents. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology, 47*(1), 329–S340. https://doi.org/10.1080/15374416.2017.1295381

HASHMI, S. D., KHAN, K., ULLAH, I., GULZAR, S., & HAIDER, A. (2019). Religion can change intentions: Interactive effect of abusive supervision and Islamic work ethics on workplace gossip. *Journal of Islamic Business and Management (JIBM)*, *9*(1), 160-175. https://doi.org/10.26501/jibm/2019.0901-011

HUANG Y., & CHOU C. (2010). An analysis of multiple factors of cyberbullying among junior high school students in Taiwan. *Computers in Human Behavior*, *26*(6), 1581–1590.

INGRAM, G. P. D. (2019). Gossip and reputation in childhood. In F. Giardini & R. Wittek (Eds.), *The Oxford Handbook of Gossip and Reputation* (pp. 131–151). Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190494087.013.8

LANSFORD J. E., SKINNER A. T., SORBRING E., GIUN TA L. D., DEATER-DECKARD K., & DODGE K. A. (2012). Boys' and girls' relational and physical aggression in nine countries. *Aggressive Behavior*, *38*(4), 298–308.

LÓPEZ-CASTRO, L., & PRIEGUE, D. (2019). Influence of family variables on cyberbullying perpetration and victimization: A systematic literature review. *Social Sciences*, *8*(3), 98-113. https://doi.org/10.3390/socsci8030098

KAĞITÇIBAŞI, Ç. (2000). *Kültürel psikoloji: Kültür bağlamında insan ve aile*. İstanbul: Evrim Yayınevi.

KISFALUSI, D., TAKÁCS, K., & PÁL, J. (2019). Gossip and reputation in adolescent networks. In F. Giardini & R. Wittek (Eds.), *The Oxford Handbook of Gossip and Reputation* (pp. 358– 379). Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190494087.013.19

MARKUS, H. R., & KITAYAMA, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review, 98*, 224-253.

MCDONALD, K. L., PUTALLAZ, M., GRIMES, C. L., KUPERSMIDT, J. B., & COIE, J. D. (2007). Girl talk: Gossip, friendship, and sociometric status. *Merrill-Palmer Quarterly, 53*(3), 381–411. https://doi.org/10.1353/mpq.2007.0017

MOXEY, N., & BUSSEY, K. (2020). Styles of bystander intervention in cyberbullying incidents. *International Journal of Bullying Prevention, 2*(1), 6–15. https://doi.org/10.1007/s42380- 019-00039-1

NESI, J., CHOUKAS-BRADLEY, S., & PRINSTEIN, M. J. (2018). Transformation of adolescent peer relations in the social media context: Part 1—A theoretical framework and application to dyadic peer relationships. *Clinical Child and Family Psychology Review, 21*(3), 267–294. https://doi.org/10.1007/s10567-018-0261-x

PATCHIN, J. W., & HINDUJA, S. (2015). Measuring cyberbullying: Implications for research. *Aggression and Violent Behavior, 23*, 69–74. https://doi.org/10.1016/j.avb.2015.05.013

PEKER, A. VE İSKENDER, M. (2015). İnsani değerler yönelimli psiko-eğitim programının siber zorbalık üzerine etkisi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *19*(1), 11-22.

ROMERA, E. M., HERRERA-LÓPEZ, M., CASAS, J. A., ORTEGA RUIZ, R., & DEL REY, R. (2018). How much do adolescents cybergossip? Scale development and validation in Spain and Colombia. *Frontiers in Psychology, 9*, 1-10. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00126

SMITH, P. K., MAHDAVI, J., CARVALHO, M., FISHER, S., RUSSELL, S., & TIPPETT, N. (2008). Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils. *Journal of Child Psychology and Psychiatry, 49*(4), 376–385. https://doi.org/10.1111/j.1469-7610.2007.01846.x

STUBBS-RICHARDSON, M., SINCLAIR, H. C., GOLDBERG, R. M., ELLITHORPE, C. N., & AMADI, S. C. (2018). Reaching out versus lashing out: Examining gender differences in experiences with and responses to bullying in high school. *American Journal of Criminal Justice, 43*, 39-66. https://doi.org/10.1007/s12103-017-9408-4

ŞAHİN, M., & AKBABA, S. (2010). İlköğretim okullarında zorbacı davranışların azaltılmasına yönelik empati eğitim programının etkisinin araştırılması. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, *18*(1), 331-342.

TÜİK (2024). Çocuklarda bilişim teknolojileri kullanım araştırması. 29 Kasım 2017 tarihinde https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cocuklarda-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2024-53638 adresinden erişildi.

VAN BOMMEL, M., VAN PROOIJEN, J. W., ELFFERS, H., & VAN LANGE, P. A. (2012). Be aware to care: Public self-awareness leads to a reversal of the bystander effect. *Journal of Experimental Social Psychology, 48*(4), 926-930. https://doi.org/10.1177/1948550613507958

WARGO AIKINS, J., COLLIBEE, C., & CUNNINGHAM, J. (2017). Gossiping to the top: Observed differences in popular adolescents' gossip. *The Journal of Early Adolescence, 37*(5), 642–661. https://doi.org/10.1177/0272431615617291

Summary

Cyber gossip can be expressed as making evaluative comments and exchanging information about another person who is not present online through the use of electronic devices. It is possible to consider cyber gossip, which generally includes negative evaluations towards the target person, under the heading of cyber bullying. Similar to bullying, cyberbullying targets third parties directly or indirectly.

Research on face-to-face gossip are available in the literature, but when it comes to cyber gossip, research on youth's attitudes and evaluations towards these response is considered insufficient. Even though it essentially contains gossip; in cyber gossip that takes place online, "especially the target person is not present in the environment" and "the target person is unaware of the negative conversations about him/her". Therefore, examining youth's attitudes towards different types of cyber gossip seems important in terms of literature.

A total of 148 children (70 girls) aged between 10-16 participated in the study. Vignettes were used to measure participants' evaluations of cyber gossip. Five of the stories included a private chat message; in the other five vignettes, there are messaging within a group that include others. In all the vignettes, the gossiper and the receiver were presented as friends. The third person, who is the target of the gossip, was also a friend of gossiper and the recipient. In each vignette, the gossiper sends the recipient a message online in which s/he gossips negatively about the third party and describes his or her observation that the third party violated the social norm. In the vignettes, the recipient gives one of the following responses to the gossiper's message: Passive, positive, negative, encouragement, blocking. After the vignettes, the participants were asked two questions about the story. The first question addresses the moral evaluation of how good or bad the recipient's response is. The second question evaluates the effectiveness of the recipient's response to gossip.

According to the results, the positive intervention method appears to be the most morally appropriate response to cyber gossip for children and adolescents. According to this result, it can be thought that the participants evaluated the positive intervention response as the most constructive method. Again, the most effective method in preventing cyber gossip was found to be positive intervention response. These results are similar for both private and community chat environments. The results also showed that least morally appropriate and least effective response to cyber gossip was reported as encouragement response. The finding is similarly valid for both private and public chat environments. Accordingly, it can be thought that the participants perceived cyber gossip as a negative situation and interpreted supporting the negative situation in their relationships as an undesirable behavior.

The current research found gender differences in the moral evaluation of the response to cyber gossip. Accordingly, girls reported positive intervention methods; boys, on the other hand, described negative intervention and blocking responses as more appropriate behavior. According to the results, it was found that children came from divorced-family reported the negative intervention method more morally reasonable in terms of response to cyber gossip and that this response is more effective in preventing cyber gossip. This result can be interpreted as children and adolescents living in divorced

families would view drastic methods more appropriate. According to another result obtained from the study, significant differences were observed in the negative intervention and blocking responses of children aged 10-12 and adolescents aged 13-16.

When it was examined whether the degree of effectiveness of the reaction to cyber gossip differed between the private chat environment and the community chat environment, participants reported that the "blocking" was more effective in the private chat environments compared to the community one. Similarly, the response of "encouragement" to cyber gossip and "passive" response has been found to be less effective in the community chat environments.

As a result, in the current research, the subject of cyber gossip, which is a different dimension of bullying, which has become an increasingly common problem today, was examined. In the cyber gossip issue, which was researched for the first time in Turkey, children and adolescents found the positive intervention response to be the most morally appropriate. It has also been concluded that the encouragement response to cyber gossip was the least effective method. It is thought that the harmony between youths would increase with the projects to be carried out as a continuation of this pioneering research and the studies to prevent and reduce cyber gossip, which is a type of bullying.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);321-340
DOI: 10.17336/igusbd.1502835

ORIGINAL ARTICLE / ÖZGÜN ARAŞTIRMA

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Sosyal Bilimlerde Gözetim Toplumu Alanyazını: 1984-2023 Yılları Arasında Yayımlanmış Makaleler Üzerine Bibliyometrik Bir Çözümleme

Surveillance Society Literature In Social Sciences: A Bibliometric Analysis On Articles Published Between 1984-2023

Kübra GÖKLER

Dr. İletişim Bilimleri, Türkiye.
✉ kubraagokler@gmail.com

Geliş/Received: 20.06.2024
Kabul/Accepted: 22.10.2024

Öz

Amaç: Gözetim toplumu konusuna dair önemli yayınların yer aldığı Scopus veri tabanından çekilen verilerin bilimsel bir yaklaşımla tarihsel durumunu ortaya koymak, alandaki üretkenliği farklı değişkenler üzerinden açıklamak ve öncü durumda olan kaynak ve yazarları sunmak amaçlanmaktadır.

Yöntem: Scopus veri tabanı üzerinden sosyal bilimler alanındaki gözetim toplumu literatürünün dönüşümü bibliyometrik analiz yöntemi ile incelenmiş, literatürün etki ve üretkenliği farklı temalar üzerinden ortaya konmuştur. Bu temalar; yazarların, ülkelerin ve dergilerin üretkenlik düzeyleri, anahtar kelime kullanım durumu, en fazla ortak atıf alan yazarlardır. İnceleme VOSwiever programı ile yapılmıştır.

Bulgular: Toplam 585 İngilizce makale üzerinden yapılan bibliyometrik analizin sonucuna göre; gözetim toplumu konusuna yönelik literatürün 1984-2007 yılları arasında istikrarlı bir gelişim gösterdiği ve 2008 itibari ile yükselişe geçtiği görülmüştür. Literatüre ABD ve Birleşik Krallık'ın hakim olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç: Sonuç olarak son zamanlarda sosyal bilimler alanında gözetim toplumu konulu çalışmaların sayısının arttığı ve çalışma başlıklarının ise çeşitlendiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler

Sosyal bilimler, gözetim, gözetim toplumu, bibliyometri, bibliyometrik analiz, VOSviewer

Kübra Gökler, "Surveillance Society Literature In Social Sciences: A Bibliometric Analysis On Articles Published Between 1984-2023", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 321-340.

Abstract

Purpose: The aim is to present the historical status of the data extracted from the Scopus database, which includes important publications on the subject of surveillance society, with a scientific approach, to explain the productivity in the field through different variables, and to present the leading sources and authors.

Method: The transformation of the surveillance society literature in the field of social sciences was examined through the Scopus database using the bibliometric analysis method, and the impact and productivity of the literature were revealed through different themes. These themes are; productivity levels of authors, countries and journals, keyword usage status, and the authors with the most common citations. The examination was conducted with the VOSwiever program.

Findings: According to the results of the bibliometric analysis conducted on a total of 585 English articles; it was observed that the literature on the subject of surveillance society showed a stable development between 1984-2007 and started to rise as of 2008. It was determined that the USA and the United Kingdom dominated the literature.

Conclusion: As a result, it was observed that the number of studies on surveillance society in the field of social sciences has increased recently and the study titles have diversified.

Keywords

Social Sciences, surveillance, surveillance society, bibliometrics, bibliometric analysis, VOSviewer

Giriş

Çalışmanın dayanak noktası olan gözetim toplumu, en kısa ve öz ifadesiyle; gözetlemeye dayalı olarak örgütlenmiş ve yapılandırılmış toplumları ifade etmektedir (Wood vd., 2006, s. 5). Gözetim toplumu temelde belirli zaman ve mekanda gerçekleşen insan faaliyetlerinin kayıtlarını tutma çalışmasıdır (Ellis vd., 2013, s. 717). Toplumların gözetlemeye dayalı örgütlenme biçimi tarihsel süreç içerisinde çağın koşulları baz alınarak farklı yöntem ve tekniklerle uygulanmıştır. Nitekim gözetim toplumu artalanına baktığımızda bu kavramın tarihsel arka planı eskilere dayanmaktadır. Pre-modern dönemden günümüze kadar insanoğlunun yaşam pratikleri çeşitli gözetim teknikleri ile izlenmiş ve gözetim pratiklerinin sistematikleştiği toplumsal yapı gözetim toplumu olarak kavramsallaştırılmıştır. Nitekim gözetim toplumu, özellikle çağdaş toplumların anlamlandırılması bakımından da önemli bir konudur (Allmer, 2011, s. 1). Özellikle iletişim ve teknolojik gelişmeler aracılığıyla insan yaşamının tüm alanlarını içine almakta ve devingen kılmaktadır. Gözetim toplumu sabit bir varlık değildir. Çoklu ilişkiler yumağında hayat bulmakta ve zamanla değişmektedir (Ellis vd., 2016, s. 2). Gözetim toplumu insan yaşamının tüm alanlarını kapsayan pratikleri içermektedir. Bu durum ise gözetim toplumu kavramını birçok disiplin için araştırma konusu yapmıştır. Bu alanların başında ise hiç kuşkusuz iletişim bilimleri, sosyoloji, tarih, siyasal bilimler başta olmak üzere farklı araştırma disiplinini içinde barındıran sosyal bilimler alanı gelmektedir. Olayları ele alırken insanı ve insanın meydana getirdiği toplumsal yapıyı merkeze alan sosyal bilimler için gözetim toplumu kavramı, çok farklı perspektiflerden tetkik edilmiş ve tetkik edilmeye de devam edilmektedir. Bu nedenledir ki çalışma, bibliyometrik analizi kullanarak uluslararası düzeyde sosyal bilimler alanında gözetim toplumu teması ile ilgili bilimsel literatürün kapsamlı bir araştırmasını sunmayı amaçlamaktadır. Bir dizi kitap, makale veya farklı türdeki çalışmaları matematiksel ve istatistiksel düzeyde analiz etmeyi ve ölçmeyi sağlayan (Durieux, Gevenois, 2010, s. 342) bibliyometrik analiz, alana dair verileri toplayarak entelektüel yapının durumu ve yükselen trendlerin ortaya konmasını mümkün kılmaktadır (Donthu vd., 2021, s. 282). Nicel bir yaklaşım ile alanında yapılan araştırmaları tanıtma potansiyeline sahip olan bibliyometrik analiz, literatür taramalarına da klavuzluk etmektedir. Alana dair öne çıkan eserleri objektif bir şekilde haritalandırmayı mümkün kılmasından dolayı alanın araştırmacılarına rehberlik sağlamaktadır (Zupic, Cater, 2015, s. 430). Bu nedenle çalışmanın ikincil amacı; ileride gözetim toplumuna dair okuma/araştırma yapmayı isteyen araştırmacılara çalışma klavuzu sunmaktır. Bu bağlamda, Scopus veri tabanından alınan gözetim toplumu ile ilgili 585 İngilizce makalenin bibliyometrik çözümlemesi

yapılmıştır. Zira küresel boyutta araştırma eğilimlerini görmeye yönelik bir yaklaşım olan bibliyometri, akademik çıktıları Scopus, Web of Sience gibi belirli bir veri tabanındaki yayınların incelenmesini sağlamaktadır (Alsharif vd., 2020, s. 2949).

Gözetim ve Gözetim Toplumu Araştırması

Gözetim toplumu kavramı, gözetleme eylemi üzerine inşa edilmiş bir pratikler bütününü temsil etmektedir. Bu nedenledir ki öncelikle buradaki gözetim eyleminin anlamı ve amacına bakmak önemli hale gelmektedir. Temel anlamda gözetim olgusu; yönetme, kontrol etme ve etkileme amaçları doğrultusunda kişisel enformasyona yönelik sistemli bilgi elde etmedir. Gözetim bireylere odaklanan bilgi merkezli eylemleri içermektedir (Lyon, 2013, s. 31; Marx, 2015, s. 734). Gözetim, bilinçli ve planlı bir şekilde toplanan bilgiler ile insanları yönetmek ve yönlendirmektir. Tarihin her devrinde farklı şekilde uygulanan gözetim, dönemin sosyal, siyasal yapısının yanı sıra iletişim biçimi ve teknoloji ışığında dönüşüm yaşamıştır. Gözetim kavramının yaşadığı bu dönüşümü üç evrede ele alan Dolgun, modern öncesi toplumları pastoral gözetim, modern kapitalist toplumları teknik gözetim ve enformasyon teknolojisinin hakim olduğu toplumları da enformatik gözetim (Dolgun, 2005, s. 25-28) ile açıklamaktadır.

Bu evrimsel süreç içerisinde temel olarak iki gözetim öne çıkmaktadır. Bu pratiğin ilki kayda dayanan gözetim diğeri ise izlemeye dayanan gözetim anlamına gelmektedir. Kayıt tutmaya dayanan gözetim temelde depolama işlemine dayanmaktadır. Bu gözetim, bilgilerin depolanması, gizlenmesi ve işlenmesini ihtiva etmektedir. İzleme odaklı gözetim pratiği ise göz ve görme ile ilişkilidir. Günümüz gözetim toplumlarında bu iki tür gözetim pratiği birlikte uygulanmış ve bu nedenle aynı derecede önem taşımaya başlamıştır (Tümurturkan, 2010, s. 12). Kayda dayanan gözetim ile izlemeye dayanan gözetimin iç içe geçtiği ve gözetim pratiklerinin üçüncü evresini temsil eden enformatik gözetimin hakim olduğu toplumları açıklamak için ise gözetim toplumu kavramı ortaya konmuştur. Bu kavramı kullanan düşünür Gary T. Marx'tir. Marx'a göre "yeni gözetim" ve buna bağlı olarak gözetim toplumu ortaya çıkmıştır. Çoklu duyuların ve veri kaynaklarının kullanılması, yeni gözetimin önemli bir özelliğidir. Yeni gözetim, kişisel verileri çıkarmak veya oluşturmak için teknik araçların kullanılmasıdır. Yeni gözetim bilgiyi çıkarmak ve oluşturmak için "teknik araçların" kullanılmasını ifade etmektedir (Marx, 2004, s. 12). Marx yeni gözetimin hakim olduğu gözetim toplumunu ise bilgisayar teknolojileri ile bütünsel bir denetimin sağlandığı bir işleyiş olarak tanımlamaktadır. Bu yapı yeni teknolojiler ile gözetimin gücünü arttırmaktadır (Bozkurt, 2000, s.71). Çok çeşitli teknoloji odaklı yenilik ve sosyal süreci içine alan gözetim toplumu, gözetime dayalı olarak planlanmış bir toplumdur. Bu toplumda hükümetler ve şirketler teknoloji aracılığıyla insan faaliyetlerini kayıt altına almakta ve buradan elde ettiği verileri işlemektedir (Wood vd., 2006, s. 5). Zira gözetim toplumunun ortaya çıkışı ve ilerleyişi, hükümetlerin ve şirketlerin teknolojik araçları kullanarak gözetim toplumunun nasıl yapılandırdığını göstermektedir.

Gözetim toplumunun zaman içerisindeki gelişimine baktığımızda, başlangıçta güvenlik ihtiyacı ile ortaya çıktığı görülmektedir. Nitekim 11 Eylül uçak saldırısı ile birlikte toplumda oluşan güvenlik isteği, gözetim toplumunun oluşmasına zemin hazırlayan bir olaydır. Bu tarih ile batıda oluşan korku, gözetimin hem derinleşmesi hem de genişlemesi açısından önemlidir (Augusto & Simões, 2017, s. 597; Timan & Oudshoorn, 2012, s. 167). Toplum içerisinde yaşanan bu tarz olaylar ve iletişim teknolojisindeki gelişmeler sonucunda güvenlik ihtiyacını karşılamak için farklı gözetim uygulamaları ortaya çıkmıştır. Bunların başında kişiler hakkında bilgilerin kayıt edildiği dijital kimlik kartları (Stalder, Lyon, 2003, s. 77-78), insanların hayatlarını kaydeden ve gözetimdeki mekânsal sınırlamayı kaldıran CCTV kameraları, (Norris, 2003, s. 253-254), biyo-gözetim başlığı altında DNA, göz, yüz ve diğer vücut parçaları ile ilgili verilerin kaydedildiği gözetim uygulamaları (Nelkin & Andrews, 2003, s. 94) gelmektedir. İlerleyen dönemlerde, GIS (Coğrafi Bilgi Sistemleri), RFID (Radyo Frekans Tanımlama) çipleri ve GPS (Küresel Konumlandırma Uydusu) gibi gözetim araçları ile insanlar hakkında bilgi toplanmıştır (Lahlou, 2008, s. 301). Kameranın entegre edildiği cep telefonları, küçük boyutlardaki fotoğraf ve film kameralarının kişiselleştirilmiş medya araçları piyasaya çıkarılarak insan yaşamının her alanı gözetlenmeye başlanmıştır (Timan & Oudshoorn, 2012, s. 167). Güvenlik amacı ile kurulmaya başlayan gözetim toplumu internet ile birlikte farklı bir derinlik kazanmış ve ticari faaliyetler ile işlemeye başlamıştır. Tele bankacılıkla başlayan bu süreç ATM ve e-ticaret ile farklı şekillerde uygulanmıştır.

Nitekim ticari alanda gerçekleşen her türlü uygulamanın emniyetli bir şekilde gerçekleştirilmesi için ofislerde, şirketlerde ve yollarda gözetim uygulamaları uygulanmaktadır (Van der Ploeg, 2003, s. 61). İnsanoğlunun hayatına televizyonun girmesi ile gözetim toplumu içerisindeki uygulama biçimi şekil değiştirmiş ve sosyal medya ile tüm insanların katılım sağladığı bir özellik kazanmıştır. Nitekim dijital teknolojiler vasıtasıyla daha esnek ve derin bir hal alan gözetim pratikleri ile aslında sosyal gözetimin işlerlik kazandığı (Weller, 2012, s. 63) bir gözetim toplumu ortaya çıkmıştır. Zira gözetim toplumu, teknoloji odaklı gözetimin uygulandığı, gözetimin hayatın her yönüne yayıldığı bir toplumsal yapıdır. Çünkü teknolojiler aracılığıyla uygulanan gözetim, bilgi arayışını daha geniş boyutta ve etki düzeyi yüksek bir hale getirmektedir (Gandy, 1989, s. 62).

Amaç

Bu araştırmada sosyal bilimler alanında gözetim toplumu konusunun alanyazındaki mevcut durumunun nicel olarak ortaya konulması amaçlanmıştır. Konuya dair önemli yayınların yer aldığı Scopus veri tabanından çekilen verilerin bilimsel bir yaklaşımla tarihsel durumunu ortaya koymak, alandaki üretkenliği farklı değişkenler üzerinden açıklamak ve öncü durumda olan kaynak ve yazarları sunmak amaçlanmaktadır. Çalışmanın ikincil amacı ise sosyal bilimler alanında uzmanlaşmış ve gözetim toplumu konusunda çalışmak isteyen araştırmacılara rehberlik ve kaynaklık yapmaktır.

Bu bağlamda araştırma soruları aşağıda sıralanmaktadır:

- *A.S.1:* Sosyal bilimler alanında yayınlanan gözetim toplumu temalı İngilizce makalelerin yıl bazında dağılımı nedir?
- *A.S.2:* Sosyal bilimler alanında yayınlanan gözetim toplumu temalı İngilizce makaleler arasında en fazla atıf alan yazarlar kimlerdir?
- *A.S.3:* Sosyal bilimler alanında yayınlanan gözetim toplumu temalı İngilizce makaleler arasında en fazla atıf alan çalışmalar hangileridir?
- *A.S.4:* Sosyal bilimler alanında yayınlanan gözetim toplumu temalı İngilizce makaleler arasında en fazla atıf alan dergiler hangileridir?
- *A.S.5:* Sosyal bilimler alanında yayınlanan gözetim toplumu temalı İngilizce makalelerin yayınlandığı en üretken ülkeler hangileridir?
- *A.S.6:* Sosyal bilimler alanında yayınlanan gözetim toplumu temalı İngilizce makalelerde en sık kullanılan anahtar kelimeler nelerdir?
- *A.S.7:* Sosyal bilimler alanında yayınlanan gözetim toplumu temalı İngilizce makalelerin yazarlarının en fazla ortak atıf yaptığı yazarlar kimlerdir?

Yöntem

Gözetim toplumu araştırmasına genel ve kapsamlı bir bakış sunmak için, bibliyometrik çözümleme uygun bir yaklaşımdır. Andrés'in (2009) bilimin bilimi (s. 1) olarak ifade ettiği bibliyometrik analiz kavramını ilk kez 1969 yılında Alan Pritchard kullanmıştır. Araştırmacı, bibliyometri terimini, istatistiksel bibliyografya teriminin yerine kullanmıştır (Lawani, 1981, s. 294). Fakat ilk bibliyometrik çalışma 1917 yılına kadar dayanmaktadır. Bu çalışmada Cole ve Eals karşılaştırmalı anatomi literatürünün istatistiksel analizini yapmıştır (Okubo, 1997, s. 8-10).

Birçok yönden, epidemiyoloji hastalar için ne ise, bibliyometri de bilimsel makaleler için odur. Her ikisi de bir konu grubunu uygun şekilde seçilmiş bir karşılaştırma grubuyla karşılaştırmayı ve gözlemlenen sonuca hangi faktörlerin katkıda bulunmuş olabileceğine dair sonuçlar çıkarmayı amaçlar. Her ikisi de istatistiksel yöntemler kullanır ve örneklerin alınmasını içerir, böylece çalışılan grupların tüm popülasyonu gerçekten temsil ettiğinden emin olunması gerekir (Lewison, Dewey, 1999, s. 13). Bu nedenle bibliyometri, akademik araştırmaları değerlendirmek ve bu araştırmaları analiz etmek için mühim bir araçtır (Cobo vd., 2014, s. 3). Araştırmacı bu yöntem ile literatürdeki verileri çeker, ayıklar ve analiz eder (Belter, 2015, s. 219). Böylelikle araştırma alanındaki yayınların sistematik ve kapsamlı bir analizi yapılarak alanyazının mevcut durumu ve gelişme eğiliminin anlaşılması sağlanır (Chen vd., 2018, s. 30). Bibliyometrik yöntemlerde, araştırmacıların bulgularını ve görüşlerini alıntı, işbirliği ve yazı gibi farklı parametreler ekseninde incelenmektedir. Bu veriler bibliyometrik parametreler

ışığında çözümlendiğinde, alanın yapısı ve güncel ilgi alanları ile ilgili iç görüler ortaya konulabilir. Zira bu amaçla gerçekleştirilen bibliyometrik analizin kullanımı her geçen gün artmaktadır (Zupic, Cater, 2015, s. 430). Çünkü bibliyometrik yöntemde konu ile ilgili araştırmaların kalitesi hakkında kolay ve hızlı bir izlenim sağlandığı düşünülmektedir. Böylelikle mikro (enstitü) düzeyinden makro (dünya) düzeyine kolayca ölçeklendirme imkanı sağlanmaktadır (Wallin, 2005, s. 261-262). Bibliyometrik analiz ile yayınların nicel dağılımları ve büyüme özellikleri belirlenir. Konu ile ilgili üretken yazarlar, kaynaklar ve bağlantılar ortaya konur.Yayınların coğrafi dağılımları keşfedilerek bilimsel işbirliği ilişkileri görselleştirilmektedir. Aynı zamanda konu ile ilgili sıcak araştırma konuları tespit edilerek konunun ne yönde geliştiği keşfedilmektedir (Chen vd., 2018, s. 56). Bu doğrultuda Scopus veri tabanından elde edilen 585 adet gözetim toplumu temalı İngilizce makalenin durum tespitinin yapılması amacıyla bibliyometrik analiz yöntemi tercih edilmiştir.

Örneklem

Bu araştırmanın örneklemi Scopus veri tabanında bulunan ve sosyal bilimler alanında 1984-2023 yılları arasında yayınlanan gözetim toplumu temalı İngilizce 585 makaleden oluşmaktadır. Araştırma sürecinde ilk olarak; ''Surveillance society'' anahtar kelimesi Scopus veri tabanı üzerinden yayınların başlığı, özeti ve anahtar kelimeleri bağlamında taranmıştır. Tarama sonucunda, 2502 yayına ulaşılmıştır. Araştırmanın amacı ışığında çalışmanın örneklemine ulaşmak için dört dışlama- dahil etme ölçütü belirlenmiştir. Araştırmanın dışlama ve dahil etme ölçütleri Tablo 1.'de verilmiştir.

Tablo 1. Araştırmanın Dışlama- Dahil Etme Ölçütleri

Dışlama ve dahil etme kriterleri
1. Veri tabanı: Scopus. 2. Yayın dili: İngilizce. 3. Çalışma türü: Makale. 4. Araştırma alanı: Sosyal bilimler.

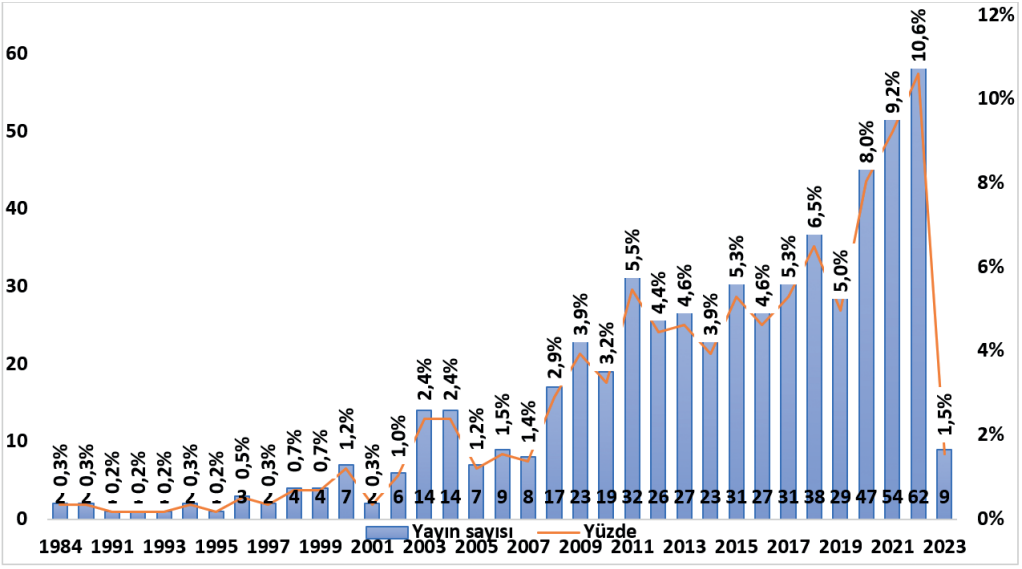
Çalışmada, YÖKTEZ, Google akademik, Web of Sience ve diğer veri tabanları çalışmanın dışında tutularak çalışmaya Scopus veri tabanı dahil edilmiş ve veriler bu veri tabanı üzerinden alınmıştır. Scopus veri tabanı, sosyal bilimler alanında geniş bir kütüphaneye sahip olması ve ücretsiz bir şekilde erişim sunuyor olmasından dolayı tercih edilmiştir. Gözetim toplumu alanının ağırlıklı olarak İngilizce literatüre dayanıyor olması ve bu alanda bir çalışma yapılacağında mutlaka bakılması gereken kaynakları içermesi açısından dili İngilizce olan yayınlar dahil edilmiştir. Nitekim alanında öne çıkan bilim insanları çalışmalarını ana akım dergilerde yayınlamayı tercih etmektedir (Lewison, Devey, 1999, s. 14). Kitap, bildiri ve diğer akademik yayınlar zaman kısıtlılığından dolayı çalışmanın dışında tutulmuştur. Zira bu yöntemde kullanılan veri kaynağının, uluslararası dergilerde yayınlanan makalelerle sınırlı tutulması durumu araştırma yayınlarının genel çıktısının adil bir şekilde temsil etmesi bakımından uygundur (Lewison, Devey, 1999, s. 14). Gözetim toplumu kavramı birçok disiplinin araştırma konusudur. Fakat bu incelemeye yalnızca sosyal bilimler alanında gerçekleştirilen araştırmalar dahil edilmiştir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda belirlenen bu dışlama-dahil etme kriterleri ışığında 2502 yayın üzerinden ikinci bir tarama yapılmıştır. Bu taramanın sonucunda 585 makaleye ulaşılmıştır. Belirli bir araştırma alanındaki bir uzman, onun farklı alt konularını keşfedip analiz edebilse de, mevcut olan yüksek hacimli araştırma belgelerinin, bunu etkili ve verimli bir şekilde gerçekleştirilmesini zor ve yıldırıcı bir görev haline getirdiği açıktır. Bu nedenle, bir araştırma alanının araştırma sonuçlarını otomatik olarak çeşitli tema ve konulara göre sınıflandırarak analizini kolaylaştırmak için akıllı tekniklerin desteğini almak yararlı ve gerekli olacaktır. Yani ilgilenilen bir araştırma alanının kavramsal yapısını ortaya koymak için bilimsel destek araçları değerli ve gereklidir. Nitekim bilimsel haritalama araçları, bibliyometri içinde bu önemli rolü oynamaktadır (Martinez vd., 2015, s. 257-258). Bu nedenle tarama sonucunda belirlenen 585 makale VOSwiever programı ile analiz edilmiş ve bibliyometrik haritalama işlemi gerçekleştirilmiştir. VOSwiever programı verileri analiz etmek, bibliyometrik haritalar oluşturmak ve görüntülemek için geliştirilmiş bir programdır. Program ücretsiz olarak kullanılmaktadır (URL 1).

Bulgular

Çalışmaların yıllara göre dağılımı

Scopus veri tabanında yer alan sosyal bilimler alanında çalışılmış gözetim toplumu temalı makalelerin yıllara göre dağılımı Şekil 1.'de verilmiştir.



Şekil 1. Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı[1]

Araştırma kapsamında konu ile ilgili ilk makalenin 1984 yılında yapıldığı ve bu yıl içerisinde 2 (%0.3) makalenin yayınlandığı görülmüştür. Ardından gelen üç yıllık sürede konuya dair bir çalışmaya ulaşılmamıştır. 1988 yılında 2 (%0.34) 1991, 1992, 1993 ve 1995 yılında 1'er (%0.2), 1994, 1997, 2001 yılında ise 2'şer (%0.3) makalenin yayınlandığı tespit edilmiştir. 1998 ve 1999 yıllarındaki yayın sayısı 4 (%0.7) iken 2000 yılında 7 (%1.2), 2003 ve 2004 yılında ise 14 (%2.4) olduğu görülmüştür. Konu ile ilgili yayınların gelişim aşaması olarak görebileceğimiz dönemin son iki yılı olan 2006 yılında 9 (%1.5), 2007 yılında ise 8 (%1.4) makale yayınlanmıştır. Öte yandan gözetim toplumu konulu yayınların sayısında 2008 yılı itibari ile bir artışın oluştuğu görülmektedir. 2008'de 17 (%2.9), 2009'da 23 (%3.9), 2010'da 19 (%3.2), 2011'de 32 (%5.5), 2012'de 26 (%4.4), 2013'de 27 (%4.6), 2014'de 23 (%3.9), 2015'de 31 (%5.3), 2016'da 27 (%4.6), 2017'de 31 (%5.3), 2018'de 38 (%6.5), 2019'da 29 (%5.0), 2020'de 47 (%8.0), 2021'de 54 (%9.2), 2022'de 62 (%10.6) ve 2023 yılının ilk aylarında ise 9 (%1.5) makalenin yayınlandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Yazarların üretkenlik düzeyi

Bir konunun ağırlıklı olarak hangi araştırmacılar tarafından çalışıldığı ve hangi araştırmacıların çalışmalarının kaynak olarak tercih edildiğini görmek alanın öne çıkan araştırmacılarını tanımak açısından önemlidir. Bu nedenle araştırmada ilk olarak sosyal bilimler alanında çalışılmış gözetim toplumu temalı makalelerin yazarları üretkenlik bakımından incelenmiştir. En üretken on beş yazarın yayın ve atıf sayısı aşağıda yer alan Tablo 2.'de sıralanmıştır.

[1]Çalışma kapsamında veriler, 2023 Mart ayında çekilmiştir. Bu nedenle tabloda yer verilen 2023 yılındaki makale sayısı ilk üç aylık zaman zarfındaki yayınları içermektedir.

Tablo 2. Konu İle İlgili En Üretken Yazarlar: Minimum Yayın Eşiği 1, Minimum Atıf Eşiği 1, 767 Bağlantı[2]

Sıra	Yazar	Yayın sayısı	Atıf Sayısı
1	Monahan T.	3	106
2	Firmino R.J.	3	22
3	Andrejevic M.	2	299
4	Dencik I.	2	126
5	Bruno F.	2	125
6	Hickson F.	2	122
7	Marcus U.	2	122
8	Schmidt A.J.	2	122
9	Weatherburn P.	2	122
10	Ferenbok J.	2	114
11	Svenonius O.	2	22
12	Evangelista R.	2	21
13	Jones R.	2	16
14	Porlezza C.	2	7
15	Young S.	2	6

Yukarıdaki tablo incelendiğinde gözetim toplumuna dair en fazla yayını olan yazarların Monahan T. (3) ve Firmino R.J. (3) olduğu görülmüştür. Andrejevic M., Dencik I., Bruno F., Hickson F., Marcus U., Schmidt A.J., Weatherburn P., Ferenbok J., Svenonius O., Evangelista R., Jones R., Porlezza C. ve Young S. ise gözetim konusu ile ilgili 2 yayına sahiptir. 2 yayını olan Andrejevic M'in çalışmalarının atıf sayısı ise 299'dur. Bu nedenle yazarlar arasında çalışmaları en fazla atıf alan yazar Andrejevic M'dir. İkinci en fazla atıf alan yazar olan Dencik I'ın çalışmaları ise toplamda 126 atıf almıştır. Atıf bakımından diğer yazarlar şu şekilde sıralanmaktadır: Bruno F. (125), Hickson F. (122), Marcus U. (122), Schmidt A.J. (122), Weatherburn P. (122), Ferenbok J. (114), Monahan T. (106), Firmino R.J. (22), Svenonius O. (22), Evangelista R. (21), Jones R. (16), Porlezza C. (7), Young S. (6).

En fazla atıf alan yayınlar

Scopus veri tabanında yer alan sosyal bilimler alanında çalışılmış gözetim toplumu temalı makalelerin 585 çalışma aldıkları atıf sayısı bakımından incelenmiş ve en fazla atıf alan on beş yayına Tablo. 3.'de yer verilmiştir.

Gerçekleştirilen inceleme sonucunda gözetim toplumu konulu çalışmalardan "Görünürlük: Sosyal bilimler için bir kategori" (Visibility: A category for the social sciences) başlıklı çalışmanın 377 kez atıf aldığı ve en fazla atıf alan yayın olduğu tespit edilmiştir. "Yazılımla sıralanmış coğrafyalar" (Software-sorted geographies) başlıklı çalışma 348, " Gözetim ve Sistemden Kaçınma: Cezai Adalet İrtibatı ve Kurumsal Bağlılık" (Surveillance and System Avoidance: Criminal Justice Contact and Institutional Attachment) başlıklı çalışma ise 313 atıf almıştır. "Mobil sağlık ve sağlığın teşviki ve geliştirilmesi: Dijital siborg ve gözetim toplumu" (M-health and health promotion: The digital cyborg and surveillance society) başlıklı makale 257, "AB sınır kontrolünün üç evresini güvenlikleştirme uygulamaları: Ordu/ Deniz Kuvvetleri - sınır muhafızları/polis - veri tabanı analistleri" (The (in)securitization practices of the three universes of EU border control: Military/Navy - border guards/police - database analysts) 246, "Birbirini izleme işi: Yanal gözetim, risk ve yönetişim" (The work of watching one another: Lateral surveillance, risk, and governance) 298, "Gözetimin dijitalleştirilmesi: Sınıflandırma, alan, eşitsizlik" (Digitizing surveillance: Categorization, space, inequality) 212, " Olağanüstü güvenlik: Mega etkinlikler ve güvenlik kompleksi" (Spectacular security: Mega-events and the security complex) ise

[2]En üretken on beş yazar ilk olarak yayın sayısına göre belirlenmiştir. Yayın sayısı eşit olan yazarlar atıf sayısı yüksek olan yazarlardan başlanarak sıralanmıştır.

188 kez atıf almıştır. En fazla atıf alan yayınlar arasında yer alan "Çocukların katılımı: Britanya'nın geç modernitesinde kontrol ve kendini gerçekleştirme" (Children's participation: Control and self-realisation in British late modernity) başlıklı çalışma 183, "Gözetim veya yansıtma: 'Risk Toplumu'nda profesyonel denetim" (Surveillance or reflection: Professional supervision in 'the Risk Society) 170, "Ölçülmüş benlik: Neoliberal işyerinde önemli olan şey" (The quantified self: What counts in the neoliberal workplace) 170, "Kendini gözetleme türleri: Anormallikten risk altındaki bireylere" (Types of self-surveillance: From abnormality to individuals 'at risk) 114, "Neoliberalizmin yönetimsellikleri: Panoptisizm, panoptisizm sonrası ve ötesi" (The governmentalities of neoliberalism: Panopticism, post-panopticism and beyond) 110, "Yeni medya ve gözetlemenin hakim olduğu bir dünyada yapay gözetlemenin güç politikaları" (New media and the power politics of sousveillance in a surveillance-dominated World) 110, "Çin'in sosyal kredi sistemleri ve kamuoyu: Yüksek düzeyde onayın açıklanması" (China's social credit systems and public opinion: Explaining high levels of approval) 104 kez atıf almıştır.

Tablo 3. En Fazla Atıf Alan Makaleler: Minimum Atıf Eşiği 1, 503 Bağlantı

Sıra	Yazar/ yazarlar	Yayın yılı	Yayın başlığı	Dergi adı	Atıf
1	Brighenti A.	2007	Visibility: A category for the social sciences	Current Sociology	377
2	Graham S.D.N.	2005	Software-sorted geographies	Progress in Human Geography	348
3	Brayne S.	2014	Surveillance and System Avoidance: Criminal Justice Contact and Institutional Attachment	American Sociological Review	313
4	Lupton D.	2012	M-health and health promotion: The digital cyborg and surveillance society	Social Theory and Health	257
5	Bigo D.	2014	The (in)securitization practices of the three universes of EU border control: Military/ Navy - border guards/police - database analysts	Security Dialogue	246
6	Andrejevic M.	2004	The work of watching one another: Lateral surveillance, risk, and governance	Surveillance and Society	298
7	Graham S.& Wood D.	2003	Digitizing surveillance: Categorization, space, inequality	Critical Social Policy	212
8	Boyle P. & Haggerty K.D.	2009	Spectacular security: Mega-events and the security complex	International Political Sociology	188
9	Prout A.	2000	Children's participation: Control and self-realisation in British late modernity	Children and Society	183
10	Beddoe L.	2010	Surveillance or reflection: Professional supervision in 'the Risk Society'	British Journal of Social Work	170
11	Moore P. & Robinson A.	2016	The quantified self: What counts in the neoliberal workplace	New Media and Society	170
12	Vaz P. & Bruno F.	2003	Types of self-surveillance: From abnormality to individuals 'at risk'	Surveillance and Society	114
13	Gane N.	2013	The governmentalities of neoliberalism: Panopticism, post-panopticism and beyond	Sociological Review	110
14	Mann S. & Ferenbok J.	2013	New media and the power politics of sousveillance in a surveillance-dominated World	Surveillance and Society	110
15	Kostka G.	2019	China's social credit systems and public opinion: Explaining high levels of approval	New Media and Society	104

Dergilerin üretkenlik düzeyi

Her araştırma alanında belirli konulara daha fazla odaklanan ve konu ile ilgili nitelikli çalışmaları yayınlayan dergiler mevcuttur. Bir araştırmacının ise doğru yayınlara ulaşması için alanının önde gelen dergilerine hakim olması gerekmektedir. Zira araştırmacının doğru dergiler aracılığıyla doğru yayınlara ulaşması mümkün olacaktır. Bu nedenle konu ile ilgili hangi dergilerin daha fazla yayın yapmaya özen gösterdiği ve hangi dergilerin çalışmalarının öne çıktığını incelemek gerekli görülmüştür. Bu bağlamda, gözetim konusu ile ilgili en fazla yayına yer veren ve yayınları en fazla atıf alan dergiler Tablo 4.'de sıralanmıştır.

Tablo 4. En Üretken Dergiler: Minimum Yayın Eşiği 1, Minimum Atıf Sayısı 1, 272 Bağlantı

Sıra	Dergi Adı	Yayın sayısı	Atıf
1	Surveillance and Society	77	1520
2	İnformation, comminication and society journal	15	376
3	New media and communication	14	585
4	Media and communication	12	191
5	Media culture and society	9	138
6	İnternational Journal of communication	6	205
7	Sociological forum	6	108
8	European journal of criminiology	5	166
9	Sociological quarterly	4	149
10	Geoforum	4	114
11	İnternational Sociology	4	70
12	Annals of the american Academy	4	61
13	Current sociology	3	392
14	İnternational political sociology	3	266
15	British journal of social work	3	178

Tabloya baktığımızda; gözetim toplumu konusu ile ilgili en üretken üç derginin Surveillance and Society (77), İnformation comminication and society journal (15) ve New media and communication (14) olduğu tespit edilmiştir. En fazla yayın çıkaran diğer dergilerin ise Media and communication (12), Media culture and society (9), İnternational Journal of communication (6), Sociological forum (6), European journal of criminiology (5), Sociological quarterly(4), Geoforum (4), Annals of the american Academy (4), Current sociology (3), İnternational political sociology (3), British journal of social work (3) olduğu görülmüştür.

Ülkelerin üretkenlik düzeyi

Araştırma alanı ve konuya dair akademik çalışmaların hangi ülkelerde ağırlıklı olarak çalışıldığını ortaya koymak ve böylelikle gözetim toplumu literatürünü makro düzeyde değerlendirmek amacı ile yayınlar ülke kapsamında incelenmiştir. Konu hakkında en fazla yayını bulunan ülkeler, ülkelerin atıf oranları ve toplam bağlantı gücü Tablo 5.'de gösterilmiştir.

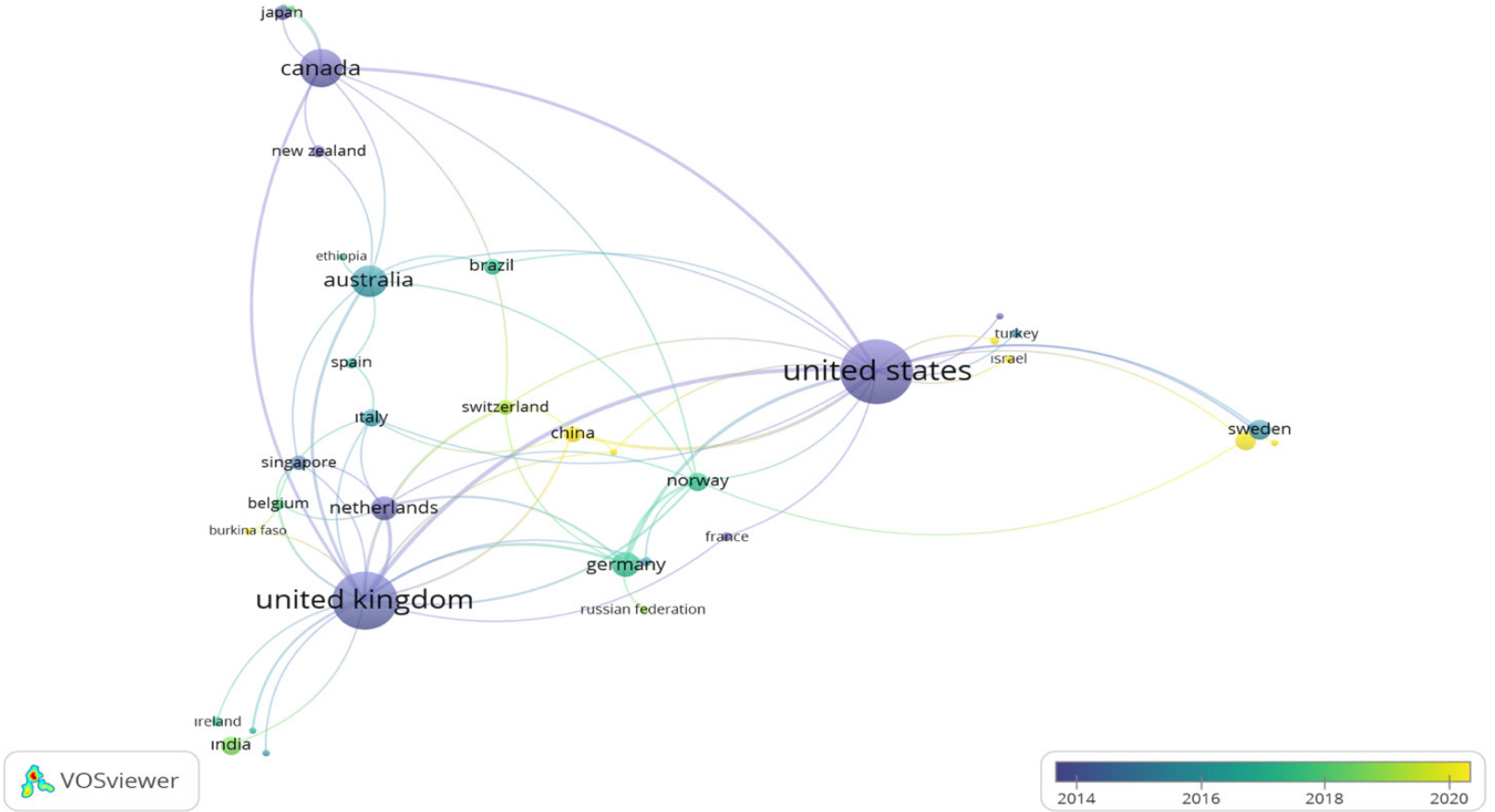
Tablo 5. Konu İle İlgili En Üretken Ülkeler

Sıra	Ülke	Yayın sayısı	Atıf	Toplam bağlantı gücü
1	ABD	128	3785	39
2	Birleşik Krallık	159	3390	33
3	Kanada	56	1340	14
4	Avustralya	40	1041	11
5	Almanya	24	437	15

Tablo 5. Devamı

Sıra	Ülke	Yayın sayısı	Atıf	Toplam bağlantı gücü
6	Hollanda	23	391	10
7	İsveç	16	246	3
8	Norveç	14	161	11
9	Güney Afrika	13	95	5
10	İtalya	12	126	6
11	İsviçre	9	126	7
12	Brezilya	11	143	2
13	Çin	11	31	9
14	Singapur	9	201	4
15	Yeni Zelenda	6	228	2

Tarihsel ve evrensel boyutta önemli bir çalışma konusu olan gözetim toplumu kavramının dünya ölçeğindeki yerini belirlemek bu konuya ilişkin nitelikli çalışmaların hangi ülkelerin literatüründe yer aldığını görmek açısından önemlidir. Tabloya bakıldığında; gözetim toplumu konusu hakkında en fazla yayını bulunan ülkenin 128 yayın ile ABD olduğu görülmüştür. İkinci ülke 159 yayın ile Birleşik Krallık ve üçüncü ülke ise 56 yayın sayısı ile Kanada'dır. Konu ile ilgili Avustralya 40, Almanya 24, Hollanda 23, İsveç 16, Norveç 14, Güney Afrika 13, İtalya 12, İsviçre 9, Brezilya 11, Çin 11, Singapur 9, Yeni Zelenda ise 6 yayına sahiptir. Ülkeler aldıkları atıf sayısı bakımından değerlendirildiğinde en fazla yayını olan ilk üç ülkenin yerini koruduğu görülmüştür. Bu kapsamda; atıf sayısı en fazla olan ülkenin ABD (3785) olduğu görülmüştür. İkinci sırada Birleşik Krallık (3390) ve üçüncü sırada ise Kanada (1340) yer almaktadır. Yayınları en fazla atıf alan diğer ülkeler ise şöyle sıralanmaktadır: Avustralya (1041), Almanya (437), Hollanda (391), İsveç (246), Norveç (161), Brezilya (143), İtalya (126), İsviçre (126), Yeni Zelanda (228), Singapur (201), Güney Afrika (95) ve Çin (31). Ülkelerin toplam bağlantı gücüne bakıldığında, birinci ülkenin ABD (39) ikinci ülkenin Birleşik Krallık (33) ve üçüncü ülkenin ise Almanya (15) olduğu görülmüştür. Bu üç ülkeyi Kanada (14), Avustralya (11), Norveç (11), Hollanda (10), Çin (9), İsviçre (7), İtalya (6), Güney Afrika (5), Singapur (4), İsveç (3), Brezilya (2) ve Yeni Zelenda (2) takip etmektedir. Yayın ve atıf sayısı bakımından beşinci sırada olan Almanya'nın toplam bağlantı gücü bakımından üçüncü sırada olduğu saptanmıştır. Daha fazla yayın ve atıf sayısı olan Kanada ve Avustralya'ya göre Almanya'nın bağlantı gücü daha yüksektir. Almanya görece daha az yayın sayısı olmasına rağmen etki gücü bakımından üçüncü ülke olmuştur. En üretken on beş ülke sıralamasında 16 yayını ile en üretken yedinci ülke olan İsveç'in toplam bağlantı gücünün 3 olduğu görülmüştür.



Şekil 2. Konu İle İlgili Yayın Yapan Ülkelerin Bibliyografik Eşleşmesi: Minimum Yayın Eşiği 1, Minimum Atıf Eşiği 1, 56 Bağlantı

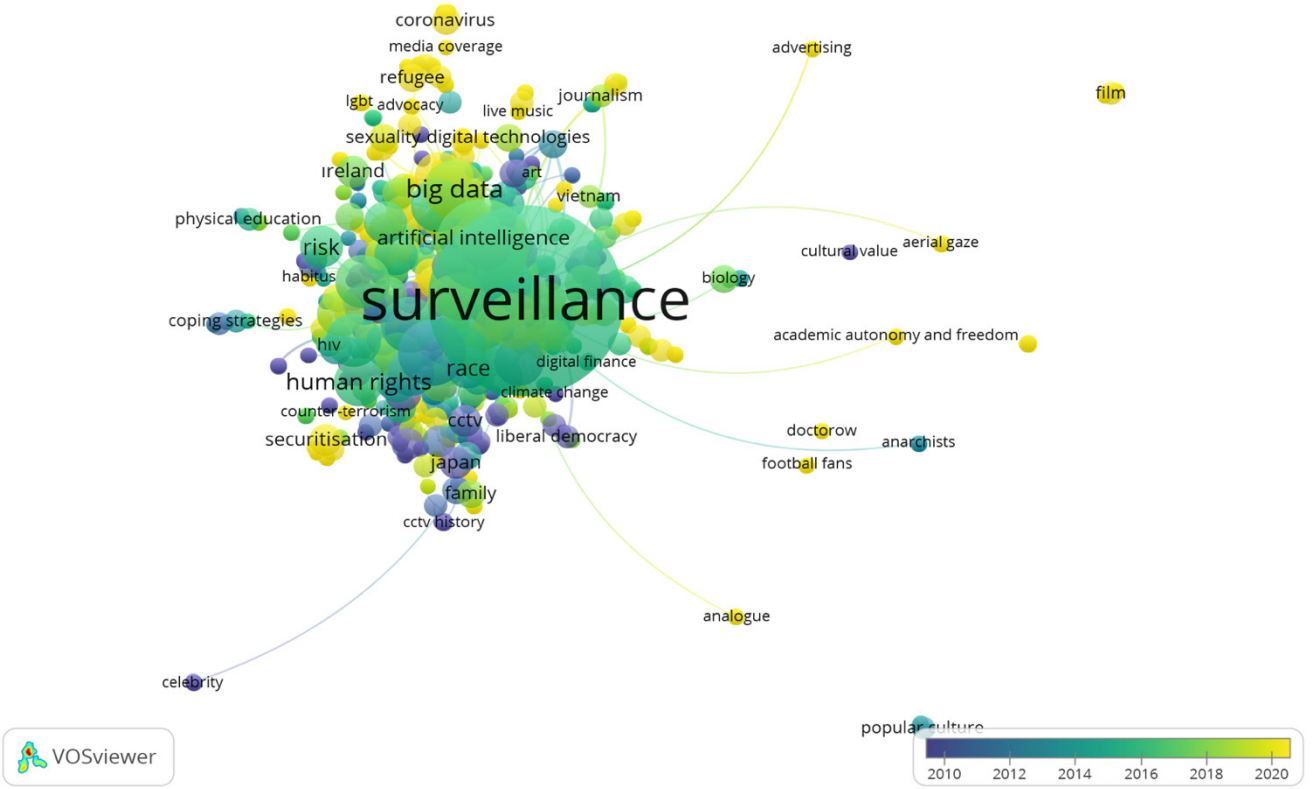
Anahtar kelime kullanımı

Sosyal bilimler alanında gerçekleştirilen gözetim toplumu konulu İngilizce makalelerin kullandıkları anahtar kelimelerin incelenmesi çalışmaların anlamsal olarak nasıl bir gruplandırma içerisinde olduğunun anlaşılması bakımından gerekli görülmüştür. İncelenen yayınlarda en sık kullanılan ilk 15 anahtar kelime aşağıda yer alan Tablo 6.'da sıralanmıştır.

Tablo 6. Konu İle İlgili En Sık Kullanılan Anahtar Kelimeler

Sıra	**Anahtar kelimeler**	**Kullanım sıklığı**
1	Surveillance	239
2	Privacy	32
3	Security	17
4	Big data	14
5	Power	12
6	China	12
7	Civil Society	11
8	Neoliberalism	11
9	Governmentality	11
10	COVID-19	9
11	Human Right	9
12	Ethics	9
13	Faucault	9
14	Surveillance Society	9
15	Migration	8

Yukarıdaki tabloya baktığımızda; 239 kullanım sayısı ile gözetim (surveillance) kelimesi en fazla tercih edilen anahtar kelimedir. Kullanım sıklığı en fazla olan kelimelerin başında ise 32 kez kullanılan Mahremiyet (Privacy) ve 17 kez kullanılan Güvenlik (Security) kelimesi gelmektedir. En sık kullanılan diğer anahtar kelimelerden Büyük veri (Big data) 14, İktidar (Power) 12, Çin (China) 12, Sivil toplum (Civil society) 11, Neoalibarilizm (Noeliberalism) (11), Yönetimsellik (Governmentality) 11, COVID-19 9, İnsan hakları (Human right) 9, Etik (Ethics) 9, Faucault (9), Gözetim toplumu (Surveillance society) 9, Göçmenlik (Migration) 8 kez kullanıldığı tespit edilmiştir.



Şekil 3. Kullanılan Anahtar Kelimelerin Bibliyografik Eşleşmesi: Minimum Kullanım Eşiği 1, 1516 Bağlantı

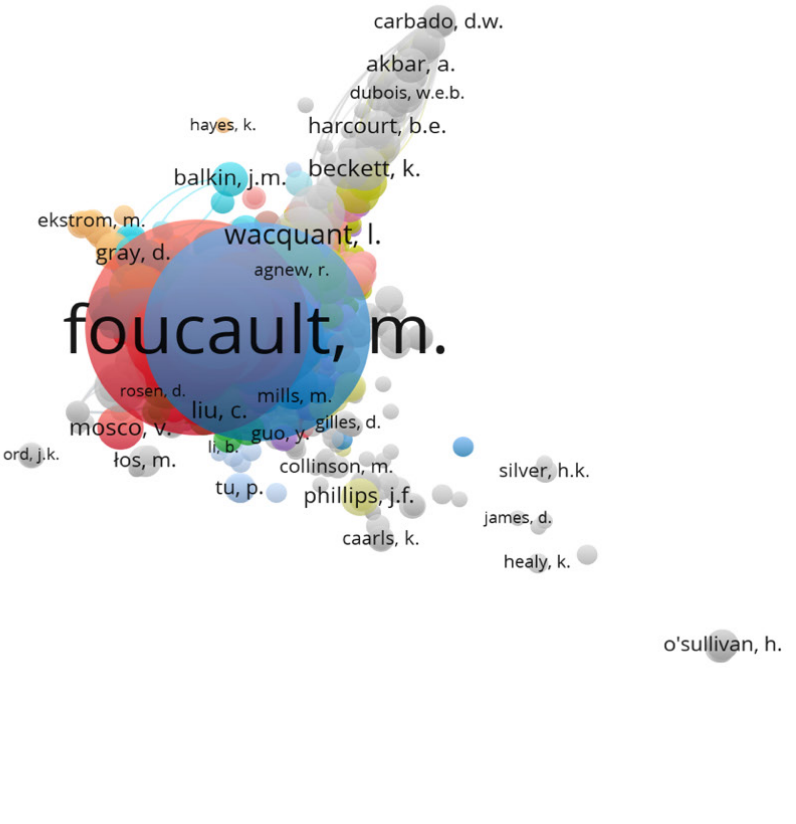
En fazla Ortak Atıf Alan Yazarlar

Bir araştırma konusu hakkında çalışan araştırmacıların kaynak olarak seçtikleri yazarlar aslında o alanın kemikleşmiş kadrosunu göstermektedir. Zira konu hakkında gerçekleştirilen ilk ve en etraflı çalışmalara ulaşmak bakımından alanın ana araştırmacılarını bilmek önemlidir. Bu nedenle, sosyal bilimler alanında yayınlanmış gözetim toplumu konulu İngilizce makalelerin en fazla atıf yaptığı on beş araştırmacı bu araştırmacıların atıf sayısı ve toplam bağlantı gücü aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 7. En Fazla Ortak Atıf Alan Yazarlar

Sıra	Yazar	Atıf sayısı	Toplam Bağlantı Gücü
1	Foucault M.	353	24203
2	Lyon D.	345	25378
3	Haggerty K. D.	86	7544
4	Andrejevic M.	85	7049
5	Bauman Z.	75	5636
6	Giddens A.	72	5935
7	Deleuze G.	72	4978
8	Rose N.	71	6514
9	Norris C.	70	4667
10	Marx G.T.	66	4993
11	Ball K.	59	3518
12	Ericson R.V.	58	5008
13	Monahan T.	57	4588
14	Zuboff S.	57	4438
15	Bigo D.	54	4423

Gözetim toplumu konulu çalışmalarda en fazla atıf yapılan yazarın 353 atıf ile Foucault M. olduğu tespit edilmiştir. İkinci yazar Lyon D. (345) iken üçüncünün Haggerty K. D. (86) olduğu görülmüştür. En fazla atıf yapılan diğer yazarların Andrejevic M. (85), Bauman Z. (75), Giddens A. (72), Deleuze G. (72), Rose N. (71), Norris C. (70), Marx G.T. (66), Ball K. (59), Ericson R.V. (58), Monahan T. (57), Zuboff S. (57), Bigo D. (54) olduğu tespit edilmiştir. Araştırmacıların en fazla atıf yaptıkları yazarların arasında toplam bağlantı gücü en yüksek olan araştırmacılardan ilkinin Lyon D. (25378) ikincisinin ise Foucault M. (24203) olduğu görülmüştür. Bu iki yazarı Haggerty K. D. (7544), Andrejevic M.(7049), Bauman Z. (5636), Giddens A. (5935), Deleuze G. (4978), Rose N. (6514), Norris C. (4667), Marx G.T. (4993), Ball K. (3518), Ericson R.V. (5008), Monahan T. (4588), Zuboff S. (4438), Bigo D. (4423) takip etmektedir.



Şekil 4. Ortak Atıf Yapılan Yazarların Bibliyografik Eşleşmesi: Minimum Atıf Eşiği 1, 22399 Bağlantı

Sonuç

Bu araştırma, bibliyometrik çözümleme ve bilimsel haritalama aracılığıyla 1984-2023 yılları arasında sosyal bilimler alanında yürütülen gözetim toplumu ile ilgili yayınlara kapsamlı bir bakış sunmaktadır. Bulgular Scopus veri tabınına dayanmakta ve yalnızca İngilizce makaleleri içermektedir. Bilim camiasında ağırlıklı olarak en etkili bibliyometrik bilimsel haritalama programının VOSviewer olması (Gaviria-Marin vd., 2019, s. 23) nedeniyle çalışmada, sonuçlar VOSviewer kullanılarak elde edilmiştir. Böylelikle gözetim toplumu alanındaki mevcut durum ve alanın gelişme eğilimi nicel bir görüş ile analiz edilmiştir.

Bu incelemede yayınların yıllara göre dağılımı, yazarlar ve üretkenlik düzeyleri, yayınlar ve atıf eğilimleri, yayınların ülkeler bazında dağılımı, anahtar kelime kullanım durumu ve ortak atıf alan yazarların dağılımı ortaya konmuştur. Bu başlıklar altında verilen bulgular, araştırmacıların konu ile ilgili doğru kanallara ulaşmasını ve gözetim toplumu konusunun ne yönde gelişme gösterdiğini kavraması bakımından klavuz olacaktır. Bu klavuz ise araştırmacıların, gözetim toplumu konusunu ele alırken konunun araştırma noktaları hakkında farkındalık kazanmalarını mümkün kılacaktır. Bu amaçla gerçekleştirilen incelemenin bulgularına genel bir perspektiften bakıldığında son zamanlarda sosyal bilimler alanında gözetim toplumu konulu çalışmaların sayısının arttığı ve çalışma başlıklarının çeşitlendiği görülmüştür.

Araştırmada ilk olarak gözetim toplumu konusundaki İngilizce makalelerin yıllara göre dağılımı incelenmiştir. Sosyal bilimler alanında gözetim toplumu konulu ilk İngilizce makalenin 1984 yılında yayınlandığı görülmüştür. En az yayın yapılan yıllar; 1991, 1992, 1993 ve 1995 iken bu yıllardaki makale sayısının 1 olduğu görülmüştür. 2003 ve 2004 yılı, konuya dair yayınların arttığı senelerdir. Bu iki yılda 14'er makale yayınlanmıştır. Fakat 2005'de 7, 2006'da 9, 2007'de ise 8 makale yayınlandığı ve bu üç yıllık dönemde yayın sayısının azaldığı tespit edilmiştir. Ayrıca 2008-2019 yılları arasında ise makale sayısının artış gösterdiği, 2020 itibari ile çalışmaların yükselen bir ivmeyle arttığı görülmüştür.

Bibliyometrik analiz, belirli temaların veya tüm tematik alanların performans analizinin yapılmasını içermektedir. Bu temaların ve tematik alanların çeşitli açılardan performans analizinin yapılması araştırma alanına yapılan katkıları ölçmesi bakımından önemlidir. Böylelikle en üretken ve en yüksek etkiye sahip alt alanlar tespit edilmektedir (Cobo vd., 2010, s. 147). Performans analizi gerek kişilerin gerek kurumların araştırma ve yayın performansını ölçmeyi amaçlanmaktadır (Zupic, Cater, 2015, s. 431). Performans analizi ile akademik üretkenliği ortaya koymak önemli hale gelmektedir. Burada performans analizi ile ortaya konan akademik üretkenlik temelde araştırmacı, departman, ülke veya dergi üzerinden sayıya indirgenebilir doğrusal bir ölçek olarak ifade edilebilir (Choudhri vd., 2015, s. 743). Çünkü bibliyometrik analiz araştırma performansının değerlendirilmesi ile nicel parametreyi birleştirmektedir. Bu noktada ise atıf analizi devreye girmektedir. Atıf analizi araştırmacı, çalışma, dergi ve ülkelerin atıf oranlarını ortaya koymaktadır. Bibliyometrik yöntemde içerisinde atıf analizinin, araştırma boyutlarının kalitesine dair basit ve hızlı bir izlenim sağladığı düşünülmektedir. Başka bir ifadeyle bibliyometrik analiz yönteminde bilimsel kalite ve alıntı sayıları arasında basit ve doğrusal bir ilişki kurulmaktadır (Wallin, 2005, s. 262). Bu nedenle çalışmada, araştırmacı, yayın, ülke ve dergilerin etki ve üretkenlik düzeyleri atıf analizi ile ortaya konmuştur. Zira çalışmada, konunun tüm boyutları etki ve üretkenlik bakımından analiz edilmiştir.

Analizde ilk olarak araştırmacılar incelenmiştir. Bireysel araştırmacılar açısından, performans analizine dayalı olarak Monahan T., ve Firmino R.J'nın en verimli ve etkili yazarların başında geldiği görülmüştür. Öte yandan en üretken yazarlardan biri olan ve konuya dair iki çalışması olan Andrejevic M. çalışmaları en fazla atıf alan ve etki alanı en yüksek yazardır. Zira bu öne çıkan yazarlar alanın en bilinen yazarları arasındadır. Ayrıca inceleme sonucunda Ferenbok J., Svenonius O., Evangelista R., Jones R., Porlezza C. ve Young S. gibi gözetim toplumu konusunda üretken ve etkili olan araştırmacılara da ulaşılmıştır.

Çalışmada ikincil olarak performans düzeyi yayınların atıf analizi ile ortaya konmuştur. Böylece sosyal bilimler alanında gözetim toplumu konulu İngilizce makaleler arasındaki en etkili yayınlar sıralanmıştır. İnceleme sonucunda 2007 yılında yayınlanan "Görünürlük: Sosyal bilimler için bir kategori" (Visibility: A category for the social sciences) başlıklı makale ile 2005 yılında yayınlanan "Yazılımla sıralanmış coğrafyalar" (Software-sorted geographies) başlıklı makalenin en etkili yayınlar

olduğu görülmüştür. Bir performans analizi olarak bakıldığında en fazla atıf alan yayınların özellikle 2003-2019 yılı arasında yayınlanan çalışmalardan oluştuğu görülmektedir.

Bibliyometrik analizler aracılığıyla yayınların belirli özellikleri incelenmekte ve böylelikle bilimsel iletişime dair çeşitli verilere ulaşılmaktadır. Söz konusu bulgulardan hem bir derginin iç değerlendirmesine dair mikro düzeyde inceleme yapmak hem de bir ülkenin belirli bir araştırma konusuna yönelik bilimsel üretkenliğini makro düzeyde ortaya koymak amacıyla yararlanmak mümkündür (Al vd., 2010, s. 2). Bu nedenle sosyal bilimler alanında gözetim toplumu konusunun literatürdeki yansıması, mikro düzeyde dergilerin makro düzeyde ise ülkelerin etki ve üretkenliği incelenerek ortaya konmuştur. Bulguların mikro düzeyde incelenmesi sonucunda gözetim toplumu literatürünün farklı teorik yönelimlere sahip çok sayıda bilimsel dergide yayınlandığı görülmüştür. Öte yandan en üretken dergilere bakıldığında, bu dergilerin ağırlıklı olarak iletişim ve sosyoloji disiplinlerine yönelik dergiler olduğu görülmüştür. Surveillance and Society bu alandaki açık ara en üretken ve etkili dergidir. İnformation comminication and society journal, New media and comminication, Media and comminication üretkenlik ve etki açısından öne çıkan dergilerdir. Öte yandan Current sociology, International politicial sociology ve British journal of social work dergilerinin genel olarak yüksek atıf sayıları nedeniyle en etkili dergilerden biri olduğu görülmüştür. Ulaşılan bu sonuçlar anlaşılabilirdir. Zira alanın araştırmacıları arasında da, bu dergilerin yayınlarının en prestijli yayınlardan olduğu kabul edilmektedir. Çalışmada bibliyometrik çözümleme ve bilimsel haritalama aracılığıyla gerçekleştirilen atıf analizi, bu kabule bir sağlamlık kazandırmıştır.

Gözetim toplumu literatürüne makro düzeyde bir bakış sunmak için ülkelerin etki ve üretkenlik düzeyleri incelenmiştir. Sonuç olarak sosyal bilimler alanındaki gözetim toplumu konulu araştırmalarda gerek çalışma sayısı gerek atıf ve toplam bağlantı gücü bakımından ABD'nin lider olduğu tespit edilmiştir. Ulaşılan bu netice tahmin edilen bir sonuçtur. Zira ABD genel olarak diğer bilimsel alanlardaki araştırmalarda da hakim bir konumdadır (Gaviria-Marin vd., 2019, s. 24). Gözetim toplumu konusunda Birleşik Krallık ve Kanada'da etki ve üretkenlik bakımından öne çıkan iki önemli ülkedir. Aynı zamanda Yeni Zelenda ve Hollanda bu alanda hatırı sayılır bir etki ve üretkenlik göstermiştir. Öte yandan özellikle son zamanlarda gözetim toplumu konusunda bazı ülkelerin verimliliğini ve nüfuzunu arttırdığı görülmüştür. Her ne kadar uzun ömürlü olmasada son yedi yılda Avustralya, Almanya, Norveç ve İtalya'nın son üç yılda ise Çin'in alana olan katkısı dikkat çekici bir boyutta artmış ve gözetim toplumu konusunda en üretken on beş ülke arasında yer almıştır. Alanın en üretken ülkeleri arasında İsveç, Güney Afrika, Brezilya yer almaktadır. Aynı zamanda Singapur ve İsviçre'nin daha az üretkenlik ile daha yüksek etkinliğe sahip olması ise dikkate değerdir. Öte yandan gözetim toplumu konusu ile ilgili çalışmaların ağırlıklı olarak gelişmiş batılı ülkelerde yapıldığı dikkat edilmesi icap eden diğer bir noktadır. Bu durumun gelişmiş batılı ülkelerdeki demokratik yapının bilimsel alandaki yansıması olduğu söylenebilir.

Bibliyometrik çözümlemelerdeki anahtar kelime analizi, bir araştırma alanında ele alınan farklı konuların anlamsal ve kavramsal gruplar olarak ifade edilen metinsel bilgi gruplarını temsil etmektedir (Cobo vd., 2010, s. 147). Anahtar kelime analizi, konuya dair dikkat çeken kelimeleri ortaya koymayı ve bu kelimelerden hareketle literatüre yönelik çıkarım yapmayı sağlamaktadır (Donthu vd., 2021, s. 289). Sosyal bilimler alanında gözetim toplumu konulu çalışmaların anahtar kelime incelemesine bakıldığında "gözetim" (surveillance) kelimesinin en sık kullanılan kelime olduğu görülmektedir. Çalışma konusunun gözetim toplumu olması bakımından en sık kullanılan kelimenin "gözetim" olması tahmin edilen bir durumdur. En sık tercih dilen diğer anahtar kelimeler ise "Mahremiyet" (Privacy), "Güvenlik'' (Security), "Büyük veri" (Big data), "İktidar" (Power), "Çin" (China), "Sivil toplum" (Civil Society), "Neolibarilizm" (Neoliberalism), "Yönetimsellik" (Governmentality), "COVID-19", "İnsan hakları" (Human Right), "Etik" (Ethics), "Faucault", "Gözetim toplumu" (Surveillance society), "Göçmenlik" (Migration) şeklinde sıralanmaktadır. Anahtar kelimeler incelendiğinde konunun toplumsal, siyasal ve teknolojik bağlamlarda ele alındığı görülmektedir. Anahtar kelimelerin bilimsel haritalamasında son otuz dokuz yılda yayınlanan makalelerin ana temaları altı dönemde (2010-2012-2014-2016 -2020) sunulmuştur. Bu her dönemde konunun odak noktalarını görmek ve alanın yıllar içerisinde nasıl geliştiğini anlamak bakımından önemlidir. 2010 yılı öncesindeki daha eski tarihli çalışmalarda "CCTV", "CCTV Tarihi" (CCTV History), "Liberal demokrasi" (Liberal democracy), "Ünlü kişi" (Celebrity) ağırlıklı olarak kullanılan kelimelerdir. 2010 ve sonrasında ise "Büyük veri" (Big

data), "Dijital teknoloji" (Digital Technologies), "Yapay zeka" (Artificial intelligence), "Reklamcılık" (Advertising), gibi teknoloji, medya odaklı kelimelerinin kullanıldığı görülmüştür. Öte yandan son yıllarda "Koronavirüs" (Coronavirus), "Mülteci" (Refugee) "Lgbt", "Cinsellik" (Sexuality), "Canlı Müzik" (Live music), "Futbol taraftarları" (Footboll fans), "Analog" (Analouge), "Akademik özerklik ve özgürlük" (Academic autonomy and freedom) kelimelerinin kullanıldığı saptanmıştır. Bu durum araştırmacıların konuyu siyasal, sosyal ve teknolojik açıdan ele aldığını göstermektedir. Ayrıca son zamanlarda özellikle çeşitli toplumsal grupların, hobilerin ve meslek gruplarının yanı sıra reklamcılık, dijital teknoloji, yapay zeka gibi konuların çalışmalarda odak noktası olduğu ve daha spesifik araştırmaların gerçekleştirildiğini söylemek mümkündür. Diğer taraftan "gözetim" (surveillance) kelimesi her dönem kullanılmakta dolayısıyla bu anahtar kelime geniş ve ortak bir tematik alanı kapsamaktadır.

Bibliyometrik çözümlemede bakılan ortak atıf incelemesi bilimsel haritalama için bir tekniktir. Araştırmacıların genel olarak atıf yaptığı ortak araştırmacılar vardır. Bu ortak atıf ağı, iki araştırmacının yayınındaki referans listesinde başka bir araştırmacının bulunması ile bağlanmaktadır. Ortak atıf analizinin kullanılmasının avantajı alanın en etkili araştırmacılarını keşfetmeyi sağlamaktadır. Ancak ortak atıf analizi sadece yüksek atıf alan araştırmacılara ve yayınlara odaklanmaktadır. Yeni veya niş alanlardaki araştırmacıları ve yayınları ortak atıf temasının dışında bırakarak kümelemektedir (Donthu vd., 2021, s. 288). Ortak atıf analizi araştırma kaynağının büyüklüğü dikkate alındığında öncelikle üretkenliğin bir ölçüsü olarak kullanılmaktadır. İkincil olarak alanın araştırmacılarının diğer bilim insanları tarafından saygınlığını ve dikkate alınan çalışmaların önemini göstermek için kullanılmaktadır (Lewison, Devey, 1999, s. 14). Ortak atıf analizi, araştırılan konunun entelektüel temeli olarak görülen referans gruplarını temsil etmesi bakımından önemlidir (Cobo vd., 2010, s. 147). Bu nedenle gözetim toplumu konusunun entelektüel temelini oluşturan araştırmacıların ortaya konması amacıyla ortak atıf analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analiz aracılığıyla sosyal bilimler alanında yayınlanan gözetim toplumu konulu 585 İngilizce makalenin yazarları tarafından en fazla ortak atıf yapılan araştırmacılara bakılmıştır. İncelenen çalışmalarda gerek atıf sayısı gerek toplam bağlantı gücü bakımından zirvede olan araştırmacıların Foucault M, ve Lyon D'nin olduğu görülmüştür. Öte yandan gözetim toplumu konusunun entelektüel temelini oluşturan referans tablosundaki öne çıkan diğer araştırmacılar Haggerty K. D, Andrejevic M, Bauman Z, Giddens A, Rose N, Norris C, Marx G.T, Ball K, Ericson R.V, Monahan T, Zuboff S ve Bigo D. olarak sıralanmaktadır.

Sonuç olarak, bu incelemenin sosyal bilimler alanında gözetim toplumu araştırmalarının durumuna dair genel bir bakış sunması bakımından yararlı olacağı düşünülmektedir. Ancak çalışma bir takım sınırlamalar içerisinde gerçekleştirilmiştir. Öncelikle bu araştırmada ortaya konulan bulgu ve sonuçlar alanın yalnızca genel bir yönelimini sunmaktadır. Bu araştırmada yalnızca Scopus veri tabanındaki İngilizce makalelerin bibliyometrik analizi yapılmıştır. Fakat sosyal bilimler alanında konuya dair diğer yayın türlerinin ve farklı veri tabanlarının da bulunduğunu dikkate almak önemlidir. Bu nedenle gelecekteki araştırmalarda bibliyometrik çözümlemenin daha fazla araştırma türü ve veri tabanını içerecek şekilde genişletilmesi önerilebilir. Bu şekilde farklı veri tabanlarından ulaşılan makalelerin, kitapların, bildirilerin ve tezlerin incelenmesi alanın daha derinlemesine anlaşılmasını sağlayacaktır. Ayrıca gözetim toplumu konusu ile kesişen farklı araştırma disiplinlerinin bibliyometrik analizi, farklı yorum ve sonuçları açığa çıkarabilmektedir. Bu nedenle gözetim toplumu konusunun diğer disiplinler ile bağını incelemek için bibliyometrik analiz kullanılabilir. Öte yandan çalışma sınırlamalara rağmen gözetim toplumu literatürüne nicel bir görüş sunması açısından önemlidir. Zira çalışmada, gözetim toplumu literatürünün öne çıkan yayınları, en üretken yazarları, ülkeleri, dergileri ve konunun temelini atan yazarları analiz edilmiştir. Bu analiz alanın araştırmacılarının uygun yayınları, yazarları, kanalları belirlemesine ve doğru işbirlikleri kurmasına yardımcı olacaktır. Çalışma aynı zamanda sosyal bilimler alanındaki gözetim toplumu konusunun otuz dokuz yıllık gelişimini göstermektedir. Bu durum ise araştırmacıların gözetim toplumu konusunu hangi açıdan ele alacağına karar vermesi noktasında farkındalık kazanmasını sağlayacaktır. Fakat araştırmanın yalnızca nicel verilere dayanması, alanın derinlemesine kavranması açısından eksik olabilir. Bu nedenle farklı bir araştırmada, gözetim toplumu konulu yayınların yıllara göre kümelenmesi ve tesadüfi örneklem yöntemiyle seçilmesi yoluyla niteliksel olarak ele alınabilir. Böyle nitel bir araştırma, konunun derinlemesine incelenmesi açısından değerli olacaktır. Ayrıca genel bir alanı kapsayan gözetim toplumu konusunun farklı alt başlıkları bibliyometrik analiz ile incelenerek daha spesifik çalışmalar yapılabilir.

Kaynakça

AUGUSTO, F. R., & SİMÕES, M. J. (2017). To See And Be Seen, To Know And Be Known: Perceptions And Prevention Strategies On Facebook Surveillance. *Social Science Information*, 56(4), 596-618.

ANDRÉS, A. (2009). Measuring Academic Research: How To Undertake A Bibliometric Study. UK: Chandos Publishing.

AL, U. vd., (2010). Bibliyometrik Özellikleri Açısından Bilig'in Değerlendirilmesi. *Bilig*, *55*, 1-20.

ALLMER, T. (2011). Critical Surveillance Studies in The İnformation Society. *Triplec: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal For A Global Sustainable Information Society*, *9*(2), 566-592.

ALSHARIF, A. H. vd., (2020). Bibliometric Analysis. *Journal Of Theoretical And Applied Information Technology*, 98(15), 2948-2962.

BELTER, C. W. (2015). Bibliometric İndicators: Opportunities And Limits. *Journal Of The Medical Library Association: JMLA*, *103*(4), 219.

BOZKURT, V. (2000). Gözetim ve İnternet: Özel yaşamının sonu mu?. *Birikim Dergisi,* Ağustos sayısı, İstanbul: Birim Yayınları.

CHEN, X. Vd., (2018). A Comparative Quantitative Study of Utilizing Artificial İntelligence On Electronic Health Records İn The USA And China During 2008–2017. *BMC Medical İnformatics And Decision Making*, *18*(5), 55-69.

CHEN, X vd., (2018). A Bibliometric Analysis of Event Detection in Social Media. *Online Information Review*, *43*(1), 29-52.

CHOUDHRİ, A. F. vd., (2015). Understanding Bibliometric Parameters And Analysis. *Radiographics*, *35*(3), 736-746.

COBO, M. J vd., (2011). An Approach for Detecting, Quantifying, And Visualizing The Evolution Of A Research Field: A Practical Application To The Fuzzy Sets Theory Field. *Journal Of İnformetrics*, *5*(1), 146-166.

COBO, M. J. Vd., (2015). 25 Years At Knowledge-Based Systems: A Bibliometric Analysis. *Knowledge-Based Systems*, *80*, 3-13.

DOLGUN, U. (2004). Gözetim Toplumunun Yükselişi: Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, *2*(1), 55-74.

DOLGUN, U. (2005). Çalışma Yaşamında Gözetim*. In Journal Of Social Policy Conferences* (49).

DURİEUX, V., & GEVENOİS, P. A. (2010). Bibliometric İndicators: Quality Measurements Of Scientific Publication. *Radiology*, *255*(2), 342-351.,

ELLİS, D vd., (2016). Experiencing The 'Surveillance Society'. *Psychologist*, *29*(9), 682-685.

ELLİS, D., TUCKER, I., & HARPER, D. (2013). The Affective Atmospheres of Surveillance. *Theory & Psychology*, *23*(6), 716-731.

GANDY Jr, O. H. (1989). The Surveillance Society: Information Technology And Bureaucratic Social Control. *Journal Of Communication*, *39*(3), 61-76.

GAVİRİA-MARİN, M vd., (2019). Knowledge Management: AGlobal Examination Based on Bibliometric Analysis. *Technological Forecasting And Social Change*, *140*, 194-220.

LAHLOU, S. (2008). Identity, Social Status, Privacy And Face-Keeping in Digital Society. *Social Science İnformation*, 47(3), 299-330.

LAWANİ, S. M. (1981). Bibliometrics: Its Theoretical Foundations, Methods And Applications. *Libri*, *31*(Jahresband), 294-315.

LEWİSON, G., & Devey, M. E. (1999). Bibliometric Methods For The Evaluation Of Arthritis Research. *Rheumatology (Oxford, England)*, *38*(1), 13-20.

MARTÍNEZ, M. A vd.(2015). Analyzing The Scientific Evolution of Social Work Using Science Mapping. *Research On Social Work Practice*, *25*(2), 257-277.

MARX, G. T. (2004). What's New About The "New Surveillance"?: Classifying for Change And Continuity. *Knowledge, Technology & Policy*, *17*(1), 18-37.

MARX, G. T. (2015). Surveillance Studies. *International Encyclopedia of The Social & Behavioral Sciences*, *23*(2), 733-741.

MERİGÓ, J. M., & YANG, J. B. (2017). A Bibliometric Analysis of Operations Research And Management Science. *Omega*, *73*, 37-48.

NARİN, F., & HAMİLTON, K. S.(1996).Bibliometric Performance Measures. *Scientometrics*, *36*(3), 293-310.

OKUBO, Y. (1997). *Bibliometric İndicators And Analysis Of Research Systems: Methods And Examples.*

STALDER, F., & LYON, D. (2003). Electronic İdentity Cards And Social Classification. *Surveillance as Social Sorting: Privacy, Risk And Digital Discrimination.* 77-93.

SUVACI, B. (2016). Sosyal Bilimler Veri Tabaninda Yayımlanan Lojistik ve Tedarik Zinciri Makalelerinin Bibliyometrik Profili. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (25), 263-281.

TİMAN, T., &OUDSHOORN, N. (2012). Mobile Cameras as New Technologoies of Surveillance? How Citizens Experience The Use of Mobile Cameras İn Public Nightscapes. Surveillance &Society, 10(2), 167-181.

TÜMURTÜRKAN, M. (2010). Gündelik Hayatın Gözetimi: ''Panoptikon Toplumu''. *Ethos: Felsefe Ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar.* 2(3), 1-19.

VAN DER PLOEG, I. (2003). Biometrics And The Body as İnformation. Lyon, D. (Ed) *Surveillance as Social Sorting: Privacy, Risk And Digital Discrimination*, (Pp. 57-72). Routledge.

WALLİN, J. A. (2005). Bibliometric Methods: Pitfalls And Possibilities. *Basic & Clinical Pharmacology & Toxicology*, 97(5), 261-275.

WELLER, T. (2012). The İnformation State: An Historical Perspective n Surveillance. Ball, K., Haggerty., K.D., Lyon, D. (Ed). Routledge Handbook Of Surveillance Studies (S. 57-63).Routledge.

WOOD, D. M. vd.,(2006). A Report on The Surveillance Society. *Surveillance Studies Network, UK*, 1-98.,

WOOD, D. M. vd., (2006). A Report on The Surveillance Society. *Surveillance Studies Network, UK*, 1-98.

ZUPİC, I., & ČATER, T. (2015). Bibliometric Methods in Management And Organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472.

URL: https://www.vosviewer.com/

Summary

In this study is aimed to analyze the literature of the concept of surveillance society, which has emerged as a rich field of study especially for the field of social sciences. This analysis aims to reveal the current state of the literature and to guide researchers who want to read about the subject.In line with the purpose of the research, bibliometric analysis method was used. First, exclusion-inclusion criteria were determined. In line with the determined criteria, the keyword "Surveillance society" was scanned through the Scopus database in the context of the title, abstract and keywords of the study. As a result of the scanning, 585 English articles on the theme of surveillance society published in the field of social sciences between 1984 and 2023 were identified and bibliometric mapping was carried out by analyzing them with the VOSwiever program. When looking at the results of the research from a general perspective; In recent years, it has been observed that the number of studies on surveillance society in the field of social sciences has increased and the study titles have diversified. It has been observed that the number of articles increased especially between 2008 and 2019, and as of 2020, the studies have increased with increasing momentum. It has been determined that the surveillance society literature is published in many scientific journals with different theoretical orientations, but the journals are mainly journals related to the disciplines of communication and sociology.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);341-354
DOI: 10.17336/igusbd.1350495

REVIEW ARTICLE / DERLEME MAKALESİ

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

A Review on Dystopia and Critical Dystopia Examples in the Debates on Civil Liberties and the Future of Opposition

Sivil Özgürlükler ve Muhalefetin Geleceği Tartışmalarında Distopya ve Eleştirel Distopya Örnekleri Üzerine İnceleme

Tuğçe GÜR TÜRKDOĞAN

Abstract

Based on the relationship between opposition and democracy, the study aims to discuss the space of civil liberties and the future of opposition. The possibilities and limitations of social opposition in existing (and different) social formations are analysed in depth in the context of dystopian examples. Within the scope of the study, the dystopias titled We, 1984, Brave New World, and The Dispossessed are discussed in the context of their common features (fictionalising a more advanced historical period, opening capitalist relations of production to discussion, expansion of state power to all areas of life and criticism of the consumer society) and the narrowing of the space of both civil liberties and opposition in conditions where the boundaries and authority of the state are blurred, and the future of opposition and democracy in this context are discussed.

Keywords

Social Opposition, Democracy, Dystopia, Future of Opposition, Social Movements

Öz

Çalışma, muhalefet ve demokrasi arasında kurulan ilişkiden hareketle, sivil özgürlüklerin alanı ile muhalefetin geleceğini tartışma konusu yapmayı amaçlamaktadır. Mevcut (ve farklı) toplumsal formasyonlarda toplumsal muhalefetin sahip olduğu imkanlar ve sınırlılıklar distopya örnekleri bağlamında derinlemesine incelenmiştir. Çalışma kapsamında, Biz, 1984, Cesur Yeni Dünya ve Mülksüzler isimli distopyalar ele alınarak, sahip oldukları ortak özellikler bağlamında (daha ileri bir tarihsel periyodu kurgulaması, kapitalist üretim ilişkilerini tartışmaya açması, devlet iktidarının yaşamın tüm alanlarına yayılması ve tüketim toplumu eleştirisi) devletin sınırlarının ve otoritesinin muğlaklaştığı koşullarda hem sivil özgürlüklerin hem de muhalefetin alanının daralması ve bu bağlamda muhalefetin ve demokrasinin geleceği tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler

Toplumsal Muhalefet, Demokrasi, Distopya, Muhalefetin Geleceği, Toplumsal Hareketler

This study is derived from his PhD dissertation entitled “Changing Forms of Opposition”, which was accepted by Dokuz Eylül University Institute of Social Sciences in 2021 and supervised by Prof. Dr. Atilla Göktürk.

PhD, İstanbul Gelişim University, Department Political Sciences and Public Administration, Istanbul, Türkiye.
✉ tugur@gelisim.edu.tr

Geliş/Received: 26.08.2023
Kabul/Accepted: 13.09.2023

Tuğçe Gür Türkdoğan, "A Review on Dystopia and Critical Dystopia Examples in the Debates on Civil Liberties and the Future of Oppositio", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 341-354.

Introduction

In the social formation of the 20th century, which was expected to be a golden age in time and space, experiences such as the two great World Wars, Nazi and Stalin totalitarianism, Hiroshima and Nagasaki created the opposite picture and resulted in an increasing gap between political powers with authoritarian tendencies and social classes. As Steinhoff (1975, s. 8) points out, the utopian promise of Enlightenment thought in the combination of science, development and happiness has not been realized, and beyond that, the goal of creating a happier and freer world has been replaced by violence and domination. In the context of the effects of the current social formation, dystopias have begun to be used to depict the despotic and totalitarian systems of the 20th century and the individual's struggle for rebellion. With Zamyatin, Huxley and Orwell, dystopia emerged as a warning against the loss of individual freedom in the scientific, social and political domination systems of the field. Similarly, the events of the 21st century, the evolution of the social formation from a factory-based life to the transformation of all of life into a factory, the control of technology over all areas of our lives and the gradual increase in the sphere of this state have begun to question the sphere of social opposition. In the relationship established between democracy and opposition, the limitation of the space of opposition in the public sphere results in the direct limitation of the space of democracy.

This study aims to discuss utopia as an alternative way of life in the context of civil liberties in societies at different levels of development through important dystopias. In line with this aim, it is aimed to examine the elements of opposition in well-known dystopias such as, "Brave New World", "1984", "The Dispossessed" which is considered as the first example of critical dystopia, and "We" and to create an important context in terms of the relationship that can be established between utopia and opposition as a reaction or rebellion against authority.

The Authoritarian State and Civil Liberties

Authoritarian and predominantly totalitarian regimes are defined as political systems that integrate and harmonize the state and society and impose a common worldview on the whole society. The main features are that all forms of opposition are prohibited, and the government controls all areas of life without any distinction between private and public spheres[1] (Heywood, 2012, p. 255). While the concept is defined as a modern phenomenon by Arendt and accepted as a phenomenon that emerged with capitalism, Stanley defines it as a tendency that has existed since the emergence of the relationship between the ruler and the ruled. In this context, it can exist in pre-capitalist societies as well as in capitalist societies, and it continues to exist in the various forms that capitalism has taken (Stanley, 1987, p. 77). Zbigniev-Brzezezinski defines capitalism as structures in which civil liberties and freedom of thought disappear as a result of the politicization of society as a whole by political power through technical means (Friedrich and Zbigniev, 1964, p. 130-132). In Nazi Germany, the Intent Law, a far-reaching criminal law norm against the expression of critical opinions on everyday life and public debate on political issues, can be seen in this context. In 1936, there were 8,000 cases, but within a year the number of intent cases reached 17,000. The punishments, which started with admonition and warning, followed a hierarchy from bail to precautionary imprisonment and the death Penalty, and followed a severe course aimed at eliminating dissent (Dams, and Stolle: 2017, p. 113-114).

Neoliberalism enables the strengthening of authoritarian governments on a global scale in order to protect its gains - high profits and a weak organized labor force, for example (Akçoraoğlu, p. 43). In the picture created by the current developments, literary dystopias take their place as a defender of freedom in response to the "intensification" of oppression, both as a critique of the state's expansion of its borders into the realm of civil liberties and as a reaction to the "intensification" of oppression

[1]The establishment of the "Reich Center for Combating Homosexuality and Abortion" in Nazi Germany in 1936 with a secret circular is an example of the limitlessness of the borders of the state. All homosexual citizens were required to become members of this center, and then homosexuals were brought before judges on the grounds that they had committed a crime. During the Nazi period, according to official records, between 10.00-15.00 homosexuals were sent to concentration camps, while 10,000 people were imprisoned (Dams and Stolle, 2017, p. 153).

in order to keep the "principle of hope[2]" alive by emphasizing the continuity of the effort to achieve civil liberties (Beauchamp. 1975, p. 161).

She resonance of state-induced grievances in civil society has led to a process of special emphasis on civil society in the defense of political rights and cultural freedoms (Wood, 2008, p. 281). The process is discussed in relation to the fact that civil society has sided with opposition forces against state repression in totalitarian societies, especially after 1980. This has led to the establishment of a relationship between civil society and opposition and democracy through this instrument, and civil society has come to be referred to as the space of social opposition (Fraser, 2015, p. 104). From this point of view, by focusing on the opposition between the state and civil society, civil society has started to express the process of defining civil society as a "field of activity" that restricts the pressure and intervention of political power as a field of organization and assembly (Ozan, 2015, p. 100-102). According to Wood (2008, p. 242), beyond a civil society-centered evaluation, it is necessary to focus on the relationship established between capitalism and democracy in the context of citizenship law. The economic and political status of the individual does not determine the scope of the right to citizenship; this right is defined as a universal right that begins at birth and comes to life in the context of equality before the rule of law. Since the capitalist mode of production abolished all relations of dependence, the rules that the masses must abide by were determined within the scope of civil law. These rights and freedoms are expanding with the momentum created by the mass movements of the period, and the struggle can be extended by reading civil liberties as principles of legitimacy, freedom of expression and association, and the protection of non-state spheres against state intervention. It is the sphere of civil liberties that is specified in this context. It is the enactment of institutional protections for civil liberties to exist and be consolidated. Ultimately, the principle of opposition is realized by protecting individual liberties by establishing historical and structural connections. (Wood, 2008, p. 286). Through publicity, the public sphere came into existence as an institution between society and the state, and through fundamental rights and freedoms, it was aimed for citizens to institutionalize this mechanism, that is, opposition. The destruction of the public sphere, on the other hand, reinforces the conditions for the existence of totalitarian states. However, under these conditions, the potential of citizens to come together in the public sphere is destroyed and their ability to question and control political power is eliminated. There is no institutional mechanism for the limitation or control of political power, and the fact that every sphere of life is under the control of political power does not allow for the definition of any right considered in connection with the right to dissent. The main context of this study is the existence of rebellion against authority or power in all kinds of social formations despite all kinds of restrictions and prohibitions. For example, the emergence of a series of opposition movements in the Union of Soviet Socialist Republics in the form of the Cinema Workers' Union and the subsequent struggle for the abolition of pre-censorship is an important example in this context (Daniels, 2007, p. 352). The Relations Among advanced technological developments, the limits of the state, democracy and the existence of opposition is being intensely debated today. In addition to the many advantages provided by technological developments, the process of unlimited state authority and intervention has come along with it. The crises in the current social formation in terms of the individual and society are manifested in the resistance of the nation-state to globalization, in the transformation of the modernization period into a surveillance society, in the social and cultural problems created by unjust income distribution, and in the homogeneous citizen of market capitalism. All of this has resulted in the revival of utopia in recent years as a hope for a better future and a desire to establish a more liveable world (Çörekçioğlu, 2015, p. 9).

[2]He concept is used by referring to Ernst Bloch's famous work "The Principle of Hope". The work is at the center of contemporary readings with the aim of reviving utopia. Bloch's work is not only about the principle of hope, but also about the history of hope, the ways in which it manifests itself in culture and cultural products, and the longing for a better world (for more details see. Bloch. E. (2007). The Principle of Hope, Volume 1. Translated by Tanıl Bora, Istanbul, İletişim Yayınları).

Dystopia and the Future of Opposition

Foran argues that in the future of opposition, new oppositional movements "*will emerge through a magical blend of realism and utopianism*" (Foran, 2014, p. 107). *In a globalized and imperialized world, in the postmodern age, that is, in a world that no longer has an "outside"*, Negri expresses utopia as a new field of experience that connects with the past (Negri, 2016, p. 46). This new experience is closely related to the transformations of labor and new technological developments. According to Mannheim, utopia is an idea with the possibility or potential for realisation. They are ideas that transcend the existing reality, "*break the connection points of the existing order*" and remove "*the order of things*..." from its context. The essence and character of the concept considered in the context of "relative utopia" is constituted by its functional aspect, which gains visibility with its power to be transformed into action and realised in practice (Mannheim, 1979, p. 173-.176). Negri (2007, p. 46-47) analyses utopia historically and states that there are at least two approaches to utopia[3]. In both approaches, the concept of utopia is accepted as a path towards what is longed for and desired, and is designed by many thinkers as a depiction tool or programme. According to Negri, utopia can be defined from a methodological point of view as follows;

> *In Machiavelli, utopia is born out of anger and turns into resistance and a political programme. In the realist Machiavelli, utopia constitutes the programme. In Spinoza, utopia is drawn into the process of passions: It is the force that moves desire towards love. In Marx, utopia merges with the material conditions of exploitation and is a real force participating in the dynamics of life, the new power of collective freedom (Negri, p. 47).*

Ricoeur define utopia as "a complex network of different elements". According to Ricoeur, this complex network has three basic components. The first of these is the critical aspect, which can be expressed as "self-reflexive", and while this feature refers to the power of human beings to change, it also gives utopias their character. The second component is that utopias are specific to the Enlightenment tradition. They are born out of the conditions of the existing social formation and in this context they are historical. The third and final component is fantasy, which is defined as an element of rational hope. The concept is dealt with in the context of individual and society, freedom and civilisation as discussed by Habermas and emphasises utopian action, that is, rebellion (Ricoeur, 1986, p. 251-253).

Within the scope of this study, examples were selected based on utopia's emphasis on the dynamics of the power of collective freedom in Marx's definition. In this context, the concept of alienation as defined by Marx, bourgeois ideology and the idea of human sacrifice for economic and technological development constitute common points in dystopian examples (Booker, 1994, p. 30-34). The dystopian examples analysed are, Brave New World, , 1984 The Dispossessed and We. As in Plato's "The State", Thomas Moore's "Utopia", Bacon's "Atlantis" and Moris's "News from Nowhere", the selected examples are not depictions of a perfect society, but rather a critical analysis of the existing system and counter-utopian examples of the conditions that may arise afterwards.

Utopias and dystopias as a literary genre have aimed to answer, criticise or better discuss the basic questions about the problem of organisation, the institutionalisation process of political power and how the economy will function since Plato wrote his work "The State". The answers given to where people will live, what their basic needs are and how they will be met, how they will reproduce, how they will raise children, how power and power relations will be distributed, or how the economy will function become decisive in the context of depicting, criticising and reconstructing society (Atwood, p. 2017:11).

While utopia expresses the desire and dream of man to be happy in a place of his own making (Çörekçioğlu, 2015, p. 9), dystopias are defined as the expression of the individual's conflict with society, the private with the public, the heterogeneous with the homogeneous by placing rebellion at the centre (Beauchamp, 1975, p. 297). Similarly- dystopian examples are selected due to their

[3]According to Negri, conservative thought depicts utopia in its religious origins and concludes with the longing for paradise. In leftist thought, on the other hand, utopia expresses a longing for the future. Negri defined this situation as futurism.

four basic and common features, and in the context of these examples, the field of opposition and the future of democracy are emphasised in conditions where the borders and authority of the state are blurred. This is because, according to Beauchamp, dystopia activates the sense of freedom that is innate and derived from being human and transfers the sense of change and history to the text by destroying the static given structure of utopia (Beauchamp, 1975, p. 168).

First of all, all of these dystopias depict a historical period that is more advanced than the current conditions. There is a description of a social formation in which advanced technology permeates and shapes every moment of life, from production techniques to social life and from there to individual decisions. Secondly, and predominantly, in the capitalist mode of production, the "pressure" of the conditions of mechanisation on the lives of individuals is narrated. Thirdly, they describe societies in which the limits of the state expand into the realm of personal freedoms and civil liberties are not allowed to find a living space. Finally, it offers a strong criticism of the capitalist system based on the questioning of consumer society.

Firstly, it provides a critical depiction of a historical moment that is more advanced than the historical period in which all four dystopias are located. "Brave New World" was written by Huxley in 1932. It matured in the years when the Fordist regime of accumulation began to emerge as a system of production and presents a pessimistic picture of the future based on the present. The world depicted in Dystopia is the year After Ford (A.F.) 632 A.D., similar to the year after Christ (A.D.). In other words, it depicts the philosophy of the totalitarian state and its control of all life within the structure of society divided into classes at a certain moment of technological development level 632 years after the new system established by Henry Ford (Huxley, p. 2017). Similarly, George Orwell's work "1984", written in 1949, is set in the year "1984". He describes a new social formation that surpasses his own historical conditions by more than a quarter of a century. In his depiction, he describes societies where everything is completely under the control of political power, where this control is felt at all times through advanced technology, and where there is no civil freedom and consequently no opposition (Orwell, p. 2017). The Dispossessed, which is defined as an ambivalent dystopia, was written in 1974 on two twin worlds named "Anarres" and "Urras". These two worlds, which revolve around each other and therefore we cannot tell which one is the centre[4], and the journey back and forth between these worlds are the main subject of the work. The space journey between the primary locations and the fact that the main character is working on a communication machine (the Responder) that will enable interplanetary communication corresponds to a date and level of technological sophistication later than the period in which it was written. Anarres was founded by anarchist Urrasians who migrated to the Moon after a social and political uprising and conflict on Urras. These places (primary and secondary) refer to the social formation (the bipolar world and those outside it) in which the work was written[5], and according to Burns, which world is utopia or whether utopia exists or not constitutes the most important question of the study (Burns, 2020, p. 118-122). We, written by Zamyatin, was written in 1924 and tells the story of the 26th century. It aims to show the consequences of the control over society and individuals under the rule of an authoritarian "One State" that constructs every aspect of life in a "rational" way (Zamyatin, p. 2016).

In this context, as the first common feature, all four dystopian examples aim to narrate authoritarian states that increase their control over individuals by drawing attention to the importance of technological progress in the fictionalisation of the future. In terms of the study, this point serves the purpose of reflecting on the effects of suppressing critical thinking in a society. In the context of the post-pandemic period, the use of the possibilities of technology by governments to establish surveillance society and authoritarian practices is very topical (Türkmen, p. 2020).

Secondly, and predominantly, it contains a criticism of the living conditions of individuals within the system of production and distribution dominated by capitalist relations of production.

[4]...There are people who sit there on a hill in Urras and look at Anarres, at us, and say, 'Look, there's the moon. I had never really thought about it. Our world is their moon, our moon is their world..." (LeGuin, 43).

[5]Wegner's analysis of the dispossessed is that there is a modern versus postmodern debate. According to Wegner, there is a questioning that takes its source from Kant's dilemma of freedom and happiness, which is also seen in other dystopian examples. Anarres' world and Urras' world are opposite to each other (Wegner 2002, p.178-180).

Brave New World presents a critique of the system with the depiction of advanced technology within the capitalist production system, where the Fordist accumulation regime is the dominant production regime. Henry Ford's first car, the T model, which he produced based on specialised labour power through the production line system, was chosen as the starting date of the new era. The industrial philosophy of Ford, the leader of the Brave New World, determined the basic principles of the World State, and all areas of life, from individual relations to organisational relations, were shaped in accordance with this philosophy. Stability based on mass production and mass consumption was accepted as the essential element of this social formation (Huxley, p. 65-66). This system brings people a life without hunger, disease, war and rebellion. However, the only way this can be done is through unconditional obedience[6]. The existence of the system is self-fulfilling in that everyone wants everything for each other (repetitively, everyone is for everyone). 1984 differs from other dystopias in that it is read as a strong criticism of socialism. However, it is also stated that reading 1984 only as a criticism of socialism is a political endeavour. In this study, it is seen as a criticism of a form of state in which power and authority are exercised unlimitedly and freedoms are eliminated by using the advantages provided by technology. "Ingsos", which is defined as "British Socialism" in the New Discourse, is a description of a system in which people turn into a machine but do not even realise it. "Similar to pre-revolutionary times, the proletariat is not assigned any important role other than the continuation of the generation and the production of goods, and in addition, it is constantly oppressed. Orwell's work criticises the new order (socialist) while at the same time criticising the capitalist system (Orwell, p. 82- 84). In British socialism, according to the dominant sources, the modern world is fairer and more equal than before. However, there is no means for questioning the sources (Orwell, p. 86). In the modern life depicted, hunger, poverty and inequality, which were characteristic of capitalism and which were to the detriment of the proletariat, were eliminated. For example, the literacy rate among the proletariat, which was 5 per cent before the revolution, increased to 40 per cent after the revolution. Similarly, child mortality rates, which were 30 per cent before the revolution, decreased to 16 per cent after the revolution.

In The Dispossessed, there are two different types of state and different forms of state[7], and it is distinguished from the others by its comprehensive criticism of all existing formations. Anarres has a syndicalist-anarchist social order that is closed to communication with the outside world and whose natural conditions and climate are not suitable for living. Anarres is depicted as a border society based on minimal government, individual freedoms, local power, production and consumption relations. A syndicalist economic model, taking into account the harshness of the climate, is shaped to meet basic needs. The production structure of Anarres with the motto "small is beautiful" is a mixture of labour-controlled economy, local manufacturing, small craft works, communal agriculture, fishing and mining (Maylon, 1986, p. 92). While LeGuin discusses the publicness of private property and the solidarity-based economic model and capitalist production relations, she also questions the "phenomenon of governance" itself in line with the findings in Anarres society regarding the bureaucracy that has ossified and dominated the society, the personal reputation in human relations and the passion for power. The wall[8] is a powerful metaphor used to divide utopian societies. The planet Urras, which is defined as the opposite of Anarres, is divided into three sections and each section corresponds to a different form of state. A-Io is a rich and prosperous country where the liberal-capitalist order prevails. Shevek, the main protagonist of the work, saw an electronics factory,

[6]Genetic engineering realises the conditioning of individuals in all aspects of their lives. Welfare engineering, persuasion through hypnosis, strict caste system and "soma" (an industrial drug to be produced to make everyone happy) constitute the tools used for the survival of this system. The relationship between freedom and happiness is also seen here.

[7]It is used in accordance with the conceptualisation made by Poulantzas to define the form that a certain type of state takes under certain historical conditions. While the ordinary forms of the capitalist state type are liberal democracy and authoritarian state, the extraordinary forms are defined as fascism and military dictatorship (Poulantzas, 2014: 213).

[8]The symbol of the wall, which is used extensively in the text, is a basic element that has entered dystopian writing since Zamyatin. In The Dispossessed this element expresses the closure of all kinds of communication, especially by referring to the Berlin Wall.

a fully automated steel mill and a nuclear fusion plant on the first day of his visit to the city and made the observation that he encountered a fully industrialised society contrary to all his negative accumulation (LeGuin, p. 78). However, over time, when he observed life there in depth, he realised that the reality was quite different. Shevek when he realizes that despite all the unemployed people in the city, he sees no poor people, he has great hope and compares the city he came to with a huge decorated package (LeGuin, p. 252). Thu Country - state socialism - and Benhili - military dictatorship - are two other nation states. In Thu there is a centralised, repressive and tyrannical government, while the other is dominated by a military dictatorship, which is dominated by riots and uprisings and intense social opposition (Le Guin, p. 2021).

Our last dystopian example, We, is an analysis of a society under the rule of a single authoritarian state at the level of economic and technological development of the 26th century. The benefactor is the head of the state and leads a social life determined by the Time Table. "We" is a fictionalisation of the future of the Taylorist production system. Zamyatin summarises the current conditions as follows;

> *Every morning millions of us wake up as one body at the same time and at the same hour. Millions of us start work at the same time, and millions of us finish work in harmony. Millions of hands and millions of heads attached to a single body, we take our spoons to our mouths at the same time, as organised by the Time Table. At the same time we go for a walk, at the same time we go to Taylor's Gym or to sleep." (Zamyatin, p. 27).*

It provides an opportunity to question the basic desires and wishes of individuals in a society where Taylor's time and movement studies are extended to all areas of life, where the rationality that dominates the production regime is supported by a mathematical moral system, and which functions like a machine. In the depiction of a society where logic is thought to solve every problem, it questions the emergence of uprisings and revolts and the effect of mechanisation on people.

Thirdly, it includes the criticism of authoritarian-totalitarian states where individual freedoms have no chance of survival as a result of the expansion of the borders of the state. In the four dystopian examples analysed, the totalitarian societies, which are defined as a huge garrison (Sartori, p. 249) in which the mass society is imprisoned, are depicted as totalitarian societies in which the opposition cannot find a chance to live on legal grounds and from this moment on, its transformation into uprising, occupation or revolution is depicted.

Brave New World is accepted as a criticism of the totalitarian state. The system constructed through the advanced level of technology, *one egg, one embryo, one adult*, *is normality* and the state has gathered the power in one hand in order to combat crises and according to Huxley, the process of increasing the control of the state is quite different from the old order (Huxley, p. 25- 339). The state establishes its authority by developing methods of persuasion instead of using direct means of coercion. Civil liberties are constitutionally guaranteed, but "free thought" is eliminated through both a rigid caste system and the teaching of fundamental values before birth. The main criticism of the persuasion method used in Brave New World is the prevention of free thought. This system is illustrated in the following paragraph, in which the director of the incubation centre expresses his thoughts.

> *"Until finally the child's mind is transformed into these teachings, and the sum total of these teachings forms the child's mind. Not only the child's mind. But also the adult mind throughout life. The mind that judges, desires and decides will be made up of these teachings. But all these teachings are our teachings. "The teachings of the State." (Huxley, p. 55).*

Among the dystopias analysed, the strongest authoritarian state criticism is seen in 1984. In 1984, the silent protest against the interventionist, intolerant and oppressive totalitarianism against resistance and opposition is conveyed. When the general structure of society is considered as a pyramid, Big Brother is at the top[9]. All areas of life are monitored and controlled by "Big Brother" through tele-screens ("Big Brother is Watching You"). *"The purpose of oppression is oppression, the purpose of torture is torture. The purpose of power is power"* (Orwell, p. 262-263). The private and

[9]At the bottom of the pyramid are the members of the inner party and the members of the outer party, the inner party being the brain of the state and the outer party its hands and arms. At the lowest and broadest layer is the proletariat, which constitutes 85 per cent of the population (Orwell, p. 226).

public spheres are dissolved within the unlimited will of Big Brother. Winston's decision to keep a diary in the notebook he bought from Charrington's junk shop is expressed as the beginning of the emergence of a heterogeneous space against the homogenous world of Oceania (Çörekçioğlu, p. 125). Through the ministries, the government can control the citizens as it wishes. Civil liberties have melted away under state control. Private areas are listened to by the tele-screen and all kinds of questioning discourse are vaporised under the name of thought crime. "The contrary vaporises". To convey this situation from Winston's thoughts at the first moment he started to keep a diary;

> *"keeping a diary was not illegal (in fact, nothing was illegal, because there was no such thing as law anymore), but if it was discovered, Winston was almost certain to be sentenced to death or taken to a forced labour camp for at least twenty-five years" (Orwell, p. 16).*

In the case of mass detention, a social order in which even basic rights are not recognised, such as freedom of expression, thought and conscience, together with the rights of dissent. From this point of view, a warning is given to the world of the future.

In The Dispossessed, Anarres society maintains a post-industrial, urban-rural balance and focuses on improving communication and technology to maintain a high level of civilisation. In this context, in the case of Anarres, individual freedoms and the health of the community are kept in balance. Moreover, in this egalitarian society, there are no class, gender, race or domination relations. Despite all this, the fact that the protagonist, a scientist in the field of metacosmology, is unable to achieve the scientific autonomy he envisages for his research reveals the restrictions on freedom of thought and free will.

> *"It's not a system of government or a government - this is not Urras!" "No. We have no governments, no laws - all right! But as far as I can see, thoughts have never been controlled by laws and governments, not even on Urras. If that were so, how would Odo have developed his own thoughts? How would Odoism have become a worldwide movement? The statists tried to suppress the movement by force and failed. Thoughts cannot be destroyed by repression. They can only be destroyed by being ignored. By refusing to think - by refusing to change. That's what our society does! This is the system of power of which he is a part, and he knows how to use it well. The inaccessible power that rules the society of Odoclars by suppressing the mind of the individual, whose existence is never recognised" (LeGuin, p. 145)*

In a society where individual freedoms are based on the principles of solidarity and voluntary work, encountering obstacles and a rigid bureaucratic structure in scientific institutions becomes a means of overcoming a crisis situation through self-critical action and critical questioning. "*All they say is come here! Now! Then they say that we are free people, that we should be free"* (LeGuin, p. 224). The main concept questioned by the dispossessed in "Anarres" is the phenomenon of management itself, which emerges in the context of division of labour, authority and hierarchy. The increasing authority of the central administration, especially in times of crisis, constitutes another aspect of the topicality of the work. *"We watched as co-operation turned into submission! In Urras there is the rule of the minority. Here it is the rule of the majority. But it is still a government! The social conscience is no longer a living thing, but an apparatus, an apparatus of power controlled by bureaucrats"* (LeGuin, p. 147). At this point, it is stated that the author emphasises the basic values of liberal ideology in the context of his desire to attain scientific freedom (Çörekçioğlu, p. 141). It is thought that a direct reference is made to the public sphere in the context of public thinking, speaking and discussion practices and to the opposition, which we deal with in the context of a right and freedom. LeGuin also discusses state forms in capitalist state types through the Dispossessed. Shevek, who comes to the city of A-Io, which can be defined as an example of liberal democracy, to continue his scientific research, learns the real reason for the invitation made to him, and this is the beginning of in-depth analyses. Beyond the first impression, Shevek learns that the main purpose of Shevek's stay in the city is to seize the time theory and the communication machine and that they aim to use it only for their own interests. At this point, it would be appropriate to mention the organised Odoists in the city as a parenthesis. The beginning of the interrogation for Shevek is in this note he receives. "*If you are an Anarchist, why are you betraying your Earth and the Odoist Hope and collaborating with the power system, or are you here to bring us that Hope? We are tired of injustice and oppression and*

have turned to Brother Earth to see the light of freedom in the dark night. Join us, your brothers and sisters!" (LeGuin, p. 167). After this note, Shevek begins to re-evaluate his ideas about capitalist society. LeGuin here makes an evaluation in the context of past, present and future and a critique of existing social formations. Shevek expresses his first systematic criticism of the essence of the capitalist mode of production. He describes the essence of class societies on the basis of profit, time, damage, poverty, fredoom and obey (LeGuin, p. 224). The loss of freedom, as analysed by Wegner, is heavily felt in the work and again the protagonist's comparison of the city of Urras to a huge prison and her observation that it bears the characteristics of class societies in terms of gender inequality, according to Wegner, show that Urras cannot be a utopia and that it is the possible present or future of the world (Wegner, p. 2002). In the conversations between the characters, it is seen that LeGuin criticises the current conditions. As a comparison, through Anarres, LeGuin refers to the feminism and sexual liberation movements that gained momentum at the end of the nineteen sixties with the design of Odo as a female leader, the release of his homosexuality and the discourse that all problems regarding the equality of men and women have disappeared (Maylon, p, 1986).

"We" depicts the means of oppression of an authoritarian "One State" that controls and controls the whole of people's lives and the resistance of a group of people against them. It depicts the rebellion of individuals against a system that is constructed with the promise of eternal happiness in return for taking away their right to choose, in the opposition of freedom and happiness. The authoritarian state has taken every aspect of life under its control, from the time individuals get up and go to bed to their sexuality, from the scientific activities to be done (One State Science) to which film or book to read (National Institute of Writers and Poets), and there is no autonomous space for civil liberties to find a living space. Unlimited state intervention means that individuals lose their critical thinking and end up thinking in accordance with the interests of the dominant mind[10]. In this sense, the fact that there is no possibility for any critical thought to come to life, let alone for opposition to gain a legal basis, shows that authoritarian states paint a pessimistic picture for the future of opposition.

Criticism of consumer society is expressed as the last common feature. The order based on the new and consumption, which is fictionalised in Brave New World, is expressed as the dystopia with the most intense criticism of the consumer society. The reproduction of the system becomes possible through consumption culture and is supported in all areas of life. In this context, it is seen as one of the basic values that should be taught from childhood. It is imposed at every moment through tools such as sleep learning and games. Not consuming enough is given as a fundamental value as the greatest of the crimes committed against society (Huxley, p. 73). It is intended to depict the emptiness created on people by seeing human beings as a being consisting only of consumption. Similar to the conditions created by today's post-fordist accumulation regime, working with the hunger created by the replacement of basic human values by consumption remains current.

In 1984, the level of technological development has made it possible for everyone to have equal and certain standards, but based on the assumption that a hierarchical society will survive in poverty and ignorance, a world is depicted in which what is produced is not equally distributed. The reason for the unequal distribution of resources is the threat of war. Through war, the continuity of the system is ensured through the continuation of the functioning of industry without increasing the wealth of society. In addition, technological progress is used for no other purpose than to narrow human freedom and experimental thinking is prevented. In 1984, it is explained that the party has two main aims. The first of these is to take over the entire earth and the other is to eliminate any possibility of independent thinking. Therefore, everything that is done under the name of scientific work is based on being able to read what people think. Many studies and experiments are carried out to understand what people think from their gestures, demeanour or tone of voice (Orwell, p. 209-210). In this context, The Dispossessed has become a place where those who are quite unfamiliar

[10]He questions himself in a way that shows the absence of free and critical thinking; Freedom? How interesting that the instinct to commit crimes still exists in human nature! I use the word "crime" deliberately. Freedom and crime are linked together like the speed and movement of an indivisible aeronaut. When the speed of the aeron is zero, it cannot move. Man, too, cannot commit a crime when his freedom is at zero. This is clear. To save man from crime, it is necessary to save him from freedom. And now, when we have just got rid of it, some malicious half-wits (Zamyatin, p., 48).

with the consumer society and those who have grown up with it, as well as the place where existence and non-existence meet. LeGuin Shevek's criticism of a life that is only for consumption in the world of the character "*The radio, which he has not paid much attention to since he discovered that its only purpose was to advertise the things sold...", you are the owners with the owners. One hundred and seventy years ago we left empty-handed, and we were right .... Urras is a box, a package, all wrapped up... you open the box, and what's inside? A black basement full of dust and a dead man in it. Finally, I arrived in hell...*

In Biz, it is expressed that in a moral order based on four operations, music, art and all the values that make human beings human are trivialised. In the world of the character, *"it is quite interesting that the ancients could not understand the absurdity of literature, it is quite funny that people write the way they want to write*". "*In the world of the benefactor, the sound of the waves is not an art but a great source of electricity. Poetry has ceased to be a means for the artist to express his love and has become a useful service for society*" (Zamyatin, p. 77). The world constructed by Taylor resulted in the organisation of every field of management in such a way that every hour of the day could only benefit production and the state. However, in Zamyatin's dystopia, even under these conditions, the character's questioning begins and the seeds of critical thinking begin to be sown within himself (Zamyatin, p. 173)[11].

Contrary to the belief that opposition will only be based on the inequality of economic living conditions and will include movements to improve material living conditions, it is stated that these dystopias are addressed to the point that criticism will sprout from cracks in the system in authoritarian-totalitarian states where economic prosperity is high but interferes in the field of freedoms. In Brave New World, the realisation that people are not "free" and the emphasis on human values, including the freedom to starve, and the eventual escape from the city at the highest economic level, emphasise the importance of civil liberties. In conditions where it is enough to have only as much knowledge as they are given in order to be good and happy members of the society, and for this purpose all the books of the past are burned, museums are closed, historical monuments are destroyed, critical thinking is prevented and it becomes possible to prevent the questioning mind, it is stated that there are questioners who think differently and that oppositional thinking about human freedom finds a chance to live (Huxley, p. 32). In 1984, Orwell draws attention to the profile of human beings in Big Brother's state, which is portrayed as bland, dull and carefree, and underlines the state of unawareness as the main danger (Orwell, p. 85)[12]. This is the danger of the emergence of totalitarian governments and hierarchical societies. As never before in the history of the world, there is an overwhelming consensus to crush dissent. Through the new discourse, the formation of opposition is prevented through words. The crime of thought is eliminated through the destruction of words or the meaning of words. In this dystopia, a group of people have started to adopt different ideas and struggle for this, as an indication that every oppression will create dissenters and that it is somehow realised. "*Because freedom is to be able to say that two and two make four. If this is allowed, it will continue"*[13] Under these conditions in the world of 1984, the opposition came into existence through the "Legendary Brotherhood" organisation. From the point of view of our protagonist, there are two main revolts. The first one, as mentioned before, is the emphasis on social

[11]they made only one mistake: they believed that they were the ultimate... but there is no such thing... there is no such thing in nature. Their mistake was Galileo's mistake: he was right that the earth revolves around the sun, but what he didn't know was that the whole solar system revolves around another centre... we know that there is no final number. (Zamyatin, 173).

[12]"... there is a nation of warriors and zealots, three hundred million people, all with identical faces, marching in step, all thinking the same things, all shouting the same slogans, all working and fighting and triumphing and persecuting" (Orwell, p. 85).

[13]The proletariat is not allowed to have opinions on political issues. The party slogan "Proletarians and animals are free" shows that the only thing expected from the proletariat is to work and that they are not allowed to have any additional wishes and desires. In this context, a compromise even more backward than the medieval mentality prevails. Of course, the reason for this is that technology did not give the opportunities provided today to the rulers of that period. Technological development has eliminated the privacy of private life. Thus, everyone can be watched at all times and it has become possible for everyone to have the same opinion (Orwell, p. 92).

memory, which starts with keeping a diary. The second is his meeting with Julia and having sexual intercourse with her. Because sexuality is forbidden by the big brother as it creates a private space against the authority and with this act, the construction of autonomous identity is started. The design of sexuality as a rebellion is common in utopias (Booker, 1994, p. II).

The Dispossessed is an example of a dystopia that directly addresses the sphere of social opposition in accordance with the spirit and complex structure of the social formation in which it was written, and in this context, it is of particular importance. Shevek's past, present and future are considered on a single temporal plane, and his political debates with his friends[14], high-level discussions in the Syndicate[15], conversations based on comparisons at the dinners he is invited to in Urras[16], his speech to the people during the uprising in Anarres[17], and finally the conversation with the Hain envoy[18] can be seen as an emphasis on the balanced world of both freedom and happiness, that is, the "possibility of another world". Through The Dispossessed, LeGuin emphasises a solidarity-based social opposition. Here, thanks to communication networks, it envisages a network society that is not organised from the top down, that is decentralised and self-organising.

> *"He wanted all communities to be connected by communication and transport networks, so that goods and ideas could go wherever they wanted to go, business could be managed easily and quickly, and no community would be excluded from exchange and exchange. But the network would not be managed from the top down. There would be no control centres, no capitals, no institutions that would serve the self-feeding apparatus of bureaucracy and the dominating instinct of individuals who aspired to be leaders, bosses, heads of state." (LeGuin, p. 88)*

Through this society he defines, he emphasises the qualities of the social opposition that started in 1968 and extends to the present day. In 1974, when The Dispossessed was written, the social opposition experienced a significant break in terms of actors, issues, values and forms of action. With the criticism of the social opposition, which was predominantly based on the working class in the context of its actors based on rigid, hierarchical, and vertical organisation in line with the Fordist state's form of organisation (Touraine, p. 141), a period of revolt against all existing systems began. At the centre of the critique is the rigid rule-based organisation that functions like a machine (Arrighi, Hopkins & Wallerstein, p. 112), while powerful counterpublics are constructed and *experience is incorporated into the context of life and the historical agenda* (Negt &Kluge, p. 181). In terms of their subjects, new social movements are composed of flexible structures and young activists who are orientated towards dispersed networks that have expanded to include, but are not limited to, students, the unemployed, women, environmentalists, different identities and their problems. Hardt and Negri explain this process in terms of their organisation as a network that maintains diversity while maintaining differences, enabling communication and a culture of collective action and supporting diversity in unity (Hardt & Negri, 2003, p. 13). Castells similarly argues that with the advantages provided by information technology, all areas of social life, local, regional or global, are included in an "*interconnected network and that multimodal digital horizontal communication networks are the fastest and most autonomous, interactive, reprogrammable and self-developing communication networks"* in the world and that thanks to this, social opposition, which is less hierarchical and open

[14]"To discover what another world is like. To see what a 'horse' is like!" ... "this responsibility is our freedom. To run away from it is to lose our freedom. Would you want to live in a society where there is no responsibility and no freedom, no choice, only a false choice of obeying the law or punishment for breaking the law? Would you want to live in a real prison?" (LeGuin, p. 46).

[15]"We've gone back to barbarism: if it's new, avoid it; if you can't eat it, throw it away!" (LeGuin,p. 145).

[16]"Do they expect students not to be anarchists?" he said. "What else can young people be? If you are at the bottom, you must organise from the bottom up!" (LeGuin, p. 113).

[17]"We know that no one can help us but each other, that no hand can save us if we don't reach out. Your hand is empty, just like mine. You have nothing. You own nothing. Nothing is your property. You are free. All you have is what you are and what you give.... You can't buy the Revolution. You cannot make the Revolution. You can only be the Revolution. The Revolution is either in your soul or it is nowhere." (LeGuin, p. 257).

[18]"This has always been the purpose of us - of our Union, of my journey - to stir things up, to break some habits. To make people ask questions." (LeGuin, p. 327).

to public participation, finds space for action (Castells, 2003, p. 28). In this context, according to Jessop, social opposition has been transformed in a complex series of multi-centred, multi-scale, multi-time, multi-form and multi-causal processes (Jessop, 2009, p. 183). In this context, it is seen that LeGuin emphasises the possibility of independent organisation, *solidarity-based political struggle emerging at the intersection of living space and class relations* (Harvey: 2013, p. 192) and leaderless, horizontally organised structures in the system she constructs, and in this context, she makes a modern critique of modernisation.

Finally, Zamyatin sees opposition in We as an individual hope[19]. It is seen as an expression of the fact that individuals fulfil their struggle against what is imposed on them in every social formation. Everything about the freedom of choice and the unhappiness of the consequences of this freedom is a description of the existence of opposition in every society.

In lieu of Conclusion

According to Ricoeur, utopia -with a sudden leap outwards- is a radical rethinking of what structures such as family, consumption, authority and religion are (Ricoeur, p. 16). Based on this utopia as an opposition or revolt against authority constitutes an important context in terms of the relationship that can be established between utopia, opposition and democracy. In societies where civil liberties do not find a living space, the system is blocked and the behaviour of opposition is fulfilled through tools such as rebellion, uprising or revolution. In this sense, these dystopian examples express the importance of defining opposition as an activity fulfilled with legal grounds in the public sphere for citizens to live in a democratic society. In a further definition, it shows that social opposition has a particularly important place in understanding whether states are authoritarian or not or their tendency towards authoritarianism. In all four dystopias analysed, the opposition has not reached the competence to eliminate the totalitarian state, but the emergence of social opposition is considered to be very important in terms of showing the failure of oppressive authorities.

Utopia opens new social forms and alternatives of life for discussion. Since utopia is a phenomenon related to the constitutive and critical powers of the modern subject, it allows us to trace both the relationship of the modern subject with other subjects, critical reason with instrumental reason, creative imagination with ideology in literary utopias and the tension between modernity and modernisation processes. In this context, through the four utopias discussed, the focus is on relating the narrowing of both civil liberties and the space for dissent and the search for forms of dissent in the face of the increasing authoritarian tendencies of the state. The argument that opposition will be realised in every social formation can be discussed through its reflection in dystopias, and ultimately it is argued that movements for the protection of civil liberties are important in the context of the future of social opposition. Civil liberties are read as autonomous spaces against the intervention of the state, and in the historical context, it is seen that in periods when this space is ignored, the opposition loses its main reason for existence. While this situation leads to political powers being able to control all areas of life, rather than eliminating the opposition, it excludes the opposition from the public sphere. This situation also opens an important area of discussion in the context of the future of democracy.

References

AKÇORAOĞLU, A. (2018). "Küresel Neoliberal Sistemin Krizi, Çelişkileri ve Direnci: Post-Neoliberal Küresel İktisadi Düzene Geçiş Mümkün Mü?", *İktisat ve Toplum Dergisi*, Cilt: 8(90), pp: 40-53.

ARRIGHI, G. HOPKINS T. VE WALLERSTEIN, I. (2004). *Sistem Karşıtı Hareketler*, çev. C. Kanat, B. Somay, S. Sökmen, İstanbul: Metis Yayınları.

ATWOOD, M. Sunuş, (2017.) Aldous Huxley, Cesur Yeni Dünya, çev. Ümit Tosun, 22. Baskı, İstanbul: İthaki Yayınları.

[19]As the city witnessed the uprising of the insurgents; "tell me the last number". D-503 laughs at her ignorance: "Don't be silly, E says, they teach this even in primary school: the number of numbers is infinite, which last number do you want?". "Then," says E, "there is no last revolution. Just as there is no last number, there is no last revolution, and D-503 adds, "What's the point when everyone is happy?("Zamyatin, p. 172)

BEAUCHAMP, G. (1975). "Utopia and Its Discontents", *The Midwest Quarterly*. Vol (2).

BLOCH. E. (2007). *Umut İlkesi*, Cilt 1. Çev Tanıl Bora, İstanbul: İletişim Yayınları.

BOOKER, M. K. (1994). *Dystopian Literature: A Theory and Research Guide*, London: Grennwood Press., (özel Part I).

BURNS T. (2010). *Political Theory, Science Fiction, and Utopian Literature: Ursula K. Le Guin and The Dispossessed "*, UK: Lexington Books.

CASTELLS, M. **(**2013), İsyan ve Umut Ağları, İnternet Çağında Toplumsal Hareketler, çev. Ebru Kılıç, İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

ÇÖREKÇIOĞLU, H. (2015). *Modernite ve Ütopya, 1984 ve Mülksüzler Üzerinden,* İstanbul: Sentez Yayınları.

DAMS, C. VE STOLLE. M. (2017). *Gestapo Nazizim Döneminde Tahakküm ve Terör*, çev. Cem Şentürk, İstanbul: İletişim Yayınları.

DANIELS, R. V. (2007). *Rise and Fall of Communism in Russia*, New Haven: Yale University Press.

FORAN, J. (2014). Devrim ve Küreselleşme: Chiapos'tan Seattle ve Ötesine, *Toplumsal Hareketler Tarih, Teori ve Deneyim* (der Doğan Çetinkaya), İstanbul: İletişim Yayınları.

FRASER, N. (2015). Kamusal Alanı Yeniden Düşünmek, *Kamusal Alan*, Ed. Meral Özbek, 4. Baskı, İstanbul: Hil Yayın.

HARDT, M. & NEGRI A. (2003), İ*mparatorluk***,** çev. Abdullah Yılmaz, 5. Basım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

HARVEY, D. (2013). *Asi Şehirler Şehir Hakkından Kentsel Devrime Dogru***,** çeviren ve sunuş Ayşe Deniz Temiz, İstanbul: Metis Yayınları.

HUXLEY, A. (2017). *Cesur Yeni Dünya*, çev. Ümit Tosun, 22. Baskı, İstanbul: İthaki Yayınları.

MORE, T. (2010). *Utopia*, Sabahattin Eyüpoğlu (çev)., Vedat Günyol ve Mina Urgan), İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.

KLUGE, A. & NEGT, O. (2018). Kamusallık ve Tecrübe Burjuva ve Proleter Kamusallığın Analizine Doğru, çev. Müge Atala, İstanbul: Notabene Yayınları.

JESSOP, B. (2009). Kapitalist Devletin Geleceği, çev Ahmet Özcan, Ankara: Epos Yayınları.

LEGUIN, U. (2021). *Mülksüzler*, çev. Levent Mollamustafaoğlu, İstanbul: Metis Yayınları.

LEVITAS, R. (1990). *The Concept of Utopia*, Great Britain: Syracuse University Press.

MANNHEIM, K. (1979). *Ideology and Utopia*, Ed. and trans. L. Wirth and E. Shils, London: Routledge and Kegan Paul.

NEGRI, A. (2016). *İmparatorluktaki Hareketler Geçişler ve Görünümler*, çev Kemal Atakay, İstanbul: Otonom Yayıncılık.

ORWELL**,** G. (2017). *1984***,** çev. Celal Üster, 58. Baskı, İstanbul: Can Yayınları.

PAUL R. (1986). *Lectures on Ideology and Utopia,* Ed. George H. Taylor, New York: Columbia University Press.

POULANTZAS, N. (2014), *Siyasal İktidar ve Toplumsal Sınıflar***,** çev, Şule Ünsaldı, Ankara: Epos Yayınları.

RICOEUR, P. (1986). *Lectures on Ideology and Utopia*, Ed. George H. Taylor, New York: Columbia University Press,

SARTORI, G. (1996). Demokrasi Teorisine Geri Dönüş**,** çev Tuncer Karamustafaoğlu ve Mehmet Turhan, Yetkin Basımevi.

STANLEY. J. L. (1987). Is Totalitarianism a New Phenomenon? Reflections on Hannah Arendt's Origins of Totalitarianism, *The Review of Politics,* Cilt: 49(2), Cambridge University Press.

STEINHOFF, W. (1975). *Orwel and the Origins of 1984,* Ann Arbor: University of Michigan Press.

TOURAINE, A. **(**1985) **"**An Introduction to the Study of Social Movements", *Social Research,* 52(4), pp: 749-787.

TOURAINE, A. (2016). *Toplumdan Toplumsal Harekete, Yeni Toplumsal Hareketler*, Ed. Kenan Çayır, 2. Baskı, İstanbul: Kaktüs Yayınları.

TÜRKMEN, B. Kepeği İndiririz ama Boyun Eğmeyiz Covid 19 İzolasyonunda Toplumsal Direniş, Birikim Dergisi, (31. Mart 2020) https://birikimdergisi.com/guncel/10004/kepengi-indiririz-ama-boyun-egmeyiz-covid-19-izolasyonunda-toplumsal-direnis erişim tarihi (8.04.2020).

ZAMYATIN. Y. (2016), *Biz*, Füsun Tüfek çev, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

WEGNER, P. E. (2002). *Imaginary Communities: Utopia, The Nation and the Spatial Histories of Modernity,* London: University of California Press,

WOOD, E. M. (2008). *Kapitalizm Demokrasiye Karşı, Tarihsel Maddeciliğin Yeniden Yorumlanması*, çev. Şahin Artan, İstanbul: Yordam Kitap.

Özet

Toplumsal muhalefet, tarihsel formasyonun bir ürünü olarak ortaya çıkmış, dönüşmüş ve şekillenmiştir. Siyasal iktidar karşısında sürekli ve sürekli kendini yeniden üretmek zorunda kalan bu olgu, devletin alanını özel alanın sınırları aleyhine genişletmesiyle birlikte giderek özünü kaybetmeye başlamıştır. Sivil özgürlükler, konuşma ve ifade özgürlüğü, basın özgürlüğü, din ve vicdan özgürlüğü vb. çekirdek haklar ile başlayarak bunları eyleme dönüştürecek haklar bağlamında (toplantı, örgütlenme hakkı vb) güvence altına alınmıştır. 20. Yüzyıl hem teknolojik hem de bilimsel gelişmeler bağlamında bu hakların bir başlangıcı olarak görülürken ileri teknolojik gelişmeler aynı zamanda sivil özgürlüklerin alanında bir yıpranma yaratmaktadır. Disiplin toplumundan denetim toplumuna doğru yaşanan gelişme çizgisinde devlet, sivil özgürlüklerin alanına doğrudan müdahale edebiliyor hale gelirken aynı zamanda bireyin davranışlarını da şekillendirerek muhalefetin özgür ve eleştirel düşünce bağlamında yerine getirilen bir olgu olmasını dönüştürmeye başlamıştır. Bu çalışma kapsamında dönüştürücü ve değiştirici etkisi bağlamında distopyalar, muhalefetin alanını ve geleceğini tartışmaya açmaktadır. Tüm sınırlamalara rağmen muhalefetin her toplumsal formasyonda yaşam bulacağı yönündeki savı desteklemek amacıyla Biz, Cesur Yeni Dünya, 1984 ve Mülksüzler isimli distopyalardaki muhalefet öğeleri incelenmiştir. Bu sayede bir bütün olan muhalefet hakkının tüm toplumsal formasyonlardaki yeri tartışmakta ve demokrasi ile arasındaki ilişki bağlamına yerleştirilmektedir.

Çalışmada ele alınan dört distopya örneği de var olan toplumsal formasyondan ileri bir tarihsel anın hikayeleştirilmesi, kapitalist üretim ilişkilerinin gelişiminin özgürlük ve mutluluk bağlamında ele alması, devletin alanı ve bireyin özel alanı arasındaki ayrımın ortadan kalkması ve nihayetinde tüketim toplumunun birey üzerindeki etkilerini tartışması bağlamında ortaklaştırılmaktadır. Her bir örnekte muhalefet yasal bir hak olmaktan çıkarılmış ve destekleyen tüm araçlarla kamusal alanın sınırları dışarısına çıkarılmıştır. Ancak tüm örneklerde görüldüğü üzere, muhalefet bulduğu alanlardan yeniden üretilmiştir. Bu kapsamda çalışma, distopyaların otoriteye başkaldırma ve sivil özgürlüklerinin alanına yaptığı etkiyi demokrasi, muhalefet ve muhalefetin geleceği bağlamında tartışmaktadır.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);355-371
DOI: 10.17336/igusbd.1387845

REVIEW ARTICLE / DERLEME MAKALESİ

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Analysis of Articles Examining the Effects of Tourism on Regional Development with Bibliometric Analysis

Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkilerini İnceleyen Makalelerin Bibliyometrik Analiz İle İncelenmesi

[1]Meliha Sena YILDIRGAN
[2]Şeyda KAYA
[3]Ebru ARICI
[4]Özgür KIZILDEMİR

[1]Res. Asst., Istanbul Beykent University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Tourism Management, İstanbul, Türkiye.
✉ senayildirgan@beykent.edu.tr

[2]Res. Asst., Hasan Kalyoncu University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Gaziantep, Türkiye.
✉ seyda.kaya@hku.edu.tr

[3]M.Sc. Graduated, Sakarya University of Applied Sciences, Postgraduate Education Institute, Department of Tourism Management, Sakarya, Türkiye.
✉ ebruarici96@hotmail.com

[4]Assoc. Prof. Dr., Sakarya University of Applied Sciences, Tourism Faculty, Department of Tourism Management, Sakarya, Türkiye.
✉ ozgurkizildemir@subu.edu.tr

Geliş/Received: 09.11.2023
Kabul/Accepted: 29.05.2024

Abstract

Regional development is defined as the whole of the studies aiming to increase the welfare level of a region by considering its socio-economic status. Regional development has benefits such as providing employment opportunities in a destination with touristic value, eliminating income imbalances, helping national development, providing foreign exchange inflows to the country and having an impact on the balance of payments. The main purpose of the study is to analyze national and international articles on tourism between 2010 and 2023 with the subject of regional development in line with certain parameters. The study was theoretically designed and bibliometric analysis was applied. A total of 126 studies were reached. As a result of the study, it was concluded that national articles are less in number compared to international articles, and that the subject of regional development and tourism has increased at a certain rate, although not periodically. In the analyzed studies, economic development, economic impact, sustainable tourism, sustainable regional development and tourism development issues came to the fore. This implies that economic, sustainable and tourism-oriented activities lie at the basis of expectations from studies on regional development and tourism.

Keywords

Development, Regional Development, Tourism, Impacts of Tourism, Bibliometric Analysis

Öz

Bölgesel kalkınma bir bölgenin sosyo-ekonomik durumu gözetilerek refah seviyesinin arttırılmasını hedefleyen çalışmaların bütünü olarak ifade edilmektedir. Bölgesel kalkınmanın turistik açıdan değeri olan bir destinasyonda istihdam olanaklarının sağlanması, gelir dengesizliklerinin ortadan kaldırılması, ülkesel açıdan gelişmeye

Meliha Sena Yıldırgan, Şeyda Kaya, Ebru Arıcı, Özgür Kızıldemir, "Analysis of Articles Examining the Effects of Tourism on Regional Development with Bibliometric Analysis", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 355-371.

yardımcı olması, ülkeye döviz girdisi sağlayarak ödemeler dengesi üzerinde etkili olması gibi faydaları bulunmaktadır. Çalışmanın temel amacı 2010-2023 yılları arasında turizm ile ilgili, konusu bölgesel kalkınma olan ulusal ve uluslararası makalelerin belirli parametreler doğrultusunda incelenmesidir. Çalışma teorik olarak tasarlanmış ve bibliometrik analiz uygulanmıştır. Toplamda 126 çalışmaya ulaşılmıştır. Çalışma sonucunda ulusal makalelerin uluslararası makalelere oranla daha az sayıda olduğu, bölgesel kalkınma ve turizm konusunun çalışmalara konu edinmesi periyodik olarak olmasa da belirli oranda artışlar gösterdiği sonucuna varılmıştır. İncelenen çalışmalarda ekonomik kalkınma, ekonomik etki, sürdürülebilir turizm, sürdürülebilir bölgesel kalkınma ve turizmin gelişimi konuları ön plana çıkmıştır. Bu da bölgesel kalkınma ve turizm konulu çalışmalardan beklentilerin zemininde ekonomik, sürdürülebilir ve turizm odaklı faaliyetlerin yatmasını ifade etmektedir.

Anahtar Kelimeler

Kalkınma, Bölgesel Kalkınma, Turizm, Turizmin Etkileri, Bibliometrik Analiz

Introduction

It is stated that increasing tourism-related activities in a region is a tool for both reducing poverty and eliminating income inequality, as it increases employment (Durgun, 2006; Kızıldemir, 2017). It is known that tourism has an impact on both the economic growth and development of countries (Çeken, 2004). The United Nations World Tourism Organization (UNWTO) announced 2017 as the "Year of Sustainable Tourism for International Development," aiming to promote environmental and cultural sustainability, economic growth, and social development around the world through tourism. In this regard, UNWTO emphasizes the importance of tourism in regional development (Şanlıoğlu & Demirezen, 2020).

The theoretical reason for the idea that regional development can occur through tourism is that tourism is considered an invisible export item in the balance of payments (Kılış & Mancı, 2019). In addition, Durgun (2006) asserted that tourism contributes positively to the region's economy and plays a role in reducing regional disparities. Moreover, due to its structure, it is observed to expedite regional development by redirecting industrial development from urban areas to rural regions. Furthermore, it is observed that due to its structure, tourism accelerates regional development by attracting development from industrial areas to rural areas. However, especially for developing countries to gain a competitive advantage from the tourism sector and obtain a sufficient share from tourism, it is only related to the diversity of services/products they offer (Öztürk & Yazıcıoğlu, 2002). Furthermore, tourism has an impact on the region's balance of payments by attracting foreign currency, which can help mitigate foreign exchange fluctuations. It is believed that the development of tourism in less developed regions of countries will lead to the creation of employment opportunities and businesses through the utilization of local resources, thus accelerating the support of the regional economy. The tourism sector has positive effects on the development, economic growth, and advancement of a region (İbiş et al., 2020).

When examining studies on the impact of tourism on regional development, it is observed that thermal tourism (Parlaktuna & Dinçer, 2019), destination marketing (Zengin & Şeyhanlıoğlu, 2019), faith tourism (Köksal & Karabulut, 2019; Demircan & Çeken, 2021), and winter tourism activities (Kara, Dalgın & Çeken, 2021) have been shown to contribute significantly to regional development. No study has been found that examines the impact of tourism on regional development through bibliometric analysis. In this study, unlike the mentioned studies, the effect of tourism on regional development will be examined through bibliometric analysis. Accordingly, the aim of the study is to contribute to the literature by examining national and international articles that investigate the effects of tourism on regional development between 2010 and 2023 in terms of various parameters. Another aim of the research is to outline the general outlines of the literature on regional development and to facilitate researchers who will work in this field. It can be considered that examining the studies related to the subject in terms of quality and quantity will provide guiding information to researchers in terms of the current situation.

The rest of the article is structured as follows: Section 2 covers the concept and development of development, the concept of regional development, the effects of tourism on regional development, and the effects of global, regional, and local events on the tourism sector. Section 3 includes the methodology of the research and the analysis of the findings obtained within the scope of the research. The final section of the research constitutes the conclusion section based on the findings. In this section, recommendations for the public and local governance and future studies are also presented in line with the results obtained.

Literature Review

Development Concept and Development

The term that translates to "development" in English has been rendered in Turkish as "gelişim" or "kalkınma." Interestingly, the word "under-developed," which originates from the same root, is expressed as "geri kalmış" in Turkish. However, the concept of development, which stems from the same infinitive, is commonly used as "development" rather than "gelişim" in Turkish (Turhan, 2020). In the Oxford English Dictionary, development is defined as 'A particular state of growth or development; a new and improved product or idea; an event that creates a new phase' (Oxford English Dictionary, 2023). The Turkish Language Association also defines development as 'improving the situation, developing gradually, progressing, and becoming rich.' Development is a concept laden with values and, at the same time, a phenomenon that can take on different meanings in various branches of science. In its most general sense, development refers to a desired process of change (Doğan, 2010). Development is perceived as the outcome of enhancing one's capacity to be both meaningful and productive within the social structure. Simultaneously, it is seen as the guarantee of equal distribution of the benefits of economic growth (Sinemillioğlu, 2009).

While the concept of development has a long history in Western languages of Latin origin, the phenomenon in question began to gain prominence in the 15th century and saw extensive use in the 17th and 18th centuries (Başkaya, 2009). Although the concept of development was previously defined as being 'commodity'-oriented, it has become evident that definitions centered around the individual, personal freedoms, and human values have gained more prominence since the 1980s (Biçen, 2019). While development was previously considered a part of growth theory, it gradually gained a degree of independence by shifting its focus to the issues faced by underdeveloped or developing countries, in contrast to the growth concept primarily addressing the problems of developed countries. This process of gaining independence started after the Second World War, during which many developing countries achieved political independence for the first time. Additionally, capital flows from developed countries to developing countries began, and the global economic environment provided a significant degree of freedom for developing countries to shape their economic future (Yeldan, 2011).

Tourism stimulates regional development and It is a serious source of employment creation, especially in underdeveloped regions. It also helps the integration of underdeveloped regions. Due to these and many other measurable economic benefits, regional tourism activities have gained significant momentum in developed and developing countries (Karabulut etc., 2020). While countries use the industrial opportunities available in some regions to eliminate the imbalance of their regions, they attach importance to alternative economic activities to the existing industry in some regions. Tourism not only benefits regional development or the country's economy, but also provides benefits in many areas such as eliminating inequalities between regions, creating employment opportunities, reducing interregional migration, using country resources effectively and efficiently, promoting countries, ensuring sustainable development, and increasing the living standards of individuals. It is an alternative economic activity to industry (Yıldız & Sarıtaş, 2021).

In addition, the transition to planned development periods in Turkey, as in many countries, has led to improvements in many areas. In particular, it has contributed to the elimination of inequalities between regions, ensuring economic balance and especially the development of sectors that provide income sources (Çubukcu & Çubukcu, 2024).

Regional development is especially effective in places where the welfare level is low on a city basis (Yücel & Çalık, 2024). In this sense, industries such as tourism, which are a source of income in many

areas, fill this gap and are in the position of implementers. It mediates the increase in the welfare level of the region in a short period of time. This can be counted among the benefits of regional development.

Tourism, especially its positive effects on the balance of payments; It plays an important role in financing the development of countries and regions due to its important effects such as creating employment and income, eliminating regional differences, reducing poverty, and developing infrastructure elements. Therefore, it is possible to say that there is a positive relationship between regional development and the tourism sector (Örnek & Akın, 2022).

Just as there are development differences between countries, there are also differences between regions. There are many factors that cause these differences. These include the geographical structure, the region's lack of a suitable structure for the industrial sector, the security problem, and the cultural structure of the people of the region. Since the main supply sources of the tourism sector are natural beauties and historical buildings, they affect development unlike other sectors. Because many factors are required for other sectors to exist or for existing ones to develop. However, this may not be of great importance for tourism. The most important factor for the development of tourism is related to the effective and efficient use of the sector's supply resources. Thanks to supply resources used effectively and efficiently, development differences between regions can be minimized (Damar, 2021).

Interregional development differences are one of the main problems of many both developed and developing countries. In this context, the use of tourism as a tool in regional development is included in the basic development policies of many countries. Unlike many other industries, tourism activities are carried out without the need for serious capital and infrastructure investments; Increasing employment, developing infrastructure and superstructure, increasing regional income, developing other sectors, developing customs and traditions of local societies, developing social tolerance, protecting/developing historical, cultural, archaeological and natural areas, etc. It has become an important tool in achieving regional development with its many positive effects (Karacıl, 2023).

Concept of Regional Development

For countries to achieve economic development, it is essential to focus on the development and progress of their regions. As a result, it appears that the concept of development has become one of the most critical issues that countries have increasingly focused on in recent years. Regional development is also recognized as a vital concept in addressing regional disparities (Kızıldemir, 2017). The concept of regional development was introduced to economic literature after the Second World War, giving economic and social development a spatial dimension (Sevinç, 2011). Regional development, as defined by the OECD, is described as an effort to reduce regional inequalities by supporting economic activities in various regions. It also pertains to the economic policies followed by public authorities to mitigate differences in economic development across geographical regions within a country. These definitions underscore the focus of regional development on addressing economic disparities among regions through the efficient utilization of existing resources (İbiş et al., 2020).

According to Işık & Kılınç (2011), regional development is described as a collection of efforts aimed at enhancing regional welfare by harnessing socio-economic potentials. It's important to note that national development is closely intertwined with regional development because the progress of a country's regions signifies the development of the entire country (Yılmaz & İncekaş, 2018). According to Tutar & Demiral (2007), in underdeveloped regions, the predominant economic structure relies on agriculture, capital is limited, population growth is high, and there is a continuous outmigration. This underscores the significance of regional development for countries with such regions.

Effects of Tourism on Regional Development

The role of tourism in regional development is typically evaluated in terms of tourism employment, tourism flows, or revenues, and it is generally seen in a positive light (Telfer, 2002). Nevertheless, in comparison to regional economic growth, tourism growth indicators do not yield automatic results. Instead, they encompass more profound and qualitative objectives that reflect improvements in people's quality of life and well-being (Saarinen, 2014). According to Costa & Lima (2018), the significance of tourism in regional development is increasingly acknowledged. Tourism should be viewed as a tool that contributes to the sustainability of tourism destinations in terms of

economic, social, and environmental dimensions. It is understood that tourism has a substantial and profound impact on regional development and social progress in general (Pak, 1996). It is widely acknowledged that the tourism sector has a significant impact on regional development at both micro and macro levels. On a micro level, it plays a crucial role in promoting income equality by creating new employment opportunities. On the macro level, it contributes positively to the overall national growth, as it accelerates regional development. Additionally, tourism helps balance the country's trade by generating foreign exchange inflows. It enhances the welfare in the region and expedites the growth of services. Furthermore, it helps curb internal migration by maintaining a balance between the region's increasing development rate and population growth rate. Additionally, it contributes to the overall growth of the country's economy by generating added value (Kavaklı & Karakaş, 2022).

Various studies have explored the connection between tourism and development, with a particular focus on regional development (Costa & Lima, 2018). Several approaches have been adopted, including Murphy's (1997) perspective, which emphasizes the significance of sustainable tourism in enhancing the well-being of the local community—a crucial factor in local development. Marujo & Carvalho (2010) also assert that tourism is a phenomenon of significant political, economic, environmental, and socio-cultural importance. Other authors emphasize the significance of harnessing the agricultural potential of regions while preserving and recognizing the richness of natural, cultural, historical, and landscape resources as crucial factors for development and competitiveness (Fons et al., 2011; Park et al., 2012). According to Li et al. (2015), the growing significance of the tourism sector in contributing to the global economy has led to its recognition as a tool that can bridge economic development disparities between developed urban areas and less developed rural regions, thereby helping to reduce economic inequalities. In their research, Jones and Munday (2001) discovered that organizations operating within the host country make valuable contributions to the country's economy, ultimately leading to regional development. Meyer and Meyer (2016) concluded that there is a positive relationship between regional gross domestic product and tourism development.

According to Çakır and Sandalcılar (2018), tourism is among the sectors that have a positive impact on regional development. It is observed that various economic entities, ranging from small to large, actively participate in the regional development process in areas where tourism activities are prevalent. Beyond contributing to economic growth, tourism also promotes the social and cultural development of the local community. Particularly in the context of rural development, tourism is considered a crucial sector that should be cultivated with balanced and mutually supportive policies, alongside agriculture, animal husbandry, and forestry.

Economic development and social development policies are designed to reduce interregional development disparities. The tourism sector plays a crucial role in addressing interregional imbalances. In this context, similar to global development approaches, there have been significant shifts in the perception of tourism since the 1970s (Gezici, 1998). It can be argued that tourism, when less known and prevalent in certain regions of a country, can have a substantial impact on the economic well-being of the local population compared to its more developed counterparts (Bahar & Kozak, 2006). In addition to these factors, when explaining the effects of tourism on regional development, positive effects are not limited to economic benefits. They also encompass enhancing the quality of life, preserving and developing cultural heritage, improving environmental quality, and enhancing infrastructure and superstructure conditions.

As a result, thanks to development efforts, many countries have been able to ensure their economic development and carry out this process in a healthy way from the past to the present. Tourism is among the most important parts of this development (Tuncer, 2024).

Table 1. Tourist Arrivals and Tourism Revenue Worldwide by Year

Years	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Number of Tourists (Million)	1088	1134	1189	1235	1326	1413	1465	407	456	963
Tourism Revenues (Billion Dollars)	1197	1252	1196	1220	1340	1440	1494	559	638	1031

Source: UNWTO.

Impacts of Global, Regional, and Local Events on the Tourism Sector

The problems or events that Turkey encounters, whether on a global scale, within its geographical region, or domestically, have a significant impact on the tourism demand for Turkey (Hacığlu & Çavuşoğlu, 2018). The economic crisis, initially triggered by a mortgage loan crisis in the USA in 2007 and subsequently spreading to the UK for similar reasons, escalated into a global crisis in the second quarter of 2008 (Eğilmez, 2009). According to UNWTO's reports, there were an additional 16 million travelers worldwide in 2008, marking a 2% increase compared to 2007, bringing the total number of travelers to 924 million people. However, it has been noted that the tourism sector experienced a significant decline since the onset of the global economic crisis. While the number of tourists increased by 5% in the first half of 2008, this increase dropped to just 1% in the second half of the year. Furthermore, the Middle East emerged as one of the regions that benefited from the upturn in tourism during the crisis period, with an 11% increase. However, it was observed that there was a 3% decrease in Europe and Asia, especially in the second half of the year, despite a 5% increase in Africa and a 4% increase in America (Yıldız & Durgun, 2010).

In a declaration by the Prime Minister of Turkey in 2012, it was announced that the rules of engagement along the Syrian border had been altered, with all elements approaching the border to be treated as military targets. Consequently, Turkish Armed Forces personnel started moving toward the Syrian border, and missiles were deployed at Gaziantep Airport. In 2012, there was an increase in the number of foreign tourists both in Turkey as a whole and in Istanbul, while a decrease was observed in Antalya. When we examine the foreign tourist numbers and nationalities visiting Turkey in 2013, there was an increase in the number of foreign visitors compared to the previous year, with an increase of 9.84% in Turkey as a whole, 11.7% in Istanbul, and 7.99% in Antalya. It can be argued that the Taksim Gezi Park events, along with the Reyhanlı terrorist attack that occurred in Turkey in 2013, hindered a more significant increase. Simultaneously, it was evident from the foreign visitor statistics, especially those coming to Antalya, that Russian tourists opted for Turkey due to civil unrest in Egypt in 2013, rather than choosing the latter destination. "In 2015, a Russian plane was shot down by the Turkish Air Force on allegations of violating the border. Russia, however, contended that the plane in question did not breach Turkish airspace. 2016 proved to be a challenging year for Turkey and its tourism industry. Global, local, and regional crises resulted in an extraordinary decline in demand for Turkey. The shooting down of a Russian plane on the Syrian border at the end of 2015, numerous terrorist attacks, especially in tourist destinations within Turkey, the July 15 coup attempt, and diplomatic and political crises with European countries and the European Union had a detrimental impact on tourism in 2016, as reported by Hacıoğlu & Çavuşoğlu (2018). Similar terrorist attacks were observed in 2017. This year, a nightclub attack was carried out by ISIS in Ortaköy, Beşiktaş. In 2019, the virus called Covid-19, which first appeared in Wuhan, China's Hubei province, affected all sectors and also negatively affected the tourism sector.

Table 2. Turkey's Tourist and Revenue Numbers

Years	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Number of Tourists (Million)	34.9	36.8	36.2	25.3	32.4	39.5	45	12.7	24.7	44.5
Tourism Revenue (Billion Dollars)	32	35.1	32.4	22.8	27	30.5	38.9	14.8	30.1	46.2

Source: TURSAB, 2022.

Methods

The study examines national and international articles on tourism related to regional development between 2010 and 2023, utilizing specific parameters. Descriptive statistical analyses were employed, and the frequencies of the parameters were used to attempt to elucidate the effects of tourism on regional development. Bibliometric analysis reflects the performance of a particular field of research (Low and Cheung, 2008) and allows for quantitative analysis of several features (such as the subject matter of articles or publications, the journals they are published in, the number of authors, etc.)

(Tayfun et al., 2018). In this context, Alkan (2014) suggests that bibliometric studies examining variables such as the journals of publication, the number of publications, and their qualifications can positively influence the future of the field. Additionally, through bibliometric studies, insights can be gained into researchers' and institutions' publication performances (Şakar and Cerit, 2013), as well as the scientific publication policies adopted by countries (Al, 2008), providing an opportunity to become acquainted with the literature on the researched topics (Tayfun et al., 2018). Consequently, the articles reached through the current study's screening process are analyzed based on specific parameters such as the type, year, and language of the article, the methodology used, the country and journal of publication, and the number of pages. The research questions intended to be addressed in the study can be outlined as follows:

- What is the distribution of articles by type?
- What is the distribution of articles according to the years they were published?
- What is the distribution of articles according to the languages in which they are published?
- What is the distribution of articles according to the method used?
- What is the distribution of articles according to the countries in which they are published?
- What is the distribution of articles according to the journal in which they are published?
- What is the distribution of articles by number of pages?
- What is the distribution of articles according to the number of citations?
- What is the distribution of sub-topics in the articles?

Findings

Information about the articles analyzed in this research, which examines 126 articles related to regional development in tourism published between 2010 and 2023, within specific parameters, is presented in Table 1. When examining Table 1, it becomes evident that a significant portion of the assessed articles (65.9%) are international articles, while the remaining portion (34.1%) consists of national articles. The research methodology used in these articles is also a subject of examination. In this context, it is observed that the majority of the examined articles are theoretical (38.9%), followed by those using a qualitative method (27%), mixed methods (21.4%), and finally, quantitative methods (12.7%). Another parameter considered was the publication year of the articles, encompassing 126 studies conducted between 2010 and 2023. However, when examined in terms of the languages in which the articles were published, it was found that English (62.7%) was the most commonly used language compared to other languages, with Turkish (35.5%) being the second most prevalent, while other languages (1.6%) were less common. Regarding the last parameter, the journals in which the articles were published, it was observed that international journals accounted for 74.6%, while national journals made up 25.4%.

Table 3. Descriptive Statistics for the Articles Reviewed

Variable	Group	n	%	Variable	Group	n	%
Type of Article	National International **Total**	43 83 126	34,1 65,9 100	Language in which the Article is Published	Turkish English Other **Total**	45 79 2 126	35,5 62,7 1,6 100
Methodology Used in the Article	Quantitative Qualitative Mixed Theoretical **Total**	16 34 27 49 126	12,7 27 21,4 38,9 100	Type of Journal in which the Article is Published	National International **Total**	32 94 126	25,4 74,6 100
Method Used in the Article	2010-2023 **Total**	126 126	100 100	Number of Pages	National International **Total**	43 83 126	34,1 65,9 100

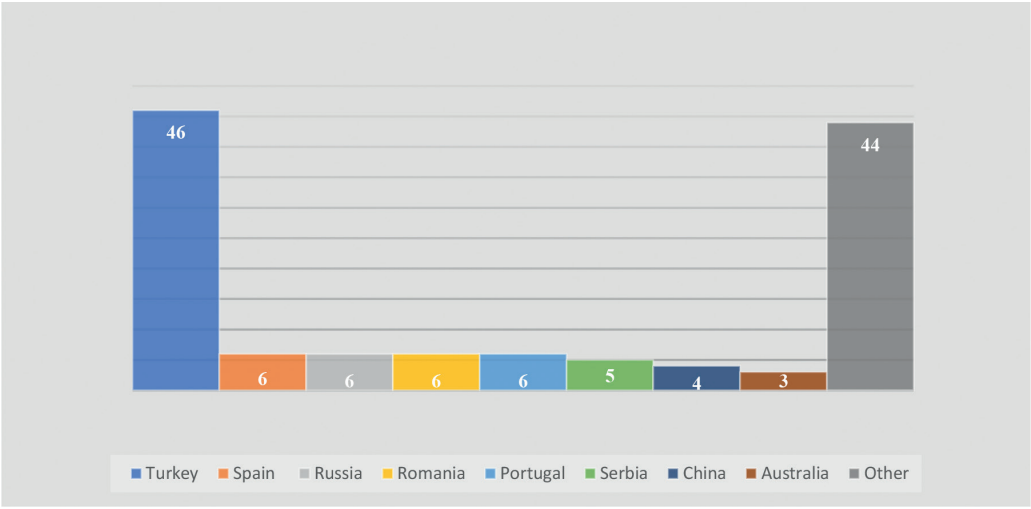


Figure 1. Distribution of the Article by Country of Publication

Figure 1 illustrates the frequency distribution of studies on regional development and tourism by country. When assessing the academic attention given to the topic of regional development and tourism, it becomes evident that Turkey is the country where this subject is most prominently emphasized. Furthermore, Spain, Russia, Romania, Portugal, China, and Australia are the subsequent countries in order of emphasis on this topic. The abundance of local studies on this subject in Turkey, coupled with Turkey's status as a developing country, particularly in the context of tourism, highlights that the objectives, scope, and features of regional development contain elements that promote tourism. This underscores the need for giving academic significance to this issue.

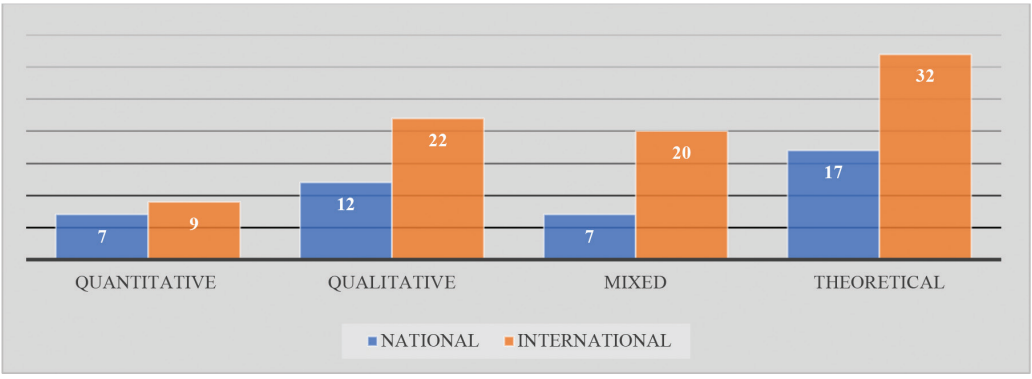


Figure 1. Distribution According to the Method Used in the Article

As clearly depicted in the graph in Figure 2, out of a total of 126 articles published in national and international journals on regional development, 16 are quantitative (7 national- 9 international), 34 are qualitative (12 national- 22 international), 27 of them were designed using a mixed method approach (7 national- 20 international), and finally, the remaining 49 were theoretically designed (17 national- 27 international). When we examine the entire graph, it becomes evident that studies on regional development and tourism are predominantly designed using theoretical methods. The primary reason for this variance can be attributed to the appropriateness of employing theoretical methods in academic research when addressing matters concerning higher-level management units, such as regional development.

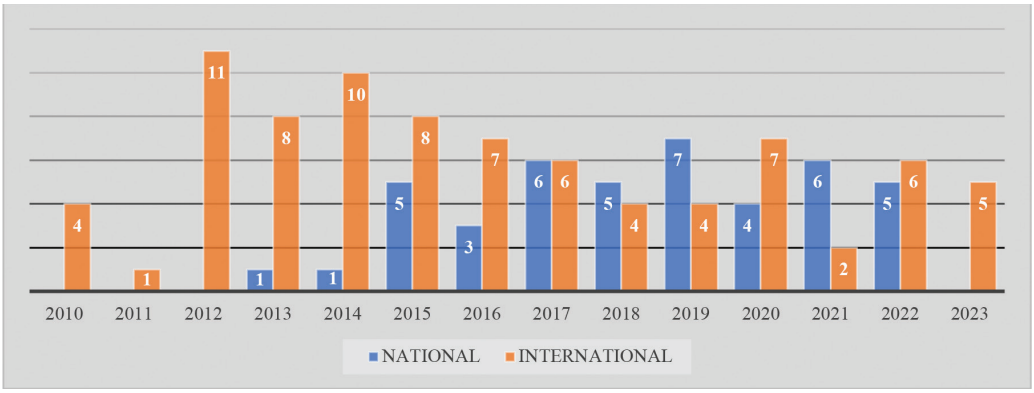


Figure 2. Distribution of the Article by Year of Publication

Figure 3 displays the frequency distribution of studies on regional development and tourism between 2010 and 2023. As observed, articles on the subject in question have exhibited fluctuations in frequency since 2012. It is evident that the majority of these articles are published in international journals, indicating that the local emphasis on this subject is comparatively less than the international focus.

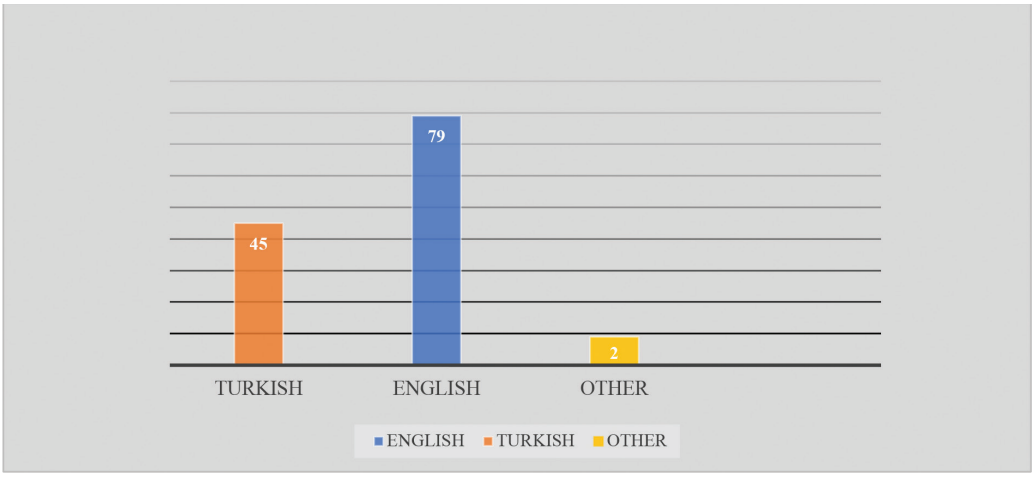


Figure 3. Distribution of Articles According to the Language in Which They Are Published

In Figure 4, the number of studies related to the subject is presented based on the language of publication. The data reveals that a majority of the studies are written in English when comparing those published in Turkish and English. Furthermore, a considerably smaller number of studies written in other languages were identified. The primary reason for this trend may be the academic evaluation of regional development from a universal perspective, with English being the preferred language to reach a broader audience and enhance visibility. As a result, it is believed that studies on regional development and tourism may have been approached from a more universal standpoint, rather than being limited to the specific location of the study.

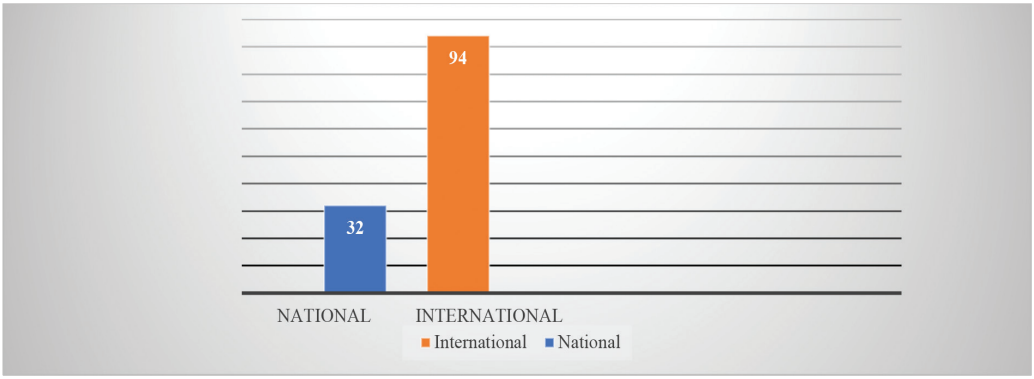


Figure 4. Distribution by Type of Journal Where Articles Are Published

Figure 5 illustrates the distribution of studies categorized by journal type. It is evident that international journals are significantly preferred when it comes to the subject under examination. This suggests that publishing topics related to regional development and tourism in international journals is more effective in terms of contributing to the field of science.

Table 4. Number and Number of Pages of National Articles

National								
Number of Pages	12	16	17	18	19	21	26	Other
Number of Works	5	2	4	3	3	2	2	22

The number of pages in articles is another parameter under examination. Table 4 provides the count and page numbers for national articles. In the national articles analyzed in this research, there are 5 articles with 12 pages, 2 with 16 pages, 2 with 21 pages, and 2 with 26 pages, totaling 17 articles. Additionally, there are 3 articles with 18 and 19 pages combined. When examining both the count and the number of pages, it becomes apparent that the studies typically range between 10 and 20 pages. The limited level of detail in these studies may suggest that the number of national studies on this subject is insufficient.

Table 5. Number and Number of Pages of International Articles

International														
Number of Pages	5	7	10	12	13	15	16	17	18	19	20	24	27	Other
Number of Works	2	2	5	3	3	4	6	4	2	4	7	2	2	37

Table 5 provides the count and page numbers for international articles. In this context, there are 2 articles each with 5, 7, 18, 24, and 27 pages. Additionally, 5 articles each have 10 pages, 3 articles each have 12 and 13 pages, and 4 articles each have 15, 17, and 19 pages. Furthermore, there are 6 articles, each with 16 pages, and 7 articles with 20 pages. When assessing the count and page numbers of international studies on the subject in question, it is evident that the majority of the studies fall within the 10-20 page range. However, the presence of more articles in the 20-30 page range compared to national articles may indicate a gradual increase in the level of detail concerning this subject.

Table 6. Distribution of Subtopics in Articles

Subtopic	**Number of Works**
Thermal Tourism	3
Tourism Impacts	2
Tourist Expenditures	2
Economic Impact, Economic Development	*14*
Culture Tourism	4
Natural and Cultural Heritage	3
Local Cuisine	2
Sustainable Tourism- Sustainable Regional Development	*18*
Regional Inequalities	2
Faith tourism	3
Ecotourism	2
Rural Tourism	6
Development of Tourism	*13*
Tourism and Employment	2
Gastronomy	5
Development	2
Other	43

Table 6 presents subtopics and the number of studies in articles related to regional development and tourism. Specifically, the subject of regional development and tourism is closely linked to economic development, economic impact, tourism development, sustainable tourism, and sustainable regional development. As a result, the primary reason for the economic evaluation of regional development and tourism can be attributed to the financial empowerment of destinations and their prominence in the market. Connecting it with another aspect, sustainability and sustainable tourism, can be considered a path to ensure the transfer of destinations to future generations and to guarantee their continuity for regional development and tourism initiatives. Lastly, the most evident observation is the advancement of tourism. In this regard, the direct correlation between regional development and tourism activities with the tourism sector and the primary implementation of decisions in the context of tourism activities and destinations may have shed light on this matter.

Table 7. Citation Numbers of Articles

Number Of Citations	**Number Of Articles**
0-50	113
51-100	6
101-150	3
151-200	3
251-300	-
301-350	1

Table 7 provides data on the number of citations to the articles and the number of articles. Notably, the most prominent citation range is 0-50, with 113 articles falling into this category. This suggests that studies on regional development and tourism are evolving and gaining prominence in the literature. The increasing number of articles within specified citation ranges indicates that the subject is actively discussed in the literature, with ongoing research.

Conclusion, Recommendations and Discussion

Regional development and tourism concepts have gained prominence and received increased attention in recent years. The primary reason for this is the interconnection between these two concepts, with tourism serving as a tool for regional development. The presence of tourism activities in a region facilitates and expedites regional development efforts. Therefore, given the significance of this topic, various studies have been conducted and continue to be conducted in this field.

The study aimed to examine articles published in both national and international literature on regional development and tourism between 2010 and 2023, considering specified variables. In this context, a total of 126 studies were identified, allowing for an assessment of the status of published research on regional development and tourism in the literature.

According to the data obtained, the majority of the articles examined in this research on regional development and tourism are studies published in international journals and written in English. This allows for the scientific connection of regional development with tourism, not only at the local level but also for many countries to benefit from the results of these studies and use them as a practical guide. Furthermore, the greater number of studies published in English, and the fact that the readership is more international compared to national journals, has led to the preference of English as the language of publication on the subject in question. When evaluating the studies over the years, it was observed that there has been an increase following a non-periodic pattern after 2012. The irregularity of this increase is sometimes seen as an indicator of decreasing importance in the field. Especially in recent years, it appears that scientific studies have shifted focus away from the subject in question.

In the studies analyzed, the theoretical method predominantly prevails. This actually implies that regional development and tourism issues are subjects that can be addressed by individuals with higher political status and other decision-makers. Hence, as collecting data from the field and accessing these individuals might be challenging, it would be more beneficial to utilize other published scientific reports and resources. When evaluating the studies in terms of the country in which they are published, it is apparent that Turkey predominantly centers its research on regional development and tourism issues. The fact that our country is considered one of the developing nations and that it has placed scientific importance on the concepts of regional development and tourism to create equilibrium in various sectors explains this situation. Regional development is viewed as one of the avenues through which tourism can flourish.

Çelikkaya & Demirgil (2019) conducted a bibliometric analysis of the concept of regional development in graduate theses. As a result of this study, it was concluded that the predominant language used in postgraduate theses on regional development is Turkish. It has been noted that the number of theses written in foreign languages is considerably lower. Additionally, it has been observed that the number of theses written on the subject in question has been increasing over the years. In Çelikkaya & Demirgil's study (2019), the results related to the written language parameter align with the findings in our current research, as it is evident that Turkish is the preferred language for scientific studies on regional development. However, divergent results were obtained regarding the parameter of distribution by years. In our study, when we examined the number of studies on regional development and tourism by year, we observed fluctuations, and there was no significant increase in recent years. Both studies concluded that there is no consensus on the parameters of year and the number of studies.

When examining the content of studies on regional development and tourism, certain sub-themes emerge prominently. These include economic development, economic impact, sustainable tourism, sustainable regional development issues, and tourism development issues. Firstly, the fact that the concepts of regional development and tourism serve as catalysts for economic development, sustainability, and overall tourist activities in destinations has brought these subtopics to the forefront. Çelikkaya & Demirgil (2019) conducted a study that supports these findings. In this study, during the bibliometric analysis of postgraduate theses focused on regional development, 'tourism'

emerged as one of the most frequently recurring words in the word cloud generated from these theses. Consequently, both studies confirm that the topic of tourism is closely linked to the concept of regional development.

The number of citations for articles and the number of articles referencing these numbers indicate that studies on regional development and tourism are the subject of diverse research, with a relatively equal level of examination on average. This suggests that there are still gaps in this field, and apart from specific studies, there is a lack of comprehensive research that adequately addresses the subject and serves the field. In this context, what is crucial when preparing a study on regional development and tourism is to approach the topic in a unique manner, avoiding the commonplace, and ensuring that it possesses a distinguishing feature that sets it apart from other studies on the same subject.

As evident from the research, regional development and tourism topics periodically gain attention from a scientific perspective in our country but have, especially in recent years, diminished in academic significance. Firstly, emphasizing the importance of these topics can foster the development of destinations and indirectly stimulate tourist activities in specific regions. Therefore, it is essential to highlight and bring new ideas to the forefront in studies related to regional development and tourism. Additionally, there should be an increase in studies conducted in Turkish on this subject, aiming to achieve academic depth and saturation. The limited number of studies conducted throughout Turkey regarding regional development and tourism further supports this conclusion. Based on the available information, it is apparent that a majority of the studies in this field are theoretical in nature. Consequently, research on regional development and tourism should be designed to incorporate both qualitative and quantitative methods, allowing for the inclusion of the ideas and opinions of local residents and individuals living in tourist destinations. This approach will provide an evaluation of the issue from the local perspective.

Additionally, regional development can be assessed from the perspective of tourism businesses. Positive and negative developments resulting from regional development can be evaluated by businesses, and solutions can be found regarding their impacts. This way, the consequences of regional development will be addressed in a more practical and application-oriented manner. Through this evaluation, shortcomings from a policy standpoint will also be identified.

Kaynakça

AL, U. (2008). Türkiye'nin Bilimsel Yayın Politikası: Atıf Dizinlerine Dayalı Bibliyometrik Bir Yaklaşım (Yayınlanmamış doktora tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı.

AL, U., and COŞTUR, R. (2007). Türk Psikoloji Dergisi'nin Bibliyometrik Profili. Türk Kütüphaneciliği, 21(2), 142-163.

ALKAN, G. (2014). Türkiye'de Muhasebe Alanında Yapılan Lisansüstü Tez Çalışmaları Üzerine Bir Araştırma (1984- 2012), Muhasebe ve Finansman Dergisi, 61, 41-52.

BAHAR, O., and KOZAK, M. (2006). Turizm Ekonomisi. Ankara: Detay Yayıncılık

BAŞKAYA, F. (2009). Kalkınma İktisadının Yükselişi ve Düşüşü. Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Forumu Vakfı. Özgür Üniversite. 6.Baskı.

COSTA, T., and LIMA, M. J. (2018). Cooperation in Tourism and Regional Development. Tourism & management studies, 14(4), 50-62.

ÇAKIR, R. A., and SANDALCILAR, A. R. (2018). Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkileri: Rize Ayder Turizm Bölgesi Örneği. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 4(8), 342-360.

ÇELİKKAYA, S., and DEMİRGİL, H. (2019) Bölgesel Kalkınma **Üzerine Hazırlanan Lisansüstü Tezlere Yönelik** Bibliyometrik Bir Araştırma. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11(30),746-763.

ÇEKEN, H. (2004). Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme. Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F Dergisi, 10(2), 293-306.

ÇUBUKCU, A., & ÇUBUKCU, Z. (2024). Türkiye'nin on birinci kalkınma planında yer alan bilim ve teknoloji politikalarının analizi: Küresel inovasyon endeksi çerçevesinde bir değerlendirme. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi, 10*(1), 108-119.

DAMAR, E., (2021) Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi. Ekonomik Kalkınma ve Turizm içinde. (Edt: S. Bayrakçı, Z. Yetiş, S. Güleç). Necmettin Erbakan Üniversitesi Yayınları, Konya.

DEMİRCAN, Ş., and ÇEKEN, H. (2022). İnanç Turizminin Yerel Kalkınmadaki Önemi: Midyat Örneği. Turar Turizm ve Araştırma Dergisi, 11 (1), 75-92.

DOĞAN, A. (2010). Kırsal Kalkınma Yaklaşımlar ve Türkiye Deneyimi. Ankara: Palme Yayıncılık.

DURGUN, A. (2006). Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Isparta Örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Isparta, 174s.

EĞİLMEZ, M. (2009). Küresel Finans Krizi, İstanbul: Remzi Kitabevi, 4.Baskı.

FONS, M., FIERRO, J. & PATINO, M. (2011). Rural Tourism: A Sustainable Alternative. Applied Energy, 88, 551–557. DOI: 10.1016/j.apenergy.2010.08.031.

GEZİCİ, F. (1998). Sürdürülebilir Bölgesel Kalkınma Amacında Turizm Eylemlerinin Etkisi: Türkiye Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma (Yayınlanmış Doktora Tezi), İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü

HACIOĞLI, N., and ÇAVUŞOĞLU, F. (2018). Türkiye'nin Karşılaştığı Küresel, Bölgesel ve Yerel Olaylar ve Turizm Sektörüne Etkilerinin İncelenmesi: Antalya ve İstanbul Örneği. International Journal of Contemporary Tourism Research, 2(1), 23-40.

IŞIK, N., and KILINÇ, E. C. (2011). "Bölgesel Kalkınmada Ar-Ge ve İnovasyonun Önemi: Karşılaştırmalı Bir Analiz". Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 6(2):13-14.

İBİŞ, S., ÇÖP, S. & KIZILDEMİR, Ö. (2020). Turizmde İnovasyon ve Bölgesel Kalkınma, Ankara: Detay Yayıncılık, 1. Baskı.

JONES, C., and MUNDAY, M. (2001). Tourism and Local Economic Development: Three Case Studies. Paper for European Regional Science Association 41st Annual Meeting European Regional Development Issues in the New Millennium and their Impact on Economic Policy (s. 1-16). Zagreb, Chamber of Economy.

KARA, E., DALGIN, T. & ÇEKEN, H. (2021). Ordu Çambaşı Kayak Merkezindeki Kış Turizmi Faaliyetlerinin Yerel Kalkınmaya Etkisi. Yaşar Üniversitesi E-Dergisi, 16 (63), 1318-1337.

KARACIL, G. (2023). Turizmin Bölgesel Ekonomik Kalkınmaya Etkisinin Ampirik Analizi, Doktora Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.

KARABULUT, K., AKYOL, H., & KARAKUŞ, K. (2020). Dış Ticaret ve Turizmin Bölgesel Kalkınma Üzerindeki Etkisi Nedir: Pmg-Ardl ve Panel Kantil Yaklaşımlar. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (38), 297-314.

KAVAKLI, E., and KARAKAŞ, A. (2022). Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Bir İnceleme. Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13(25), 37-50.

KILIÇ, M., and MANCI, A. R. (2019). Turizm Odaklı Yerel Kalkınma Yaklaşımı: Şanlıurfa Örneği. Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 2 (2), 192-210.

KIZILDEMİR, Ö. (2017). Turizmin Ekonomik Etkilerinin Bölgesel Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi: Adana Örneği. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Sakarya, 182s.

KOZAK, N. (1994). Anatolia Dergisi'nde Yayınlanan Yazılar Üzerine Bir İnceleme. Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, 5(3), 22-33.

KÖKSAL, Y., and KARABULUT, K. (2019). İnanç Turizmi ve Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Ağrı İli Örneği. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5 (1), 83-104.

LAW, R., and CHEUNG, P. (2008). An Analysis of Publications in Leading Tourism Journals and Its Implications. Journal of China Tourism Research, 4(1), 78-97.

LI, H., GOH, C., Zhang, H. Q. & Meng, F. (2015). Effect of Tourism on Balanced Regional Development: A Dynamic Panel Data Analysis in Coastal and Inland China. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 20(6), 694-713.

MARUJO, M., and CARVALHO, P. (2010). Turismo, Planeamento e Desenvolvimento Sustentável. Turismo & Sociedade, 3(2), 147-161.

MEYER, D. F., and MEYER, N. (2016). The Relationship between the Tourism Sector and Local Economic Development (LED): The Case of the Vaal Triangle Region, South Africa. Journal of Environment Management and Tourism, 7(3(15)), 466-472.

MURPHY, P. (1997). Tourism: A Community Approach. Oxford: International Business Press.

Oxford English Dictionarly, Development, (2023), Erişim: 15.06.2023 https://www.oed.com/

ÖRNEK, İ. & AKIN, A. (2022) TR42 Bölgesinde Turizmin Bölgesel Kalkınma Etkisi. V. Uluslararası Kahramanmaraş Yönetim, Ekonomi ve Siyaset Kongresi, 15-17 Eylül 2022, Bursa.

ÖRTLEK, Z. (2015). İnovasyon ve Bölgesel Kalkınma Perspektifinden Türkiye. Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Aksaray.

YÜKSEL, Ö. and YAZICIOĞLU, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi.

PAK, M. (1996). Geographical elements of Regional Development With the Lower Drava Region Prlekija. Geographical Bulletin, 68, 161–174.

PARK, D., LEE, K., CHOI, H & YOON, Y. (2012). Factors Influencing Social Capital in Rural Tourism Communities in South Korea. Tourism Management, 33, 1511-1520. DOI: 10.1016/j. tourism.2012.02.005.

PARLAKTUNA, İ., and DİNÇER, E. (2019). Termal Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi: Eskişehir Uygulaması. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 16 (2), 259-273.

SAAIREN, J, 2014. Critical Sustainability: Setting the Limits to Growth and Responsibility in Tourism. Sustainability 6, 1–17.

SEVİN., H. (2011). Bölgesel Kalkınma Sorunsalı: Türkiye'de Uygulanan Bölgesel Kalkınma Politikaları. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 6(2), 39-41.

SİNEMİLLİOĞLU, M. O. (2009). Sürdürülebilir Bölgesel Kalkınma ve Türkiye Süreci. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 8(27), 245-268.

ŞAKAR, G. D., and CERİT, A. G. (2013), Uluslararası Alan İndekslerinde Türkiye Pazarlama Yazını: Bibliyometrik Analizler ve Nitel Bir Araştırma. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 27(4), 37-62.

ŞANLIOĞLU, Ö., and DEMİREZEN, B. (2020). Turizm Sektörünün Bölgesel Kalkınma Üzerindeki Rolü: Kayseri İline Yönelik Nitel Bir Araştırma. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (50), 117-139.

TAYFUN, A., ÜLKER, M., GÖKÇE, Y., TENGİLİMOĞLU, E., SÜRÜCÜ, Ç. & DURMAZ, M. (2018). Turizm Alanında Yiyecek ve İçecek ile İlgili Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 6(2), 523-547.

TELFER, DJ, 2002. Tourism and Regional Development Issues. In Sharpley, R & Telfer, D (Eds.), Tourism and Development: Concepts and Issues. Channel View, Clevedon, pp. 112–48.

TUNCER, M. (2024). Cumhuriyet Dönemi Kalkınma Planlarında Turizmin Tematik Nitel Veri Analizi ile İncelenmesi. Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16(1), 29-38.

TURHAN, Y. (2020). Kalkınma Kavramının Tarihsel Süreci ve Etimolojik Analizi. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, (29), 149-164.

TURSAB, http://www.tursab.org.tr, Erişim Tarihi: 18.9.2023.

TUTAR, F., and DEMİRAL, M. (2007). Yerel Ekonomilerin Yerel Aktörleri: Bölgesel Kalkınma Ajansları. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 2(1), 65-83.

UNWTO World Tourism Barometer, 2022. https://www.e-unwto.org/loi/wtobarometereng Erişim Tarihi: 18.09.2023.

YILDIZ, Z., and DURGUN, A. (2010). 2008 Küresel Ekonomik Krizi ve Turizm Sektörü Üzerine Etkileri. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 2(1), 1-15.

YILMAZ, Z., and İNCEKAŞ, E. (2018). Türkiye'de İnovasyon ve Bölgesel Kalkınma. Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2(1), 154-169.

YILDIZ, Z., & SARITAŞ, T. (2021). Türkiye'de Bölgesel Kalkınma ve Turizm İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 10(2), 1633-1654.

YÜCEL, F. H., & ÇALIK, T. (2024). Yükseköğretimde Bölgesel Kalkınma Odaklı Misyon Farklılaşması ve İhtisaslaşmaya Yönelik Durum Analiz. Higher Education Research, 13(3), 473-490

ZENGİN, B., and ŞEYHANLIOĞLU, H.Ö. (2023). Destinasyon Pazarlamasının Yerel Kalkınmaya Etkileri: Şanlıurfa Örneği (Effects of Destination Marketing on Local Development: Example of Şanlıurfa). Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 7(4), 2977–2992.

Özet

Toplumların ekonomik açıdan gelişmesi, refah seviyesine ulaşması ve bu bağlamda yapılan çalışmaların tamamı bölgesel kalkınma kavramı altında toplanmaktadır. Ülkelerin ve toplumların sadece ekonomik anlamda değil iş fırsatları yaratma, rekabet ortamında destinasyonların devamlılığını sağlama ve ülkenin büyümesini sağlayarak kişi başına düşen milli geliri arttırmaya odaklanan ve bunun gibi yapılan geniş çaplı çalışmaların tamamı bölgesel kalkınma faaliyetleri olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda turistik destinasyonlarda iyileştirme faaliyetlerinin yapılması, gelir eşitsizliğinin dengelenmesi, ülkedeki turizm faaliyetlerinin sektörde tercih edilirliğini arttırarak rekabet avantajının sağlanması gibi birçok alanda iyileştirici özelliğe sahiptir. Özellikle turizm faaliyetlerinde ön plana çıkması da turizmin ülkenin ekonomik açıdan bir çıkış kapısı konumunda bulunması ve günümüzde birçok ülkenin kurtarıcı sektörü konumunda olması bölgesel kalkınma faaliyetlerinin turizm çalışmalarında ön plana çıkmasını da tetiklemiştir. Genel anlamda turizm sektörü bölgesel kalkınmayı olumlu yönden etkileyen sektörler arasında yer almaktadır. Bunun ışığında turistik destinasyonlarda en küçük faaliyetten en kapsamlısına kadar bütün ekonomik, sosyal ve kültürel çalışmaların bölgesel kalkınma sürecinde yer almaktadır. Turizm bu bakımdan bölgenin sadece ekonomik açıdan gelişmesini değil aynı zamanda sosyal ve kültürel anlamda seviye atlamasını sağlayan faaliyetler arasındadır. Özellikle kırsal alanlarda tarımsal faaliyetlerin, hayvancılık, ormancılık ve diğer yerel faaliyetlerin teşvik edilerek desteklenmesi örnek teşkil edebilir. Tüm bu faaliyetlere ek olarak turizm ve bölgesel kalkınma kavramlarının arasındaki bağın ve etkinin ifade edilmesinde bölgeye sağladığı yararların ve göze çarpan ekonomik faydaların yanı sıra bölge halkının yaşam kalitesinin var olduğundan çok daha iyi bir konuma getirilmesi, doğal ve kültürel miras nitelinde olan kaynakların koruma altına alınarak gelecek nesillere aktarımı konusunda iyileştirmelerin yapılması, bölgede alt yapı ve üst yapı çalışmalarını hızlandırması da göze çarpmaktadır. Çalışmanın amacı bu denli kuvvetli bir ilişkiye sahip olan bölgesel kalkınma ve turizm kavramlarını konu edinen 2010-2013 yılları arasında yayımlanmış olan ulusal ve uluslararası nitelikteki makalelerin tür, yayımlandıkları yıl, yayımlandıkları dil, kullanılan yöntem, yayımlandığı ülke, yayımlandığı dergi ve sayfa sayısı parametreleri dikkate alınarak incelenmiştir. Çalışma teorik bir düzlemde tasarlanmış ve bibliometrik analiz yapılmıştır. Çalışma sonucunda toplamda 126 makale detaylı bir biçimde belirtilen parametreler ışığında incelenmiştir. Çalışma sonucunda ise turizm paydaşları, sektörü ve destinasyon açısından bu denli önemli olan bölgesel kalkınma kavramının turizm ile birlikte ele alan uluslararası nitelikte çalışmaların ulusal çalışmalara göre daha yoğunlukta olduğu görülmüştür. Ancak ulusal nitelikteki çalışmaların bahsi geçen yılları bakımından incelendiğinde periyodik bir düzlemde sayıca artış gösterdiği görülmese de belirli oranda kısmı artışlar olduğu da görülmektedir. Çalışmaların yöntemleri dikkate alındığında ise genellikle teorik çalışmaların olması göze çarpmaktadır. Çalışmaların yayımlandığı yıllar baz alındığında ise 2012 yılında pik noktasına ulaştığı diğer yıllarda ise kısmı artma ve azalmalar meydana geldiği görülmüştür. Dil olarak genellikle İngilizce tercih edilmiştir. Çalışmaların geneline bakıldığında ise konu olarak turizm ve bölgesel kalkınma bağlamında ekonomik etki, ekonomik kalkınma ve turizmin gelişimi başlıklarının ön plana çıktığı, çalışmalarda daha çok ele alındığı görülmüştür.

Çalışma sonucunda bölgesel kalkınma ve turizm konulu çalışmaların evrensel bir konu olduğu ve birçok ülkenin kadrajına girdiği görülmektedir. Ancak makale sayısı bakımından değerlendirildiğinde bu konuda daha fazla akademik nitelikte çalışma yapılması gerekmektedir sonucuna varılmıştır. Çünkü turizm faaliyetlerinin belirli alanlarda öne çıkması ve belirginleşmesi hem bölgesel anlamda hem de ulusal anlamda ekonomiye katkı sağlayacaktır. Ek olarak bu konuda yerel halkın görüş ve önerilerinin de yer aldığı çalışmaların planlanması bölgesel kalkınma ve turizm konularında yerel açıdan eksiklerin saptanmasına ve fark edilmeyen noktaların gün yüzüne çıkartılmasını sağlayacaktır. Akademik çalışmaların yol açtığı ve fikir verdiği uygulamalara geçildiğinde ise bölgesel kalkınma ve turizm faaliyetleri açısından kusursuz işlere imza atılabilecektir.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);372-386
DOI: 10.17336/igusbd.1327342

DERLEME MAKALESİ / REVIEW ARTICLE

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

İptal Kültürü Teorisi: İlgili Literatür Üzerine Teorik Bir İnceleme

Culture Theory of Cancellation: A Theoretical Review of Relevant Literature

[1]Başak AKMEŞE
[2]Raci TAŞCIOĞLU

Öz

Bu araştırmada 2017 yılında "#MeToo" hareketi ile başlatılan ve 2022 yılında geniş kitlelerin taraf olma düşüncesi ile devam ettirdikleri "İptal Kültürü" olgusu betimleyici bir yaklaşımla incelenmiştir. Literatür taraması sonucunda kavramın tanımı, tarihsel arka planı, ilgili kavramların tanımları ve iptal kültürüne yönelik yapılan eleştirilere ilişkin başlıklar oluşturulmuştur. İptal kültürü olgusunun derinlemesine irdelendiği bu araştırmada söz konusu eğilimin daha önce kavram olarak ve tek başlık altında neredeyse hiç incelenmediği tespit edilmiş, bu yönüyle literatüre katkı sağlanması amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda birbirleriyle karıştırılan iptal kültürü ve linç kültürü kavramlarının farklılaşan yönleri ifade edilmeye çalışılmıştır. Yapılan literatür araştırmasında, sanal ortamda yapılan paylaşımların yaratmış olduğu etkinin, iptal kültürüne dönüşmesi sonucunda; "Hashtag" aktivizmiyle linç'e uğrayanların yaşamları boyunca elde ettikleri edinimlerin hiçe sayıldığı, toplumsal linçin etkisiyle sosyal medyadan ve sosyal hayattan dışlandığı, bireyin iş hayatını ve özel hayatını etkileyecek oranda kişilik haklarının itibarsızlaştırıldığı tespit edilmiştir. Bu araştırma ayrıca "Bizden olmayanın yok edilmesi" görüşünün hâkim olduğu bu olguya ve sebebiyet verdiği zararların tazminine yönelik önlemlerinin de alınması gerekliliğini ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler

İptal Kültürü, Linç Kültürü, Hashtag Aktivizmi, Sosyal Medya, Toplumsal Linç

[1]Bilim Uzmanı, Erzurum, Türkiye.
✉ basakavci8@msn.com

[2]Profesör Doktor, Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Erzurum, Türkiye.
✉ tascio@atauni.edu.tr

Abstract

This study analyses the phenomenon of Cancel Culture, which was initiated in 2017 with the "#MeToo" movement by large masses and continued in 2022 with their awareness about being a party with a descriptive approach. As a result of the literature review, the

Geliş/Received: 14.07.2023
Kabul/Accepted:15.10.2024

Başak Akmeşe, Raci Taşcıoğlu, "Culture Theory of Cancellation: A Theoretical Review of Relevant Literature", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 372-386.

definition of the concept, its historical background, definitions of related concepts, and criticisms of the cancellation culture have been outlined. Making a thorough analysis of the phenomenon of cancel culture, this research determined that this tendency has almost never been examined under a single title as a concept before, and thus aims to contribute to the literature in this respect. This research also tries to put forward different aspects of the concepts of cancel culture and lynch culture, which are often confused with each other. The literature review found that the achievements of those who have been "lynched" with "Hashtag" activism throughout their lives are ignored, they are excluded from social media and social life with the effect of social lynching, and their personal rights are discredited to an extent that will affect the business and private lives of the individual as the impact of the posts made in the virtual environment turns into cancel culture. This research also reveals the need to take measures to address this phenomenon, which is dominated by the view of eradicating those who are not one of us, and to compensate for the damages it causes

Keywords

Cancellation Culture, Lynching Culture, Social Media, Hashtag, Social Lynching

Giriş

Her geçen gün hızla artan teknolojik gelişmeler sosyal varlık olan insanı internet ortamında edilgenlikten kurtarıp etkin konuma getirmiştir. Sosyalleşme, internet ortamına taşınmış ve yeni bir mekân anlayışı oluşturulmuştur. Bu platformlarda gerçek kimlikler ortaya çıksa da çevrimiçi tabanlı platformlar kullanıcılara, yaş ve fiziksel görünümlerinde daha fazla özgürlük sağlamaktadır (Boyd, 2008). Bu nedenle insanlar sosyal medya platformlarında anonim kimliğin getirdiği yönelimlerle daha rahat hareket edebilirler. Dolayısıyla sosyal medya platformlarında bireyle başlayan bu etkileşimler kalabalık yığınlara evrilebilir. Bilginin özgürce dolaşımını sağlayan sayısal ve metin tabanlı yeni iletişim teknolojileri bireyi yönlendirebilmeyi ve toplumu etkileyebilmeyi olanaklı bir hale getirmiştir. Verma ve arkadaşlarına göre (2023) sosyal medya platformlarındaki bu anonimlik, kullanıcıları bir klavyenin arkasına gizlemektedir. Bu durum, kullanıcıların sorumluluklarını ortadan kaldırmaktadır. Böylece kullanıcılar metin tabanlı platformlarda çevrimiçi öfke, nefret söylemi ve çevrimiçi refaha zarar veren söylemlere yer verebilmektedirler. Bu bağlamda özgürlüklerin sunulduğu sosyal medya ortamındaki tecrit, dışlama, linç, utandırma, hak ve hürriyetlerin iptal edilmesi durumunda kişiler mağdur niteliğini kazanabilirler. Bu durumla karşılaşan mağdurlar sanal tutsaklık konumuna düşebilirler.

"İptal kültürünün bir başka yönü de yurttaşlık uygulamalarına dair fikirlere meydan okuyan, dijital kamusal utandırmayı teşvik eden bireyler arasındaki gözetim uygulamalarını sürdüren ve hesap verebilirliğe ilişkin toplumsal fikirleri gölgeleyen karmaşık bir olgu olmasıdır" (Burmah, 2021). Bu duruma maruz kalan, takipçi sayısı çok olan fenomenler, sanatçılar ve siyasetçiler gibi daha çok tanınan kişiler üzerinde başlatılan bu linç kampanyalarının etkisi, tanınırlıkları düşük olan kişilere nazaran daha büyük boykotları/dışlanmaları da beraberinde getirebilir. İptal kültüründe bu bakış açısına sahip tepkili taraflar, kamuoyu oluşturup mağdur algısı yaratabilirler. Bu durum sanal ortamlarda gösterişçi duyarlılık denilen yönelimleri ortaya çıkarabilir. "Güvenilir olmayan sinyallerle ilişkilendirilen gösterişçi duyarlılık kavramı, birey ya da kuruluşların gerçek hayatta sahip oldukları şaibeli olan iyi niyetli düşünce ve inançlarını genellikle toplum nezdinde duyarlı, erdemli ve sorumlu bir şekilde algılanma amacı güderek, yüz yüze veya çeşitli medya araçları kanalıyla kolay yoldan çevrelerine duyurma davranışıdır" (Taşoğlu ve Çağlayan, 2022, s. 833). Bu yönelimler ile sosyal medyada etiket ya da Hashtag oluşturan kullanıcılar, dijital ortamda aktivist hareketlerin başlangıcını oluşturabilmektedirler. Hashtag aktivizmi gerçekleştiği andan itibaren sosyal medyada hissedilen hareketlenmeler, kartopu etkisi ile aynı söylemlere sahip tepkili bir sanal kamuoyu oluşturabilmektedir. Bireyleri bir araya getiren bu duygu, öfke patlamaları ve nefret söylemleri bireylerin kendi düşüncelerinden oluşan ve toplumda geciken/gerçekleşmeyen adalet kavramından kaynaklanabilir.

Kaynağı çoğu zaman belirsiz viral nitelikteki söylemlerin, taraftar bulmak için örgütlenmiş bireylerin çoğunluğun etkisine kapılarak paylaşım yaptıkları sanal ortamda pek çok etken iptal kültürünün doğmasına zemin hazırlamaktadır. Sosyal medya platformlarının "Pandemi" sürecinde tecrit altında

olan kişilerin sosyalleştiği tek alanın olması, sosyal medyanın kullanım sıklığının artmasında etkin rol oynadığı söylenebilir. Çünkü "COVID-19 pandemisi; tüm dünyada iş yerlerinin kapanması, yüz yüze eğitim-öğretim faaliyetlerinin durdurulması, kültür, sanat, spor faaliyetlerinin iptal edilmesi, sokağa çıkma yasakları, seyahat yasakları vb. gibi yerel, ulusal ve küresel çapta alışkın olunmayan yeni bir düzen yaratmıştır" (Göl, 2021, s.3). Zira Erdoğan ve Taşcıoğlu (2023, s. 637) pandemi sürecinde alınan bu önlemler nedeniyle insanların eve kapandığı ve evde zamanını geçiren çoğu insanın da teknoloji ve internet kullanımının büyük ölçüde arttığını ifade etmektedirler. Bu süreçlerin birbirini takip etmesi sonucunda sosyal medya platformlarında iptal kültürünün daha geniş kitlelere ulaşmasına ve etkisinin daha güçlü hissedilmesine sebep olabileceği öngörülmektedir.

Yapılan literatür çalışması sonucunda iptal kültürüne dair birçok araştırma ile karşılaşılmış, iptal kültürünün etkileri ile ilgili kayda değer sayıda çalışma yapıldığı tespit edilmiştir. İptal etme kültürü davranışında psikolojik belirleyiciler üzerinde bir araştırma yaparak iptal olgusunun toplum üzerindeki etkisini tartışan (Mueller, 2021); sanal kolektif bilinç ve iptal kültürünün ideolojik tasfiye olarak ortaya çıkışını araştıran (Velasco, 2020); siyaset biliminde akademik özgürlük ve entelektüel bakış açısı ile siyaset bilimi disiplini içinde iptal kültürüne dair iddiaları test etmek için kullanılan ampirik araştırma kanıtlarının kaynaklarını ve ölçütlerini açıklayan Norris (2020); Twitter'da ırkçı çağrılar ve iptal kültürünü konu alarak bu platformun sosyal adalet konularını tanımlama yeteneğinin sınırlamalarını inceleyen (Bouvier, 2020); iptal kültürünün etimolojisini incelediği çalışmasında iptal kültürü nün sosyal medyada yarattığı sosyal sorunların altındaki nedenlerini belirlemek için siyahi geleneğindeki köklerinden, dijital çağda sosyal elitler tarafından kötüye kullanılmasına kadar geçen süreçleri inceleyen (Clark 2020) çalışmalar bunlardan bazılarıdır.

Yapılan literatür taramaları sonucunda iptal kültürü olgusunu çoğunlukla siyaset ve sosyal medya ile ilişkili bir biçimde ele alan çalışmalara rastlanırken, bu olguyu kavram olarak tek başlık altında inceleyen hemen hiçbir araştırmaya rastlanılmamış ve bu yönüyle de literatüre katkı sağlamak amaçlanmıştır. Yapılan literatür taraması sonucunda, iptal kültürü ile linç kültürü kavramına dijital ortamda çok yakın anlamlar yüklendiği gözlemlenmiştir. İptal kültürü olgusu üzerine araştırma yapılırken birçok akademisyen tarafından yapılan tanımlamalardan istifade edilerek ilgili kavramların birbirinden ayırt edilen yönleri ifade edilmeye çalışılmıştır. Araştırmalar incelendiğinde çoğu sosyal medya kullanıcısı için iptal kültürü kavramının sanal adalet mekanizmasının bir karşılığı olduğu tespit edilmiştir.

Bir Kavram Olarak İptal Kültürü

İptal kültürü kavramı ayrı ayrı ele alınıp incelendiğinde; Oxford sözlüğüne göre (2023) İptal kavramı; "yürürlükten, kullanıştan kaldırma, bozma, silme" anlamlarına gelmektedir. Kültür kavramı ise; "bireylerin isteklerinin en temel nedeni ve belirleyicisi, insanların değerleri, örf, adet, ahlak, tutum, inanç, davranış, sanat ve toplumda paylaşılan sembollerin karışımıdır" (Aktaran: Yıldız, 2022, s. 295).

İptal kültürüne ilişkin bir başka argümana da sosyal medya platformları ve siyaset alanında rastlanılmaktadır. Her iki argümanda iptal kültürü bağlamında günlük yaşama uyarlandığında çok farklı bir yapı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu yapı sosyal medya uygulamalarında -insan doğası için gerekli olan- sosyalleşme ağının internet ortamına taşınmasını ve sosyal medya kullanıcılarının bu ortamlarda yeniliklere adapte olmasını kolaylaştırmıştır. Bu nedenle iptal etme kavramı sanal platformlardaki bu uyumu dijital çağda hiper sosyalliğin bir özelliği olarak düşündürtmektedir. Dolayısıyla iptal kültürü kavramı dijital çağın yeni argümanları olan Facebook, Twitter, Tik Tok, Instagram gibi sosyal medya platformlarında sıklıkla gerçekleşmektedir. Bu bağlamda bu platformlar iptal kültürüne hizmet ederek açık tartışmayı engellemektedir. Zira iptal kültürü yıkıcı olan bir eleştiri biçimi olabilir (Velasco, 2020, s. 6). Dolayısıyla iptal kültürü kavramı; pek çok akademisyen ve yazar tarafından farklı açılardan incelenmesi nedeniyle üzerinde uzlaşılmış tek ve ortak bir tanım bulunmayan bir kavramdır. Yapılan literatür taramasında karşılaşılan tanımlamalardan bazıları şu şekildedir:

Norris (2020, s. 15)'e göre iptal kültürü; hedefine ulaşmak için utanç olgusunu norm düzenlemesi olarak kullanmaktadır. Kültür iptalinin utanç gibi pek çok aşaması olabilir. İptal edilen kişinin veya kuruluşun sosyal medya sayfasının takipleri ortadan kaldırılabilir. Bu tutum, müziklerinin yayınlanması, ürünlerinin satın alınması vb. kişi veya kuruluş için zenginlik yaratan faaliyetlere katılmanın reddedilmesi anlamına gelebilir. Ayrıca, doğrudan sayfada veya ayrı bir gönderide yorum yaparak kişinin fikirlerine

meydan okumayı veya utandırmayı da içerebilir. İptal kültürü sosyal medyayı, bireylere farklı şiddet derecelerinde cezalar uygulayarak, utandırmak maksadıyla kullanmaktadır. "Kültürü iptal et" kavramı bireyin geçmişte sosyal normları ihlali nedeniyle oluşan dışlama girişimleri olarak tanımlanabilir. İptal stratejisi tipik olarak sosyal medyayı, ceza uygulama niyetiyle ve bireyleri utandırmak için kullanabilir (Norris, 2020, s. 2). Utandırmayla başlayan süreç geniş kitlelerin kınamalara dahil olmasına zemin hazırlamaktadır.

Ümit Alan (2021), iptal kültürü kavramını şu şekilde tanımlamaktadır:

> *"İptal kültürü kişilerin birbirlerinden güç alarak, birinin manevi olarak yok olmasını isteme halidir. Kişilerin kendilerini ifade etmesiyle, en uç ifadelerin sosyal medya algoritmalarıyla öne çıkarılmasının sonucunda benzer ya da daha da uçta ifadeleri tetiklemesi aynı düzeyde olmamaktadır. Çünkü, algoritmalar öfkeli akışı sevmekte ve öfke katlanarak yükselmektedir. İptal kültürü eleştirilen bireylerin tamamen yok olmasına, bir daha eser üretmemesine, konser verememesine, film çekmemesine vb. bir dilek listesi sunmaktadır. İptal kültürü, linçin bir aşama ötesidir. Linç hareketini başlatanlar, linç edip bir kenara bırakmaktadırlar. Ancak iptal kültüründe linç devam ettirilir ve kişinin manevi olarak yok olması istenmektedir. Örneğin, platformlardan filmlerinin çıkarılmasına, kitaplarının satılmamasına kadar süreç işlemektedir."*

İptal kültürü, çevrimiçi olarak çeşitli nefret söylemi biçimlerini düzenlemek için hem kamu ve grup kınamalarını hem de ekonomik yaptırımları kullanan bir karşı konuşma örneği olabilir. İptal kültürü bazı durumlarda pazar için yararlı olmayan nefret söylemini kınamak için nefret söylemini kullanmaktır. Bazı durumlarda ise korunan sınıf üyelerinin nefret söylemleri nedeniyle iptal edildiklerinde karşı konuşma düzenleyebileceğini, bu aşamada nefret söylemini kullanarak kişi grup ya da kurumları hedef alabileceğini vurgulamaktır. Marjinalleşmiş konuşmacıların nefret söylemlerinde diğer konuşmacılardan daha fazla zarar verici tepkiler yaratacağı konusunda daha ayrıntılı olarak incelenmesi gereken bir konu olduğunu belirtmektedir. Twitter'ın, kamu kültürü ve ekonomik yaptırımların gerçekleşmesine izin veren politikalarıyla kültürü iptal etmeye büyük ölçüde yardımcı olmaktadır (English, 2021, s. 68).

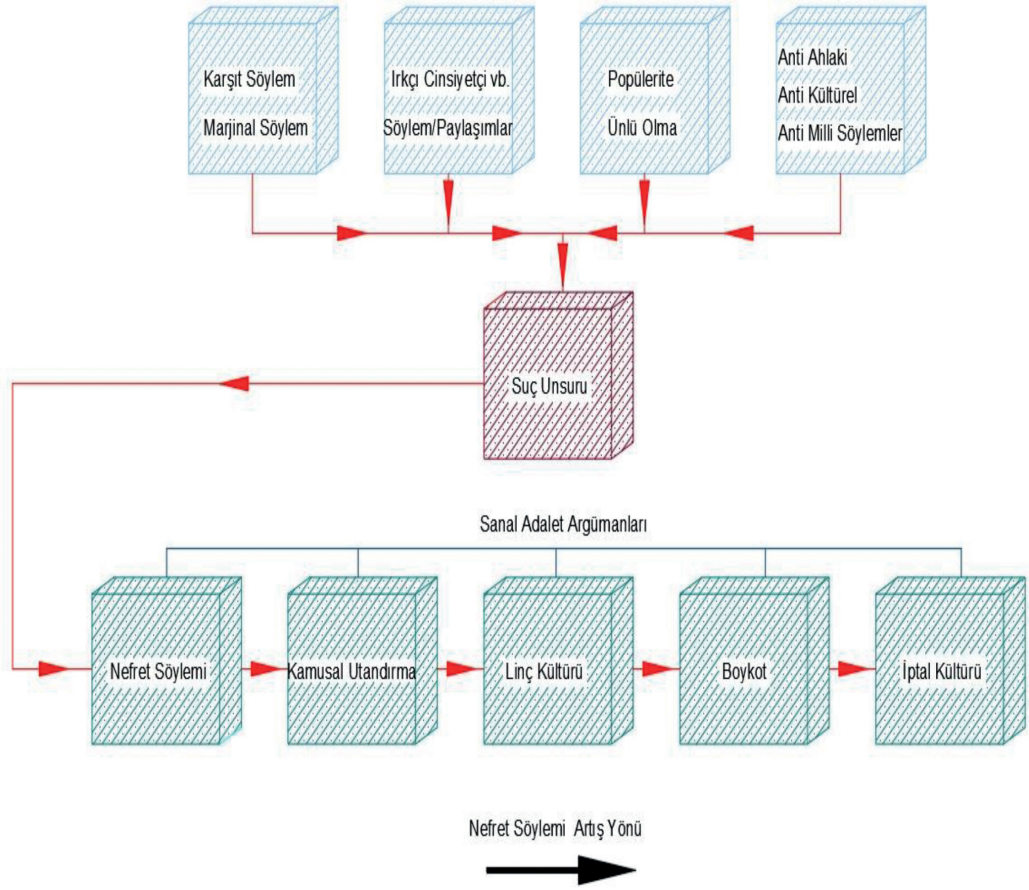
Hooks'a (2020, 21) göre, iptal kültürünün gerçekleşmesi için gerekli olan en belirgin unsurun sosyal medyada karakterize edilen iptal edilebilir bir suçun olması gerektiğini, suçun belirli konularda ortak değerlere ve ahlaki konumlara sahip geniş bir insan grubuyla açıkça rezonansa girmesi gerektiğini belirtmektedir. Aksi takdirde, iptalin yürürlüğe girmesi için yeterli desteğin olmayacağını savunmaktadır. İzleyici kitlesinin saldırgan olarak nitelendirilmiş kişileri protesto etmeleri gerekmektedir. Saldırgan olarak tanımlanan bireye ait paylaşımlara dair içeriklerin gün yüzüne çıkarılması gerekliliğini ve bu paylaşımların yıllar veya on yıllar önce söylenmiş veya gerçekleştirilmiş olması gerektiğini ifade etmektedir. Bireye ait tüm bu bilgiler arşivlendiği için o bilgiler her zaman kullanılabilir. Ayrıca kırgın bir tarafın mevcut olması gerektiğini, bununla birlikte sadece bir birey olarak başlayan ve büyüyen bu grubun suçlayıcı bir dille söz konusu saldırgan içeriği paylaşması izleyici kitlesinin olması ve hedef kitlelerinden yeterli desteği alması gerektiğini vurgulamıştır. Sonuç olarak Hooks (2020, s. 22), iptal kültürünü kişinin toplumdaki konumunun, rolünün, işinin vb. kaybına yol açacak kadar büyük bir sosyal grup tarafından yapılan bir saldırı olarak tanımlamıştır. İptal kültürünün eleştirilerden ve fikirlerden kaçınmanın bir yöntemi oluğunun, çözüme dayalı amaçlar için tartışmaktan ziyade bireyler için tartışmadan uzak veya tartışmaların sınırlı ya da neredeyse imkânsız olduğu koşullar yaratmayı tercih ettiğinin vurgusunu yapmaktadır.

Borinstein'a (2021, s. 5) göre ise; iptal süreci başladığı andan itibaren bir kişi, bir kuruluş içinde bir iş unvanı veya meslek yoluyla, kaybedecek hiçbir şeyi olmayan bir başkası tarafından eleştirilebilir. O zaman bu eleştiriler, suçlanan kişinin saygın bir kariyer boyunca gösterdiği duruşa nazaran daha çok ciddiye alınmaktadır. Bir kişi suçlanır ve medya tarafından yayınlanan doğrulanmamış kanıtlara dayanarak itibarı kalıcı olarak zedelenebilir. Bir kişi suçlandıktan sonra soruşturmalar veya yargılamalar tam olarak tamamlanmadan görevden alınabilir ve iptali gerçekleştirilebilir. Akademik çalışmalarda, hemfikir olunan bir olgu da icra edilen söylemlerin bireyin itibarında tehlike yaratması olabilir. Etkileri kimileri tarafından kınanırken, kimileri tarafından varlığı inkâr edilmektedir (Saint-Louis, 2021). Buradaki diğer önemli söylem, insanların geçmişte yaptıkları bir şey yüzünden iptal edilmesi olarak ifade edilmektedir. İptal kültürü, saldırgan davranışlar nedeniyle başka bir gruba veya kişiye itibar

zararı vermek amacıyla yapılan tıklamalar, beğeniler ve paylaşımlar gibi sosyal medya platformlarındaki çevrimiçi etkinliklerle de ilişkilendirilmektedir. İptal kültürü vasıtasıyla toplumdaki gruplar, konuların yapıcı tartışmalarını ortadan kaldırmakla birlikte, mağdurun kişisel ve sosyal yaşamını büyük ölçüde etkileyen yargılayıcı nitelikteki eleştirilerini daha da kötüleştirerek kamuoyunu olumsuz şekilde yönlendirebilmektedirler (Placio vd., 2021, s. 5).Bu bağlamda iptal kültürü kavramı, 2019 yılından itibaren ünlülere karşı cezalandırıcı bir araç olmaktan çıkarak, politikacılar gibi siyaset yapma yetkisine sahip olanları da tehdit eden güçlü bir terime dönüşmektedir (Bakher, 2021, s. 40). Bu nedenle iptal kültürünün toplumsal anlayışı, genellikle içine düşülen durumdan kurtuluşa izin vermemektedir. İptal kültürü, sosyal medya tarafından kolaylaştırılan yeni bir kamu utandırma olgusudur. Bu tür alenen utandırma, iptal edilenlerin ihlali iddiası nedeniyle kabul edilmektedir (Holman, 2020, s. 3). İptal kültürü, bir tür yeni normlara uymayan herkesi etkileme potansiyelini göstermektedir. Yeni normlar, cinsiyet kimliği, ırk kimliği, siyasi ideolojiler ve temsil konusunda gelişen söylem olabilir. Aslında iptal kültürü, hem sosyal adalet için bir araç hem de çevrimiçi taciz biçimi olarak çalışan bir aktivizmdir (Bakher, 2021, s. 45). Belki biraz daha ileriye gidilirse internet mafyalığı olarak da tanımlamak mümkündür (Hagi, 2020). "İptal kültürü; sosyal medyada görüntüleme, ürün veya hizmet satın alma ile ilgili olarak kabul edilemez. Hatta birçok açıdan da sorunlu olduğu düşünülen, bu şekilde davranan kişilere verilen desteğin geri çekilmesi olarak tanımlanmaktadır" (Mueller, 2021, s. 1). Sosyal medyada verilen desteğin geri çekildiği veya taraftar toplamak için kullanıldığı zamanlarda da iptal kültürü olgusundan yararlanılmaktadır. Zira Clair ve arkadaşları (2019, s. 124) iptal kültürünün simgesi haline gelen "#MeToo" hareketini, toplum örgütlenmesinden çeşitli şekillerde bahseden bir söylem ve/veya örgütsel iletişim olgusu olarak tanımlamaktadırlar.

Bromwich (2020) The New York Times'daki yazısında; iptal kültürüne dair çalışmaları olan Michigan Üniversitesi'nden Profesör Lisa Nakamura ile yaptığı bir röportajda, iptal kültürünü kültürel boykot olarak tanımladığını belirtmektedir (Aktaran: Bromwich, 2020). Sosyal platformlarda telafisi her zaman mümkün olmayan şeylerin ifade edildiğini vurgulayan bir başka yazısında ise; iptalin merkezi olmayan ancak ortaya çıkması gereken bir hesap verebilirlik kültürü yarattığını vurgulamaktadır (Bromwich, 2019). Bu tür hesap verilebilirlik kültürü Twitter gibi sosyal medya platformlarında ki- girişim topluluğu yönetimi biçiminde ki bu açıklamalar- bir tür aktivizm olarak görülmektedir (Clark, 2020, s. 89). Bu tür aktivizmde, benzer düşünen bireylerin yalnızca duymak istediklerini duydukları bir yankı odasında, düşünce tarzlarına ve tercihlerine aykırı olabilecek her şey istenmeyen kabul edilmektedir (Velasco, 2020, s. 2). Bu nedenle iptal kültürünün etkisi, konuşmaların ne kadar iyi çalıştığı incelenerek ölçülmelidir. Twitter, denetleme araçlarıyla marjinalleşmiş grupların nefret söylemi içeren mesajlarını kaldırarak söz konusu grupları caydırma politikası yürütmektedir. Twitter, nefret söylemi politikalarını ihlal ettiği için Tweetleri kaldırabilirken, kullanıcılar konuşmayı iptal kültürü aracılığıyla kınayarak onlara eleştirel yanıt vermekle yetinmektedirler. Aksi konuşma olarak da ifade edilen kültürü iptal etmek, bazılarının inanabileceği gibi sadece duyulmakla ilgili değil, aynı zamanda diğer marjinalleşmiş grupların karşı konuşmalarına tepkilerini de göz önünde bulundurmakla ilgili olabilmektedir. Bu nedenle herhangi bir ünlüyü, kuruluşu ve özel kişiyi iptal etmek için halka meydan okumayı hatta başkalarını da utandırmaktan sakınmamaktadır (English, 2021, s. 2).

Sonuç olarak yukarıdaki araştırmacıların kavrama yönelik açıklamaları ve tanımlamaları değerlendirilerek, iptal kültürünün aşamaları ve gelişim süreci Şekil-1 de belirtilen akış şeması ile tanımlanmıştır.



Şekil 1. Sanal Adalet Argümanları Doğrultusunda İptal Kültürü Aşamaları ve Gelişim Süreci Akış Şeması.

Şekil-1 de görüldüğü üzere sosyal medyada özellikle ünlü ya da tanınır olan kişilerce yapılan paylaşımlar, karşıt, marjinal, ırkçı, cinsiyetçi, anti ahlaki anti kültürel ve anti milliyetçi söylemler suç unsuru olarak kabul edilmektedir. Söz konusu paylaşımlar ve söylemler suç unsurunu oluşturan faktörleri ayrı ayrı veya birlikte kullanabilme kabiliyetine sahiptirler. Tüm bu paylaşım ve söylemler; nefret söyleminin oluşmasına neden olmaktadır. Nefret söyleminin ardından, ortak öfke duygusu sanal kamu ortamına zemin hazırladığında çevrimiçi kamusal utandırma gerçekleştirilmektedir. Utandırma boyutunda nefret söylemleri geniş kitlelerce artırıldığında, sosyal medyada linç gerçekleştirilmektedir. Linç aşamasında, öfke dolu kesimin birbirini tetiklemesi ile sosyal medyada suç işlediği düşünülen kişi cezalandırılmak istenmektedir. Bu nedenle nefret söyleminin daha geniş taraftar toplaması linç kültüründen boykota geçişi hızlandırmaktadır." #" açıldığında boykot çağrısı yapılmakta ve yapılan boykot çağrıları sonucunda kişi iptal edilmektedir.

Şekil-1 de belirtilen süreç, adaletin yerini bulmadığına inanan kişilerin sosyal medyada iptal kültürünü meşrulaştırdıkları ve kendi adalet anlayışlarını sanal ortamda uyguladıkları iptal kültürü aşamalarını ve gelişim sürecini içermektedir. Kendi adalet anlayışını yürürlüğe koyan birey ya da grupların tepkileriyle mağduriyet yaşayan kişi, grup, kurum veya kuruluşlar üzerinde yıkıcı etkinin gerçekleşmesi mümkün hale gelir. Zira Hashtag aktivizmiyle linç'e uğrayan kişi, grup, kurum veya kuruluşların bugüne kadar yaptıkları çalışmalar silinip, toplumsal linçin etkisiyle sosyal medyadan ve sosyal hayattan iptali sağlanabilir. Sonuç olarak iptal kültürü vasıtasıyla toplumdaki gruplar, konuların yapıcı tartışmalarını ortadan kaldırmakla birlikte, mağdurun kişisel ve sosyal yaşamını büyük ölçüde etkileyen yargılayıcı nitelikteki eleştirilerini daha da kötüleştirerek kamuoyunu olumsuz şekilde yönlendirebilmektedirler (Placio vd., 2021, s. 5).

İptal Kültürü ile İlişkili Kavramlar

Çevrim İçi Utandırma: Laidlaw (2017, 2) ve Posner (2015) çevrimiçi utandırmayı sosyal kontrol olarak tanımlamışlardır Laidlaw (2017, s.3). Çevrimiçi utandırmayı uyanıklık, zorbalık, bağnazlık ve dedikodu olmak üzere 4 kategoriye ayırmıştır. Modern utandırma ve uygulandığı yeni teknolojileri, kamusal ve sosyal alan mahremiyetinin hesaba katılması gereken kritik bir arena olduğunu vurgulamaktadır.

Dijital Aktivizm: Sivitanides (2011, s. 2), dijital aktivizmi, dijital ağ yapısını kullanan tüm aktivizm örneklerini tartışmak için en iyi terim olarak ifade etmektedir.

George ve Leidner (2019, s. 11) çalışmalarında dijital aktivizm biçimlerini açıklarken temsili dijital aktivizm faaliyetlerinden bahsetmektedirler. Söz konusu faaliyetleri meta-seslendirme, iddia, e-finansman, politik tüketicilik, dijital dilekçeler, botivizm, veri aktivizmi, ifşa ve hacktivizm olarak kategorize etmiştirler.

Nefret Söylemi: Irkçılık, cinsiyetçilik, yabancı antipatikliği, dışlama, şekilcilik gibi ötekileştirici eylemlerle ifade edilen nefret söylemlerinin, tolere edilemeyen önyargılarının fiziki ya da sanal ortamdaki yansıması olarak ifade edilebilir. Nefret söylemi ile iptal kültürü arasındaki ilişki incelendiğinde, her iki kavramında çevrimiçi nefret söylemini düzenleyen itici güç oldukları ortaya çıkmaktadır. (English, 2021, s. 11).

Çevrim İçi Aktivizm: İptal kültürü, bazıları tarafından bir çevrimiçi aktivizm biçimi olarak tanımlanmaktadır. Çevrimiçi aktivizm gençlik kültürü ile ilişkili olabilir. Çevrimiçi aktivizm, birçoğu tartışmadan uzak gençlerin sosyal farkındalığı artırmak için herhangi bir temsil etrafında toplanması olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda Twitter gibi platformlar, temsil düzeyi düşük birçok grup için seslerini çıkarılabileceği bir araç olmaktadır (Bakher, 2021, ss. 7-46). Çevrimiçi alanların son derece etkileşimli doğası nedeniyle, dijital aktivizm, Web 2.0'ın varlığından önce yazılı medyada veya yeraltı radyosunda aynı anda gerçekleştirilemeyen, biçimlerine olanak tanımaktadır. Buna çevrimiçi aktivizmin araçları -beğenme, paylaşma ve retweetleme- eklendiğinde, bu yeni alanın eğitim ve sosyal yardım için büyük bir potansiyele sahip olduğu açıkça ortaya çıkmaktadır (Goodling, 2015).

Özetlemek gerekirse, çeşitli sosyal medya özellikleri çevrimiçi aktivizmi kolaylaştırır. Çevrimiçi aktivizm, kişinin siyasallaşmış bir konu hakkındaki duruşunun sembolik olarak belirtilmesinden -örneğin kişinin sosyal medya profil resmini değiştirmesi- daha karmaşık katılıma -örneğin sosyal bir konu hakkında ayrıntılı gönderiler yazılmasına- kadar birçok aşamayı kapsayabilmektedir (Reijdanus vd., 2020). Bu iki kavramın ayrıldığı noktalardan bahsetmek gerekirse; dijital aktivizm, dijital ağ yapısını kullanan ve tüm aktivizm örneklerini tartışmak için en iyi terim olarak ifade edilmekteyken, çevrimiçi aktivizmde ise; anlık ve etkileşimli bir yapıdan bahsedilmektedir. Çünkü başarıyı arkadaş, beğeni, retweet ve paylaşım sayısına göre ölçen ölçüm sistemi çevrimiçi aktivizmin ayrıntılı bir özetini oluşturarak destekçi ağının etkili bir şekilde haritalandırılmasına yardımcı olmaktadır" (Hansson vd., 2021).

Boykot: Boykot, iptal kültürü olarak bilinen olgunun dürüst olmayan yanı olarak ortaya çıkmaktadır. İptal kültüründe gömülü olan yalan olgusu, iptal edilenlerin çoğunluğu için bir boykotun gerekçesi olabilir. Boykotlar, iptal kültürü ile benzer özelliklere sahip olabilirler. Örneğin boykotta; belirli bir kişi veya bir grubun saldırgan davranışları ile farkındalık yaratılarak kitlelerden destek toplamak amaçlanmaktadır. Boykotun iptal kültüründen farkı, boykotun bir dilekçe şeklinde fiziksel olarak imzalanması, el ilanlarının ve posterlerin yayılması gibi benzer eylemlerle ilişkili olmasından kaynaklanmaktadır. İptal kültürü, saldırgan tutumla başka bir gruba veya kişiye itibar zararı vermek amacıyla, algı yoluyla yapılan tıklamalar, beğeniler ve paylaşımlar gibi sosyal medya platformlarındaki çevrimiçi etkinliklerle ilişkilendirilmektedir (Bakher, 2021, s. 13).

Dijital Kültür: Deuze'e (2006, s. 63) göre dijital kültür; insanların çağdaş ağ toplumu içinde hareket etme ve etkileşime girme biçimine ilişkin değerler, uygulamalar, beklentiler dizisi olarak ifade edilmektedir. Dijital kültür, World Wide Web'den önce gelen trendlere ve gelişmelere bağlı olarak, kökleri hem çevrim içi hem de çevrim dışı fenomenlerde olan, hızlı bir etkiye, yaşama ve yaşama anlam verme biçimlerini değiştiren özelliklere sahip olabilirler. Dijk (2018) yaptığı çalışmada, dijital kültürü tanımlayan 4 özellikten bahsetmiştir. Bunlar; önceden programlama, yaratıcılık, parçalanma, yeniden birleştirme (kolaj) ve kullanıcı üretimidir.

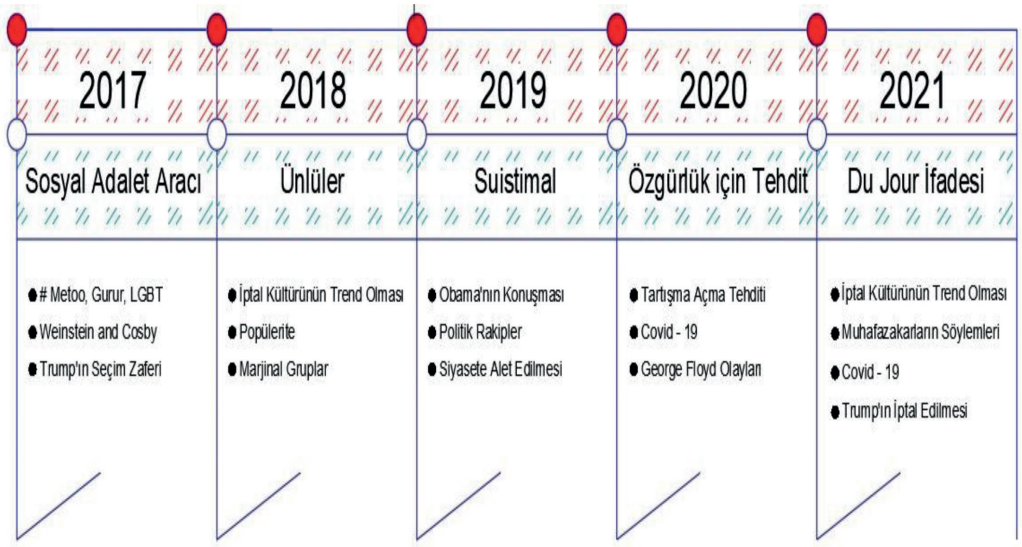
Linç/Linç Kültürü: Linç kavramı, toplumun milli, dini ve ahlaki değerlerinin ihlal edildiği davranışların sergilendiği durumlarda suçlu olarak görülen birey veya grupların ceza ile karşılaştığı bir şiddet şeklidir (Deniz, 2020). Bora (2018) ise linç kavramını; kalabalıktan güç alarak azlığın çiğnendiği, çaresiz durumda olanlara saldırıldığı, köşeye sıkışmış olanlara yüklenildiği ve bunlara ek olarak yere düşene bir de tekme atıldığı gibi ifadelerle açıklamaktadır. *Le Petit Robert* (2022) linç kavramını, "toplu bir kararla" suçlu veya suçlu olduğu iddia edilen bir kişi veya kalabalıktan bahsederek aşırı şiddetli uygulama olarak tanımlamaktadır.

Linç kültürüne dair pek çok araştırma yapılmış olsa da iptal kültürü ile çok karıştırılan bir kavram olması nedeniyle, aralarındaki farklardan bahsetmek gerekmektedir. Linç kültürü kavramı için yapılan tanımlamalar daha çok fiziksel olarak gerçekleştirilen linç'in sosyal medya platformlarına uyarlanması olarak ifade edilmektedir. Sosyal medyada suçlu olarak kabul edilen herkes linç kültürüne konu olabilir. Bu bağlamda Paz ve arkadaşları (2022), sanal ortamda yapılan linç olgusunu "kurbanları işaretlemek için organize bir ritüel" olarak tanımlamaktadırlar. Herhangi bir suçtan dolayı teşhir edilenler; sıradan biri, bazen ünlü, bazen siyasetçi olabilir. İptal kültüründe daha çok tanınan ya da tanınırlığı yüksek olan ünlü, sanatçı, politikacı vb. kişiler mağdur edilmektedir. Linç kültürü; kızgın toplulukların eleştirileri şeklinde tanımlanabilirken, İptal Kültürü linçle başlayan eleştirilerin ardından boykot aşamasına geçildiği ve sanal kamunun öfkesi dindirilmediğinden bireyin toplumdan dışlanmasına kadar varan bir süreci kapsamaktadır.Linç kültürünün iptal kültüründen ayrıldığı kısım, linçe uğrayan sıradan kişinin mağduriyet derecesinin ne kadar gündemde kaldığı ile ilgili olmasıdır. Maruz kaldığı linç ve zarar gündemde kaldığı süre içinde sınırlanmıştır. "Linç olayı gerçekleştiğinde, harici medyayı yönetmek için makul sesler ortaya çıkar, kamuoyunda farkındalık yaratır ve istediği gerçekleşince sona erme eğilimi gösterir" (Arnaboldi vd., 2016, 11).

İptal Kültürü Olgusunun Tarihsel Arka Planı

Sosyal medyadaki tüm çağrılar veya iptaller kullanıcıların kişiliği yansıması sonucu gerçekleşmemektedir. Farkındalığı artırmak, insan haklarını savunmak ve tanıtım yapmak gibi genel halkı ilgilendiren konularda başkalarını aydınlatmak gibi daha derin amaçları olabilmektedir. Bu nedenle, insanların iptal etmeden önce neyi savunduklarını anlamak için kendilerine zaman ayırmaları gerekmektedir. Eleştirilere rağmen Facebook ve Twitter gibi platformlar, sadece faillere seslenmek için değil aynı zamanda #MeToo hareketi gibi sosyal sorunları savunmak için de kullanılmaktadırlar. Mağdurlar, kariyer ve duygusal boyutta yıkıcı sonuçlar doğuran iptali yaşadıklarında, kendilerine olan güveni yeniden inşa etmek, zihinsel sağlıklarına yeniden kavuşmak, geçimlerine yeniden başlamak için hatalarını kabul etmeli ve onlardan ders almalılardır.

Sosyal medyanın hızla ilerleyen teknoloji ile birlikte insanların hayatlarını kolaylıkla etkilediği görülmektedir. Sosyal medya platformlarını kullanan bireyler paylaşımlarında hassas ve dikkatli olmalılardır. İnsanların, algılanan sosyal norm ihlalleri nedeniyle failleri utandırarak sosyal polisliğe başvurması ve kendilerinden farklı görüşleri olan insanları kınamak veya susturmak için çeteler oluşmaları, politik doğruculuğu savunan iptal kültürünün ortaya çıkmasını sağlamıştır (Placio vd., 2021, s. 11). İptal kültürünün ilk çıkış noktası Wesley Snipes'ın Nino Brown adında bir gangsteri canlandırdığı, 1991 yılı yapımlı filmi "New Jack City" dir (Romano, 2020). Filmin bir sahnesinde, kız arkadaşıyla yaşanan fiziksel şiddetin ardından sözlü şiddete de yer verilmesi, bir satıra atıfta bulunulması ve bu ifadelerin yayılmasıyla (Saint-Louis, 2021) iptal kültürü kavramının ortaya çıktığı ifade edilmektedir. "New Jack City" ile başlayan iptal kültürü olgusu, mağduriyet algısı oluşturularak #Meetoo etiketiyle geniş kitlelerden destek alabilmek için kullanılmıştır. #Metoo hareketi Amerika sinema sektöründeki kadınların, 2017 yılında kariyerleri süresince yaşamış oldukları cinsel tacizleri ve saldırıları sosyal medyada ifşa ettikleri bir olay olarak tarihte yer almaktadır. Mağdurların karşı karşıya kaldıkları mobbing ve baskılar, tacizcilerin de isimleri ile birlikte "Me Too" etiketi ile sosyal medyada paylaşılmıştır (Posta 03 Temmuz 2021).



Şekil 2. İptal Kültürü Kapsamına Giren Toplumsal Olayların Kronolojisi (Bakher 2021,44).

#Cancelled etiketi, popüler kültürün etkilendiği siyahi kültüründen gelmektedir (Etcetera 2020). Tanınırlığı yüksek kişilerin sorunlu eylemleri ve ifadeleri sonucu oluşan iptal etme anlayışı Twitter' da popülerlik kazanan iptal kültürüne dönüşüp 2017 yılında kolektif bilinç anlayışını doğurmuştur (Greenspan, 2020). #MeToo hareketi Twitter aracılığıyla, kadınlara yönelik cinsel şiddet konusunda toplumsal farkındalık oluşturarak değişikliklere yol açmaktadır (Holman, 2020, s. 9). Öte yandan #MeToo hareketi ile başlayan iptal kültürü, mağdurların cinsel taciz faillerine sosyal adaleti (Bouvier, 2020, s. 4), uygulamak için kullandıkları bir sosyal medya aktivizmi haline gelmiştir (Ng, 2020, s. 7). Sosyal medya aktivizmi sonucunda sosyal medya platformlarında iptal kültürüne maruz kalanların sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu bağlamda yapılan literatür taramalarında somutlaştırılmış genel örneklerin yıllara göre dağılım gösteren analizine ulaşılmıştır.

Şekil-2 de oluşturulan çizelgede; 2017 yılında sosyal adalet aracı olarak doğan iptal kültürünün, 2021 yılına gelinceye kadar olan süreçte cinsiyet eşitliğini savunmak, ırkçı söylemlerin ve tacizlerin karşısında durmak, özgürlüğe tehdit oluşturan her türlü söylemde tepki göstermek gibi pek çok konularda sanal kamuoyu oluşturduğu görülmektedir. 2020 de George Floyd'un ölümü üzerine Twitter gibi sosyal medya platformları tarafından Trump'a verilen tepkiler de iptal kültürünün etkisine örnek teşkil etmektedir. Şekil 2'de 2020 ve 2021 yılı sütunlarında COVID-19 ibaresi yer almaktadır. COVID-19, tüm dünya nüfusunu etkilemiş, dünya çapında her yönüyle bir yalnızlaştırma görevi üstlenmiştir. İnsanların çoğunluğu evlerinde kaldıklarında, sosyal medya aracılığıyla sosyalleştikleri görülebilir. 2020 yılı ile birlikte iptal kültürünün artmasına COVID-19'un majör etki yaptığı Şekil 2 de verilen çizelge ile ifade edilmiştir.

İptal Kültürüne Yönelik Eleştiriler

Sosyal medya aktivizminin en güçlü silahı haline gelen iptal kültürünün, toplumun önde gelenleri için rahatsız edici bulunduğunu söylemek mümkündür. Farklı politik fikirlere ve mesleklere sahip 150'den fazla akademisyen, yazar vb. elitler iptal kültürünü ahlaki tehdit olarak gördükleri için Harper's Magazinde yayınlanan mektubu imzalamışlardır (Harper's Magazine, 2020). "Adalet ve Açık Tartışma Üzerine Bir Mektup" başlıklı bu yazı dergi seçkinlerinin çoğu için iptal kültürü söylemine eleştirel bakış açısı geliştirdiği için önemlidir (Bakher, 2021, s. 42). Mektubun ima ettiği şekliyle iptal kültürü fikri, kapitalizmin medya üretimi iken, izleyici tarafında ise sosyal medyada talep edilen bir olgudur. Sosyal medya, dikkate değer nitelikte olmayan konuşmaları gazetecilerin, okuyucuların, dinleyicilerin, izleyicilerin dikkatini çekecek şekilde -medya içeriği talebini karşılamak için- kullandıkları bir alandır (Clark, 2020, s. 90). Sosyal medyanın büyük bir güç olduğunu vurgulayan bir başka eleştiride Lu (2019) tarafından yapılmaktadır. Ona göre medyanın çoğunlukla sözlü ve iletişimsel yapısı nedeniyle

iptal kültürünün kamusal aşağılama eylemlerinin önünü açtığını ifade etmektedir. Öte yandan Lu, bu kavramın coğrafi alan tarafından kısıtlanmamış olması ve çok sayıda insanı acımasız bir kişisel saldırıya açık hale getirmesi nedeniyle daha agresif görünebileceğinden hatta dilin tehlikeli hareketleri nedeni ile yıkıcı olabileceği için bireylere zarar verebileceğinden bahsetmektedir. Son olarak Lu, iptal kültürünün güçlü bir şekilde kötüye kullanılabileceğini aynı zamanda ağır adaletsizliklere ışık tutabileceğini belirtmektedir.

Kavrama dair bir başka olumsuz bakış açısı da Bauer tarafından öne sürülmektedir. İptal kültürü kavramının, düşüncelerin özgürce ifade edilmesinin önünde büyük bir engel olduğunu ifade eden Bauer (2019), bireyi aykırı görüşlere sahip olduğu için iptal etme fikrine dair görüşün hâkim olduğunu belirtmektedir. İptal kültürünün mantığıyla hareket edildiğinde birbiri ardına iptal edilenlerin engellenmesi nedeniyle kademeli olarak entelektüellerde azalmaya yol açabileceğini vurgulamaktadır. İptal kültürü, diğer teknolojik unsurları da içerir. Bu açıdan internet tabanlı iptal kültürü perspektifinde, herhangi bir yerdeki herkes herhangi bir yerdeki herhangi birine saldırı başlatabilir.

İptal kültürüne bir başka eleştiri de ABD'nin eski Cumhurbaşkanı olan Barack Obama tarafından yapılmıştır. The New York Times'da (2019), Barack Obama genç aktivistlere yargılayıcı oldukları için karşı çıkmaktadır. Barack Obama yaptığı konuşmada: "Dünya dağınık, belirsizlikler var. Gerçekten iyi şeyler yapan insanların kusurları var. Savaştığınız insanlar çocuklarını sevebilir ve bazı şeyleri sizinle paylaşabilir. Bu aktivizm değildir. Bu değişim getirmiyor. Eğer yaptığınız tek şey taş atmaksa, muhtemelen o kadar uzağa gidemezsiniz!" ifadelerini kullanmıştır. Bu eleştirinin ardından uzmanlar, köşe yazarları ve akademisyenler; Barack Obama'nın konuşmalarının söylem analizini yaparken, iptal kültürünü terim olarak kullanmasa bile bu olguya yönelik eleştiri yaptığını öne sürmektedirler.

İptal kültürüne dair yapılan araştırmalarda çok nadir de olsa yararlı olduğuna dair görüşlere de rastlanılmaktadır. Aslında bu olgunun büyük bir güç olduğu ve bu gücün nasıl kullanıldığına bağlı olarak da yorumlanabileceğine dair görüşler de bulunmaktadır: Bunlardan biri de bu kavramın sosyal medya mecralarında en iyi ikna unsurlarından biri olabileceğidir. Çünkü kamusal söylemin dijital olarak indekslenmesi ve saklanması, sosyal medyada tekrarlanan kelimelerin ve bireylerin arşivlenmesini sağlamaktadır. Bu nedenle sosyal medyada yapılacak olan her hareketin, her şeyin hesaba katılması bu kavramın en iyi gasp veya sindirme aracı olarak tanımlanmasını olanaklı hale getirmektedir (Hooks, 2020, s. 12). Zira sindirme aracı olan ahlaki terimler: açgözlülük, yolsuzluk, umursamazlık, sahtekarlık, sadakatsizlik vb. unsurlar iptal kültürünün dijital platformlarda varlığına işaret etmektedir (Richards 2013, s. 98). Aynı dönemin başka bir söyleminde ise iptal kültürünün, azınlık ve marjinalleştirilmiş insanların deneyimlerinden bahsetmelerine olanak sağlayan yararlı bir araç olduğu vurgusu yapılmaktadır. Bu eylem, elitlerin hesap verebilirlikten kaçmak için kullandıkları güç olarak görülmektedir. Eylemlerinin sonuçlarıyla yüzleşmek istemeyen elitlerin, öngöremedikleri herhangi bir eleştiriye muhatap olmamak için yürüttükleri karşıt söylemler olabilmektedir (Hagi, 2020).

Sonuç ve Değerlendirme

Bilgi teknolojileri ve sosyal medya platformlarının hızla artışı ile birlikte, her kelimenin kaydedildiği, sıralandığı ve arşivlendiği alan ve kapasite katlanarak artmıştır. Kamusal alanda ifade edilenlerin dijital ortamlarda taranmasının ve depolanmasının en zarar verici yönü, toplumsal değerler karşısında bireyin ahlakının ve sosyal duruşunun da arşivlenmesi olabilir (Hooks, 2020, s. 87). Kitle tarafından sorunlu, duyarsız ve iptal edilmiş olarak etiketlendikleri için sosyal medyadaki bu gözetim normal bir durum olarak değerlendirilmektedir (Placio vd., 2021, s. 4). Özetlemek gerekirse "dijital devrim de denilen bu süreç, insanlığın yaşama, çalışma ve birbirleriyle ilişki kurma şeklini de değiştirmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin büyümesi ile birlikte bilgi ve hizmetlere erişimi iyileştirme, sosyal adalet için toplu eylemi etkinleştirme potansiyeli artmaktadır. Ancak bu durum devrimden kimlerin faydalandığı konusunda büyük eşitsizlikler yaratma riskini de doğurmaktadır" (O'donnell ve Sweetman, 2018, s. 217).

Yapılan literatür taramaları ve kavrama dair pek çok tanımdan hareketle şu sonuçlara varılmıştır: Eşitsizliklere karşı duruş göstermek algısıyla, kendi adaletlerini sağlamak isteyen kullanıcılar, bireyselken yapamayacaklarını kitle haline geldiklerinde daha rahat ve kontrolsüz şekilde gerçekleştirebilmektedirler. Kendileri gibi olmayanlarla farklılaşan, uzlaşmayan kitleler, ifade

özgürlüklerini savunan görüşlerin çok dışında hareket etmektedirler. İnsan hakları, ifade özgürlüğü ve demokrasiyi kendi duygularıyla sanal ortamda şekillendiren kullanıcılar, empati yeteneği taşımadan yapmış oldukları linç girişimiyle mağdurların kariyerlerini sonlandırabilirler. Bireyleri bir araya getiren bu duygu, öfke patlamaları ve nefret söylemleri, toplumda geciken/gerçekleşmeyen adalet kavramından kaynaklanmaktadır. Adaletin yerini bulmadığına inanan kişilerin sosyal medyada iptal kültürünü meşrulaştırdıkları ve kendi adalet anlayışlarını sosyal düzende uyguladıkları görülmektedir. Başlangıçta viral nitelikte olan linç zamanla sosyal ağların birinden diğerine ulaşarak kamuoyu oluşturmayı başarmaktadır. Oluşan kamuoyundan yayılan nefret söylemleri, iptal kültürünün başarıya ulaşmış olduğunun kanıtı niteliğindedir. Bu bağlamda kitle hareketlerinin sosyal medya kullanıcılarını istedikleri doğrultuda yönlendirip, tepkisel sanal kitle bloğu yarattıkları görülmektedir.

Bu araştırmada sosyal medya kullanıcılarının hedef aldıkları bir içerik için yaptıkları, nefret söylemine varan, kişi hak ve özgürlüklerine müdahale ve toplumsal statüsüne zarar verecek kadar siber zorbalık içeren yorumlarıyla kitlelerin kışkırtılmasının önün açıldığı ve söz konusu linç kültürünün iptal kültürü ile doğrudan ilişkili olduğu görülmektedir. Bu ilişkinin yönün -çalışma kapsamında rastlanılan literatürde- daha çok farlılıklarına işaret ettiği gözlemlenmiştir. Yapılan literatür taraması doğrultusunda linç kültürü ile iptal kültürü arasındaki farklılıklar Tablo-1 de ifade edilmektedir.

Tablo 1. İptal Kültürü ile Linç Kültürü Arasındaki Farklılaşan/Ayrışan Yönler

Kavramların Bağlayıcılığı	**İptal Kültürü**	**Linç Kültürü**
Kapsam	-Yerel -Ülke geneli -Kitlesel	-Yerel -Ülke geneli
Tanınırlık ve Süre	- Tanınırlık düzeyi yüksek olanlar daha uzun süreli gündemde kalırlar.	- Tanınırlık düzeyi düşük olanlar daha kısa süreli gündemde kalırlar.
Gündem	- Daha uzun sürede gündemde kalırlar. - Farklı bir zaman dilimi ve konuda gündeme gelindiğinde dahi iptal edildikleri konular kişisel olarak gündeme gelir. - Kimlik üzerinden yorum yapılır. Kimlik üzerinden arşivlenmiştir.	- Kısa sürede gündemde kalırlar. - Linç konusu farklı bir zaman diliminde bir başkası tarafından yapıldığında dahi örnek olay olarak gündeme gelir. - Kimlik üzerinden yorum yapılsa dahi örnek olay olarak arşivlenmiştir.
Tepki	- "#" İle küresel taraftar bulur (Metoo hareketi gibi)	- Kınama ile son bulur.
Sosyal Hafıza / Hatırlanma	- Öncelikli olarak İsim ile hatırlanırlar.	- Aynı davranış kalıbı tekrar edildiğinde referans göstermek için hatırlanırlar. - İsimden ziyade söylem benzerlikleri üzerinden örnek gösterilirler.
Zarar	- Utandırma - Mesleğini ifa etmekten alı koyma /Boykot - Kazanç sağlayamama - İtibar suikastı - Sosyal medya ortamlarında dışlanma - Kişi hak ve özgürlüklerine saldırı/Tehdit	- Utandırma - İtibar suikastı - Boykot/Dışlanma - Tehdit - Sosyal medya ortamlarında kınanma

Tablo-1'de oluşturulan tablo teorik/kavramsal çerçeveden hareketle şu şekilde yorumlanmaktadır:

✓ Linç kültürünün iptal kültüründen ayrıldığı kısım, linçe uğrayan sıradan kişinin mağduriyet derecesinin ne kadar gündemde kaldığı ile ilgili olmasıdır. Maruz kaldığı linç ve zarar gündemde kaldığı süre içinde sınırlanmıştır.

✓ Gündem değişip yeni linç mağdurları hedefe alındığında, önceki kişi ve yaptıkları hatırlatılana kadar linç kültürü son bulabilir. İptal kültüründe ise; tanınırlık seviyesi yüksek olan veya yaptığı eylemden dolayı popülerliği artan kişi, kurum ya da gruplar maruz kaldıkları linçin ardından boykota uğramaktadırlar. Kariyerleri dahil bugüne değin ifa edilen tüm çalışmalar göz ardı edilerek, toplumdan iptallerini sağlamak mümkün hale gelmektedir.

✓ İptal kültüründe öfke "#" ile taraftar bulurken, linç kültüründe bu tutum kınama haliyle son bulur. Sanal ortamda seçilen kurban linçe maruz bırakıldıktan sonra boykot edilir ve iptal kültürü ile yok edilebilir.

✓ En son ayrım ise; iptal kültürü ile toplumdan dışlanan bireylerin profesyonel yaşamları ve statüleri alt üst olabilir. Kazanç sağlayamadıklarından ve mesleklerini ifa edemediklerinden dolayı mağdur olabilmektedirler. Toplumdan iptal edilen bireyin internet ortamında arşivlenen bilgileri, çoğunluk tepkisi ve etkileşim sayısı arttıkça daha çabuk gün yüzüne çıkabilmektedir. Söylemler bireyi çevrimiçi ortamlarda, utanma duygusuna sürükleyebilir. İptal kültürü bireylerin psikolojileri üzerinde tahribata neden olmakla birlikte, bireyler üzerinde oluşan öfkeyi; "#" etiketi ile kitlesel eyleme dönüştürme potansiyeline sahip olabilmektedir. Bir ağdan diğerine kartopu misali yayılan ortak duygular dezenformasyonun da etkisiyle linçe evirilebilir. İnsanlar, Hashtag aktivizmi ile boykot çağrısını teşvik etmekte ve boykot edilen mağdur, sosyal hayattan koparılmaktadır. Tüm bu aşamalar iptal kültürünün oluşmasının nedenleri olarak sıralanabilir.

İptal kültürü, kamusal söylem içeren eylemlere yönelik tepkinin, sanal ortamdan gerçek yaşama taşınabilmektedir. Dolayısıyla hedefte olanlar için sonuç ticari kazanç sağlayamama, mesleki itibarsızlaştırma, görevden menetme gibi pek çok konuda mağduriyet yaşanmasına neden olabilir. Bu nedenle, "benden olmayanın yok edilmesi" görüşünün hâkim olduğu bu olgu; sebep olduğu zararların tazminine yönelik çalışmaların gerekliliğini ortaya koymaktadır. Yapılan araştırma iptal kültürünün oluşumunu, toplum üzerindeki etkisini içeren literatür çalışmalarının taranmasını kapsamaktadır. Yapılan literatür çalışmalarında iptal kültürünün olumsuz etkilerini azaltıcı tedbirlere yönelik çalışmalara rastlanılmamıştır. Dolayısıyla bu çalışma, söz konusu tedbirlerin belirlenmesine yönelik arayışları ele alabilecek gelecek çalışmalar için kılavuzluk üstlenebilir.

Kaynakça

ALAN, Ü. (2021). "Sosyal medya anlık işlediği için hemen mahkemeyi kurulup, yargılamadan infaz da ediliyor…" Erişim Tarihi: 30 Ekim 2021. http://www.gazete kadikoy.com.tr /yasam/parmak-ucundaki-nefret-h17585.html,

AMY, O'DONNELL ve CAROLINE, SWEETMAN. (2018). Introduction: Gender, development and ICTs, Gender & Development, 26:2, 217-229. https://doı: 10.1080/13552074.2018.1489952.

ARNABOLDI, M and COGET, J. F. (2016). Social media and business. We've been asking the wrong question, 47-54. http://hdl.handle.net/11311/997014.

BAKHER, R. (2021). # CancelCulture: A critical discourse analysis of cancel culture and its effect on representation and voice. Independent thesis Advanced level. Retrieved from http://urn.kb.se/resolve?

BAUER, F. (2019). Cancel culture ımpoverishes both the heart and the ıntellect. National review. https://www.nationalreview.com/2019/09/cancel-culture-impoverishes-heart-and-intellect/. [Access Date: 25.09.2019]

BÉRUBÉ, M. (2018). The way we review now. PMLA, 133(1),132-138. https://doi.org/10. 1632/pmla.2018.133.1.132.

BORA, T. (2018). Türkiye'nin linç rejimi (5. Baskı). İstanbul: İletişim.

BORINSTEIN, E. B. (2021). The problematic nature of ad-hominem attacks in the digital age.

BOYD, D. (2008). Facebook'un gizlilik tren kazası: Açığa çıkma, istila ve sosyal yakınlaşma. *Yakınsama*, *14* (1), 13-20.

BOUVIER, G. (2020). Racist call-outs and cancel culture on Twitter: The limitations of the platform's ability to define issues of social justice. Discourse, context & media, 38, 100431. https://doi.org/10.1016/j.dcm.2020.100431.

BROMWICH, J. E. (2020). Why 'Cancel Culture' Is a Distraction - The New York Times. https://www.nytimes.com/2020/08/14/podcasts/daily-newsletter- cancel-culture-beirut-protest.html. [Access Date: 18.02.2022]

BROMWICH, J. E. (2019). Everyone is cancelled. The New York Times. Erişim Tarihi: 31.10.2021 Retrieved from: https://www.nytimes.com/2018/06/28/style/is-it-canceled. html.

BURMAH, L.A. (2021). Strange Cases of Cancel Culture. *Electronic Theses, Projects, and Dissertations* 1289. https://scholarworks.lib.csusb.edu/etd/.

CLAIR, R. P., BROWN, N. E., DOUGHERTY, D. S., DELEMEESTER, H. K., GEIST-MART'IN, P., GORDEN, W. I and TURNER, P. K. (2019). # MeToo, sexual harassment: an article, a forum, and a dream for the future. Journal of Applied Communication Research.,47:2, 111-129. https://doi.org/10.1080/00909882.2019.1567142.

D. CLARK, M. (2020). Drag Them: A brief etymology of so-called "cancel culture". Communication and the Public, 5(3-4), 88-92. https://doi.org/10.1177/205704732 0961562.

DENİZ, B. (2022). *Yazılı Basında Linç Saldırılarının Temsili (2009-2019)*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

DEUZE, M. (2006). Participation, remediation, bricolage: Considering principal components of a digital culture. The information society, 22(2), 63-75.

ENGLISH, M. (2021). *Cancel Culture: An Examination of Cancel Culture Acts as a Form of Counterspeech to Regulate Hate Speech Online* (Doctoral dissertation, The University of North Carolina at Chapel Hill).

ERDOĞAN, M., & TAŞCIOĞLU, R. (2023). Covid 19 Pandemisinin dijital oyun bağımlılığındaki rolü: üniversite öğrencileri üzerine nitel bir araştırma. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (*34*), 635-653. https://doi.org/10.54600/igdirsosbilder.1315779.

GEORGE, J. J. and LEIDNER, D. E. 2(019). From clicktivism to hacktivism: Understanding digital activism. Information and Organization, 29(3), 100249.

GREENSPAN, R. (2020). How 'cancel culture' quickly became one of the busiest and most controversial ideas on the internet. Insider. Erişim Tarihi: 17 Şubat 2022. Retrieved from https://www.insider.com/cancel-culture-meaning-history-origin-phrase-used-nega tively2020-7.

GOODLİNG, L. (2015). MOAR digital activism please. Kairos: Journal of Rhetoric, Technology and Pedagogy, 19 (3).

GÖL, E. (2021). *Dıscourse-19: Fear and convıctıon ın the constructıon of the pandemıc process* . 18th International Symposium: Communication in the Millennium (pp.727-736). Erzurum, Turkey

HAGI, S. (2019). Cancel culture ıs not real – at least not in the way people think. Retrieved from, https://time.com/5735403/cancel-culture-is-not-real/accessed on 31 March 2021. [Access Date: 20.02.2020].

HARPER'S MAGAZINE. (2020). A letter and justice on open debate. Retrieved from: https://harpers.org/aletter-on-justice-and-open-debate/. [Access Date: 07.06 2021].

HANSSON, K., PARGMAN, T.C., AND BARDZELL, S. (2021). Embodying activism. Computer Supported Collaborative Work (CSCW), 1-10

HOLMAN, K. J. (2020). Can you come back from being cancelled? A case study of podcasting, cancel culture, and comedians during #MeToo (Order No. 27955107). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (2427301602). Retrieved from, https://www.proquest.com/dissertations-theses/can-you-come-back-being-cancelled-case-study/docview/2427301602/se-2?accountid=191727.

HOOKS, A. M. (2020). Cancel culture: posthuman hauntologies in digital rhetoric and the latent values of virtual community networks (Doctoral dissertation, The University of Tennessee at Chattanooga).

LAIDLAW, E. B. (2017). Online shaming and the right to privacy. Laws, 6(1), 3.

LE PETIT ROBERT. (2022). Fransız Dili Sözlükleri. https://www.lerobert.com. [Access Date: 11.03.2022].

LU, C. (2019). Cancel culture is chaotic good. Jstor Daily. Erişim Tarihi 18.02.2022. Retrieved from: https://daily.jstor.org/cancel-culture-is-chaotic-good/.

MUELLER, T. S. (2021). Blame, then shame? Psychological predictors in cancel culture behavior. The Social Science Journal, 1-14, https://doi: 10.1080/03623319.2021.1949552.

NG, E. (2020). No grand pronouncements here: Reflections on cancel culture and digital media participation. Television & New Media, 21(6), 621-627. https://doi.org/ 10.1177/ 1527476420918828.

NGUYEN, B. (2020). "Cancel Culture on Twitter: The Effects of Information Source and Messaging on Post Shareability and Perceptions of Corporate Greenwashing" Wharton Research Scholars. 197. Retrieved from: https://repository.upenn.edu/wharton_research_ scholars/197.

NORRIS, P. (2020). Closed Minds? Is a 'Cancel Culture' Stifling Academic Freedom and Intellectual Debate in Political Science? HKS Working Paper No. RWP20-025, Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=3671026 or http :// dx.doi.org/10.2139 / ssrn .3 6 71026.

PAZ, R. D., REIS, A. A. DOS., and MOÇO, C. M. N. (2022). The "culture of cancellation" in social networks: how the phenomenon of "cancellation" interferes in the construction of the personality of the "canceled" person. ibero-american journal of humanities, sciences and education. *8*(9), 497–511. https://doi.org/10.51891/Rease.V8i9.6723.

PLACIO, E. D. C., VARGAS, D. S and ESTIGOY, M. A. S. (2021). Virtual call-out: the aggressions and advantages of cancel culture.

POSNER, E. (2015). A Terrible Shame: Enforcing Moral Norms without Law Is No Way to a Virtuous Society. Slate.

POSTA GAZETESİ WEB SİTESİ. (2021)." Mee to hareketi ne anlama geliyor"**.** Erişim Tarihi: 15 Şubat 2022. https://www.posta.com.tr/me-too-nedir-me-too-turkcesi-ne-anlama-geliyor-me-too-hareketi-buyuyor-2347486.

REİJDANUS, H., DE MATOS FERNANDES, CA, TURNER-ZWİNKELS, F., HONARİ, A., ROOS, CA, ROSENBUSCH, H., AND POSTMES, T. (2020). The psychology of online activism and social movements: Relationships between online and offline collective action. Current opinion in psychology, 35, 49–54. https://doi.org /10.1016/j.copsyc.2020.03.003.

ROMANO, A. (2020). "Why we can't stop fighting about cancel culture," Vox (25 August). https://www.vox.com/culture/2019/12/30/20879720/what-is-cancel-culture-explaine d-history-debate. [Access Date: 30.10.2021].

RICHARDS, D. (2013). Dead Man's Switch: Disaster Rhetorics in a Posthuman Age. University of South Florida, 98.

SAINT-LOUIS, H. (2021). Understanding cancel culture: Normative and unequal sanctioning. First Monday, 26(7). https://doi.org/10. 5210/fm.v26i7.10891. [Access Date: 29.10.2021].

TAŞOĞLU, N. P ve ÇAĞLAYAN, S. (2022). Gösterişçi duyarlılık sergileme ya da duyar kasma: Kavramsal bir çerçeve. *Selçuk İletişim*, *15*(2), 833-859.

THE NEW YORK TIMES. (2019). Obama on Call-out culture, "That's Not Activism', written by Emily S. Rueb and Derrick Byrson Taylor, published online on October 31, 2019. https://www.nytimes.com/2019/10/31/us/politics/obama-woke-can cel-culture.html. [Access Date: 16.02.2022].

VAN DIJK, J. (2018). Ağ toplumu. Epsilon Yayincilik Ltd. Sti. 2. Baskı, 293.

VELASCO, J. C. (2020). You are cancelled: Virtual collective consciousness and the emergence of cancel culture as ideological purging. Rupkatha Journal on Interdisciplinary studies in humanities, 12(5), 48-68. https://dx.doiorg/10.21659/rup katha. v12n5.r ioc1s21n2.

VERMA, A., ISLAM, S., MOGHADDAM, V. AND ANWAR, A. (2023). Promoting Emotion Regulation in Social Media Conversations through Personal Reflection. arXiv preprint arXiv:2303.00884.

YILDIZ, H. N. (2022). Kültür ve reklam ilişkisi. Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 11(1), 293-308. https://doi.org /10.33206/mjss.886628.

Summary

Communication and information technologies that allow the free flow of information have made it possible to lead individuals, influence society and achieve individual justice. The desire to win fandom in public, social media posts shared as intuitive and reactive actions in an environment where unlimited freedoms are offered, ignoring the fact that they will come to light even years later, pave the way for the emergence of the concept of "Cancel Culture".

The research includes a review of the literature on the formation of the cancel culture and its impact on society. In the literature, there are no studies on measures to reduce the negative effects of cancel culture. This study can serve as an example for future studies to identify such measures. With the perception of taking a stance against inequalities, users who want to ensure their own justice realize what they cannot do individually more easily and uncontrollably when they become a mass. The masses who differentiate and disagree with those who are not like them act far outside the views that defend freedom of expression. Users who shape human rights, freedom of expression, and democracy with their own emotions in the virtual environment can end the careers of the victims with their lynching attempts without empathy.

These emotions, outbursts of anger, and hate speeches that bring individuals together stem from the delayed/unrealized concept of justice in society. It is observed that people who believe that justice has not been served to legitimize the cancel culture on social media and apply their own understanding of justice in the social order. In a cancel culture, reactive parties may create public opinion and create a perception of victimization. Users who create "tags" or on social media with these orientations, which can also be called "Pretentious Sensitivity", can constitute the beginning of activist movements in the digital environment.

Hashtag Initially viral in nature, lynching eventually reaches from one social network to another and manages to create public opinion. The hate speech emanating from the resulting public opinion is proof that the cancel culture has succeeded. In this context, it was noted that mass movements steer users of social media in the desired direction and create a responsive virtual mass block. This research revealed that the comments of social media users for targeted content, including hate speech, interference with personal rights and freedoms, and cyberbullying to the extent of damaging social status, pave the way for the incitement of the masses and that the lynching in question is directly related to the cancel culture.

Those who are cancelled from society are also victimized in areas such as earning, practising their profession, etc.

The professional life and status of the person cancelled from society can be disrupted. Cancel culture causes damage to the psychology of individuals and has the potential to transform the anger of individuals into mass action with the hashtag "#".

As a result, the literature review conducted in this research has shown that social media platforms are virtual public spaces that are organized very quickly. For this reason, it is possible to consider social media platforms as the most effective networks for the spread of hate speech. Information archived on the internet becomes easier to unearth as the majority reaction and the number of interactions increase. Discourses can lead individuals to feel embarrassed in online environments. Common feelings that snowball from one network to another can evolve into lynching with the effect of disinformation. People are encouraged to call for boycotts through.

Hashtag activism, and the boycotted victim is cut off from social life. It is possible to list all these stages as the reasons for the formation of the cancel culture. The cancel culture, on the other hand, has severe consequences for those who are targeted, as the reaction to actions involving public discourse evolves from virtual to real life, creating rights victimization in many areas such as inability to make commercial gains, professional discrediting, and dismissal from office. Therefore, this phenomenon, which is dominated by the view of "destroying who is not like me", highlights the necessity of efforts to compensate for the damages caused.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);387-401
DOI: 10.17336/igusbd.1429059

DERLEME MAKALESİ / REVIEW ARTICLE

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Gerontechnology: Technological Solutions for Sustainable Long-Term Care

Geronteknoloji: Sürdürülebilir Uzun Dönem Bakım için Teknolojik Çözümler

[1]Barış KILIÇ
[2]Nisa YILDIZ
[3]Lutfiye İPEK
[4]Süheyla SÖNMEZ DEMİRCİ
[5]Meliha GÜÇLÜ SAZ
[6]Ahmet AYTEPE
[7]Gülüşan ÖZGÜN BAŞIBÜYÜK

[1]Res. Assist., Akdeniz University, Faculty of Health Sciences, Antalya, Türkiye.
✉ kbariskilic@akdeniz.edu.tr

[2]Lecturer, Osmaniye Korkut Ata University, Faculty of Health Sciences, Osmaniye, Türkiye..
✉ nisayildiz@osmaniye.edu.tr

[3]Gerontologist (MHSc), Akdeniz University, Institute of Health Sciences, Antalya, Türkiye.
✉ lutfiyee.ipek@gmail.com

[4]Psycogerontologist (MHSc), Akdeniz University, Institute of Health Sciences, Antalya, Türkiye.
✉ shylsnmz1@gmail.com

[5]Res. Assist., Muğla Sıtkı Koçman University, Fethiye Faculty of Health Sciences, Muğla, Türkiye.
✉ melihaguclu@mu.edu.tr

[6]Res. Assist., Muş Alparslan University, Fethiye Faculty of Health Sciences, Muş, Türkiye.
✉ ahmet.aytepe@alparslan.edu.tr

[7]Prof. Dr., Akdeniz University, Faculty of Health Sciences, Antalya, Türkiye.
✉ gozgun@akdeniz.edu.tr

Geliş/Received: 31.01.2024
Kabul/Accepted: 18.09.2024

Abstract

The rapid demographic aging brings with it various challenges in areas such as health, care, safety, isolation and disability. Finding solutions to this situation requires political, economic and social planning to ensure sustainability and support the well-being and quality of long term care. In the contemporary context, gerontechnological solutions are emerging as important tools for solving the social problems of rapid aging. Gerontechnology combines technology, design and gerontology, aiming to design technologies and environments that provide comfort and safety for older adults. The aim of this article is to discuss the development of gerontechnology and the opportunities it offers for ensuring the sustainability of long-term care. Methodologically, this study is a review study. The article begins by providing a comprehensive overview of the emergence and evolution of the concept of gerontechnology, which has led to a contemporary critical transformation in academia. Then, starting from the concept of digital transformation within the scope of gerontechnology, the article presents a detailed examination of older adults' attitudes towards gerontechnological products. In conclusion, gerontechnology has the potential to support older adults' independence and improve their quality of life.

Keywords

Gerontology, technology, aging, care, aging in place

Öz

Demografik yaşlanmanın hızla gerçekleşmesi sağlık, bakım, güvenlik, izolasyon, engellilik gibi alanlarda çeşitli zorlukları da beraberinde getirmektedir. Bu duruma çözüm bulmak, sürdürülebilirliği sağlamak, yaşlıların refahını ve bakım kalitesini desteklemek için politik, ekonomik ve

Barış Kılıç, Nisa Yıldız, Lutfiye İpek, Süheyla Sönmez Demirci, Meliha Güçlü Saz, Ahmet Aytepe, Gülüşan Özgün Başıbüyük , "Gerontechnology: Technological Solutions for Sustainable Long-Term Care", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 387-401.

sosyal planlamayı gerektirmektedir. Çağdaş bağlamda geronteknolojik çözümler, hızlı yaşlanmanın getirdiği toplumsal sorunların çözümünde önemli araçlar olarak ortaya çıkmaktadır. Geronteknoloji, yaşlı yetişkinler için konfor ve güvenlik sağlayacak teknolojiler ve ortamlar tasarlamayı amaçlayarak teknoloji, tasarım ve gerontolojiyi birleştirmektedir. Bu makalenin amacı geronteknoloji bilimin gelişimini ve uzun dönem bakımın sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından sunduğu imkanları tartışmaktır. Yöntem olarak bu çalışma bir derleme çalışması niteliğindedir. Bu makale, akademide çağdaş eleştirel dönüşüme yol açan geronteknoloji kavramının ortaya çıkışı ve evrimine kapsamlı bir genel bakış sunarak başlamaktadır. Daha sonra geronteknoloji kapsamında dijital dönüşüm kavramından yola çıkarak yaşlı yetişkinlerin geronteknolojik ürünlere yönelik tutumları dikkate alınarak makale ayrıntılı bir inceleme sunmaktadır. Sonuç olarak geronteknoloji yaşlı yetişkinlerin bağımsızlığını destekleme ve yaşam kalitesini iyileştirme potansiyeline sahiptir.

Anahtar Kelimeler

Gerontoloji, teknoloji, yaşlanma, bakım, yerinde yaşlanma

Introduction

Global demographic aging, driven by longer lifespans and declining birth rates, requires a focus on ensuring the well-being of older people in its biopsychosocial dimensions. This aging process brings with it both positive and negative aspects, as longer life expectancy contributes to a higher prevalence of age-related diseases. Consequently, adjustments to macro-level social policies, particularly in healthcare and social security, become essential. Even if policies emphasize productivity and health to delay long-term care, it is not possible to ignore the reality of long-term care in aging societies. Long-term care requires comprehensive political, economic, and social planning, with technology and digitalization serving as important tools to support sustainability and improve quality of care. However, when using these technological resources, ethical considerations and the specific needs of older people should be considered.

Gerontechnology

Gerontechnology represents a pivotal intersection of technology, design, and gerontology, aimed at enhancing the quality of life for older adults. This multidisciplinary field focuses on developing technological solutions that address the unique needs and challenges faced by the aging population (Skiba, 2014). At its core, gerontechnology seeks to leverage innovative technologies to promote independent living, social engagement, safety, comfort, and overall well-being among older individuals.

The concept of gerontechnology, a portmanteau of “gerontology” and “technology,” encompasses a broad spectrum of research and practical applications. It involves the creation, implementation, and distribution of technological environments, products, and services specifically tailored to support the aging process and improve the daily lives of older adults (Graafmans & Bouma, 1993; Martín-García et al., 2021). According to a comprehensive report by the US National Research Council (2003), gerontechnology initiatives typically focus on five key domains of life: living environments, communication, personal mobility and transportation, health, and employment, education, and recreation. These domains serve as a framework for developing technologies that can prevent age-related decline, compensate for functional limitations, and enhance accessibility and usability of various products and services for older individuals (Chen & Chan, 2014; Murciano-Hueso et al., 2022; Pew & Van Hemel, 2004).

Recent literature has further categorized gerontechnological applications based on their specific functions and contexts of use (Sundgren et al., 2020; Huang et al., 2021; Huang & Oteng, 2023). These categories include technologies for continuous data collection, cognitive and social assistance, remote health monitoring and care provision, and environmental adaptations to compensate for potential technological deficits in the home. In essence, gerontechnology serves as an umbrella term encompassing a wide array of technologies designed to support older adults across various aspects of their lives. By integrating technological advancements with gerontological insights, this field aims

to create innovative solutions that not only address the challenges of aging but also empower older adults to maintain their independence, engage socially, and pursue fulfilling lives well into their later years (Pew & Van Hemel, 2004; Martín-García, 2021; Huang & Oteng, 2023).

Emergence and Development of Gerontechnology

To address the issues posed by an aging population, the idea of gerontechnology has changed over time. In the latter half of the 20 century, the geriatrics and ergonomics movement gave rise to the historical development of gerontechnology. This movement's main goal was to enhance the way goods and services are designed by customizing the surroundings to each person's needs (Pinto et al. (1997). When professionals from a variety of fields started to address the technological needs and challenges of the aging population in the early 1990s, interest in the relationship between technology and aging increased and the field of gerontechnology emerged. (Sekine, 2004; Bouma et al., 2009).

Initially, gerontechnology focused primarily on developing assistive technologies and the accessibility of environmental systems. However, the approach has evolved and expanded to include the development of devices, systems, and programs more broadly. Through interdisciplinary collaboration, the applications and scope of gerontechnology became more diverse and comprehensive, integrating technologies such as wearable devices, monitoring systems, and digital platforms (Neven & Berschöld, 2022). Over the years, gerontechnology has evolved from a technology-centered approach to a more person-centered approach that considers older people's needs and desires (Graafmans & Bouma, 1993). Over time, the focus of gerontechnology shifted from the functional needs of older people to a more social perspective. Today, the focus is on promoting social engagement, independence, and overall well-being of older people using technology.

Academics emphasize the importance of a critical approach to gerontechnology development and design, considering perspectives beyond engineering and technology (Neven & Berschöld, 2022). The field of gerontechnology brings together diverse fields such as computer science, engineering, gerontology, geriatrics, and social sciences and is gaining prominence worldwide. Demographic aging has led to growing recognition that evolving technologies can play an important role in supporting successful aging and improving the overall quality of life for older people (Bouma et al., 2009). In recent years, research has increasingly focused on analyzing and understanding the relationship between aging and technology (Sandoval & Kwon, 2019; Neven & Berschöld, 2022; Czaja et al., 2022). Although a relatively new field, gerontechnology is gaining increasing attention due to its potential to provide effective solutions to cognitive and physical decline, as well as other limitations associated with aging (Pinto et al., 1997).

However, it is important to note that the field is still evolving and the concepts, theoretical models, and methods within gerontechnology are constantly evolving (Kim et al., 2021). Researchers and professionals in the fields of technology and gerontology are working together to explore and improve these concepts and to ensure that the technology developed is tailored to meet the unique needs of older adults (Bouma et al., 2009).

The Purpose of Gerontechnology

Gerontechnology arises from the recognition that new and emerging technologies can serve as effective tools to support successful aging and improve the quality of life for older people in an aging society (Pinto et al., 1997; Creber et al., 2016; Chen., 2020). The primary goal of Gerontechnology is to develop technologies and create environments that provide health, comfort, and safety for older adults while promoting independent living, social participation, and well-being (Hsu, 2015). This pathway encompasses a wide range of technologies, including wearable devices, monitoring systems, smartphone applications, and other emerging technological solutions (Skiba, 2012; Hsu, 2015; Creber et al., 2016; Sandoval & Kwon, 2019; Kim et al., 2021). These technologies are used in interventions aimed at improving the experiences of older adults in a variety of settings, including housing, communications, transportation, employment, health, education, and entertainment, and addressing specific challenges associated with aging (Skiba, 2012; Creber et al., 2016; Kim et al., 2021). With the emergence of new technologies, gerontechnology is becoming increasingly indispensable on a global scale.

Gerontechnology aims to improve the quality of life of older people by facilitating social participation, community engagement, communication, and independence while removing barriers that impede these activities (Teh, 2019; Søraa, 2022). The goals of gerontechnology can be summarized as follows: Preventing, delaying, or compensating for age-related sensory, cognitive, and physical impairments; reducing barriers to independence and social participation; ensuring health, comfort, and safety; preventing stigma; promoting autonomy and well-being; and enhancing the abilities of older people facing the challenges of aging.

Gerontechnology specifically aims to reduce barriers to independence and social participation in situations where physical or cognitive limitations may interfere with social relationships and autonomy (Hsu, 2015). Research shows that gerontechnology can improve the abilities of people facing the challenges of aging (Pinto et al., 1997). Gerontechnology employs various design elements to reduce age-related stigma and promote safety, comfort, and well-being among older people (Creber et al., 2016). With the growing number of older people, gerontechnology research is becoming increasingly necessary to promote independence and improve quality of life. Studies highlight the importance of addressing stereotypes and negative perceptions about aging in the development of gerontechnology. The interdisciplinary nature of gerontechnology addresses researchers and companies working to address the challenges of aging.

The goals of gerontechnology can be summarised as follows:

- Prevention, delay, or compensation of age-related sensory, cognitive, and physical impairments,
- Reducing barriers to independence and social participation,
- Ensuring health, comfort, and safety,
- Preventing stigma,
- Promoting autonomy and well-being,
- Enhancing the abilities of older people facing the challenges of aging (Pinto et al., 1997; Fozard et al., 2000).

The use of gerontechnology in the treatment of older residents raises ethical concerns, according to some research (Pekkarinen et al., 2013; The, 2019. That emphasizes the necessity of a responsible framework and a deeper comprehension of the socio-technical aspects of gerontechnology in our society. The use of gerontechnology in the care of older adults in the community raises ethical issues that require responsible frameworks and sociotechnical understanding regarding the role of gerontechnology in our society (Pekkarinen et al., 2013; Teh, 2019; Søraa, 2022).

Critical Developments in the Gerontechnology: Socio-gerontechnology

As already mentioned, the main driving forces underlying social change in the 21st century are demographic changes with aging societies and major technological changes, and digital infrastructures draw attention to the increasing integration of older people into their daily lives. Thanks to these developments, the use of the digital world and contact information, as well as a range of technologies, has increased enormously in our daily lives. As people age, technology has also become more involved in people's daily lives and important to older people's identities, lifestyles, and social networks. At the same time, the expansion of these two driving forces led to the integration of disparate disciplines and the emergence of the gerontechnology with which they collaborate. However, many of these gerontological studies on aging and technology are application-oriented and technology-optimistic, asking how they can improve the lives of older people who are displaced. (Schulz et al., 2015).

More recently, more critical and cultural approaches in the sociology of aging, as well as in other study areas such as critical science, technology, and data studies, are attempting to break away from such intrusive forms of theorizing that older adults use to make sense of digital interactions (Peine & Neven, 2019). These approaches reflect on the age-discriminating stereotypes regarding the use of technology in design processes in later life and the resulting paternalistic attitude towards older adults (Neven, 2010; Mannheim et al., 2022) at time same time criticizing the techno-optimism of gerontological research on digital technologies as cited in Peine et al., 2021; Gallist et al., 2023). An emerging, multifaceted field of research, socio-gerontechnology focuses on how aging, caregiving, health, and technology already influence each other, and the social, infrastructural, cultural, and

material forces that underlie this interaction on gerontology, environmental gerontology, and sociology (Peine et al., 2021). The focus of socio-gerontechnology is not only on addressing the alleged problems or challenges of individual or population aging of new technologies but also on how housing is perceived for innovations/designs and social politics; It also examines how the target group is selected (Peine and Neven, 2021; Gallistl et al., 2023). Based on this viewpoint, design procedures and innovation projects also assume significance in our empirical comprehension of ageing, as these conceptions mirror widely held beliefs about the appropriate and possible ways to age in society (Lipp and Peine, 2022; Gallistl et al., 2023).

Sustainability, Aging, and Care

Population aging is a global phenomenon that is causing rapid and gradual growth due to factors such as human life expectancy and declining birth rates (Laidlaw et al., 2003; Shiba et al., 2016). However, negative attitudes towards old age persist, often referred to as a time of weakness and decline. This has led to the notion of apocalyptic demographics and the aging time bomb, in which older adults are viewed as a malevolent force that will overwhelm society. As the proportion of individuals aged 65 and above increases, the proportion of employable age groups decreases. Many people think that this trend will result in a lower workforce and labor shortages, which may make it more difficult for future generations to support the older people to the same extent. According to this perspective, once they retire, older people won›t increase national productivity or the economy. But it ignores the importance of volunteerism and unpaid labor, as well as the wider advantages of older people participating in worthwhile activities for society (Landorf et al., 2008; Yazdanpanahi & Hussein 2021).

In addition to social policy, academic research is also a focus of productivity. The study of the psychological, social, and biological aspects of aging has been the focus of the humanities field of gerontology since the 1940s. An attempt to explain how people can maintain a high quality of life as they age without giving in to hopelessness, depression, and/or extreme inactivity has led the sub-discipline of social gerontology, within this field, to develop several psychosocial theories of aging over the years (Nilsson et al., 2015). “Activity theory” (Havighurst and Albrecht, 1953), “Successful Aging” (Rowe & Kahn, 1987), “Active aging” (WHO, 2002), “Healthy aging” (Swedish National Institute of Public Health, 2006) and so on (Michel, 2015 Michel & Sandana, 2017).

The issue of long-term care is of utmost importance in modern welfare states globally, due to changes in demographics, service expectations, technological advancements, and economic pressures. This has led to a significant strain on older individuals, their families, and society. Women are primarily responsible for providing care. To address this issue, countries should adopt a person-centered approach that involves various stakeholders, including governments, businesses, civil society, communities, and households. This approach would enable older individuals to live independently with dignity, choice, personal security, and participation in their communities and society. It is important to note that aging varies greatly across countries and a more age-friendly approach is necessary to ensure healthy and dignified aging. The care and support systems should cover a broad range of activities, such as initial, acute, and terminal care, as well as assistance with daily living activities (Dann, 2014; Greve, 2017; Wilmoth et al., 2023).

The issue of providing long-term care in a sustainable manner is of utmost importance in welfare states due to the challenges posed by an aging population and a shrinking workforce. These challenges are intricate and interdependent, requiring solutions that address multiple levels, factors, and sectors. The solution to this problem lies in ensuring both social and economic sustainability, with social sustainability emphasizing basic needs like contentment, safety, freedom, dignity, and social responsibility as well as human rights initiatives. Sustainability in the context of healthcare and long-term care refers to the system’s flexibility, acceptability, affordability, and quality. Investing in technology and capital-intensive economic activity is a promising approach to population aging. Automation and artificial intelligence are reducing labor reliance and accelerating economic growth in advanced aging economies. Gerontechnological innovations benefit policymakers, technology developers, and older citizens equally, providing a “triple-win narrative” for solving the “grand challenge of demographic aging.” (as cited in Pekkarinen et al., 2019; Wilmoth et al., 2023).

Technology in long-term care is a topic of discussion, with widespread enthusiasm and fear. The role of technology in care remains unclear, but sustainable use can be achieved with good planning. Clear goals and user engagement are key, as stereotyping older technology users as passive recipients can lead to a triple loss. Rethinking services and work processes is essential, and orientation is a big issue. The sustainable use of technology requires planning and human resources, considering social, economic, cultural, and ecological aspects (Pekkarinnen et al., 2019; Gallist et al., 2023).

Usage of Gerontechnology in Care Facilities

The most popular service models for long-term care facilities are nursing homes, care homes (also known as residential homes), and rehabilitation centers. Individuals in long-term care facilities receive round-the-clock assistance with daily tasks like eating, bathing, and using the restroom. These people are often regarded as vulnerable and suffer from a number of chronic illnesses. (Chu et al., 2021). The provision of collective services in long-term care facilities has several disadvantages. In the physical facilities of long-term care facilities, which are outdated, non-functional, and not designed in line with technological development, there is old technological infrastructure and a lack of Internet access, which prevents the use of versatile modern technologies designed to improve the quality of life for them ensure the quality of life of the beneficiaries in the institution, nurture their relationships and support the staff. It is believed that conducting studies to review, design, construct, and update the physical standards of long-term care facilities will help improve the quality of life of beneficiaries in the facility (Zubritsy et al. 2013).

Chu et al. (2021) examined how person-centered care and long-term care settings can best be supported in the future to reintroduce the blueprints of health professionals, managers, and governments in long-term care settings and to seize the opportunities of technology in the wake of the COVID-19 pandemic. They presented technology recommendations for improving person-centricity in long-term care facilities. These recommendations include aligning the needs and capacities of service users and maintenance partners, as well as workforce operations, technology use, and technology design with a people-centric approach. For example, technologies based on Internet access help older adults maintain and develop relationships with their loved ones in long-term care facilities. Video calling, messaging platforms, social media platforms, and email are among the most encountered applications in care settings (Teo et al. 2019; Robic & Pavlic, 2021). These practices not only make caregiving easier but also become a tool for older people to stay as active as possible.

However, especially in the wake of the COVID-19 pandemic, it has been observed that older people in long-term care facilities experience reduced functioning, depression, social isolation, and an increased risk of illness if appropriate technological investments are not made. Even if there is no pandemic, help should be sought from telehealth services, artificial intelligence applications, wearable devices, and robotic technologies to provide older people with better quality of service and care and protect them from the risk of disease and prevent the development of mental disorders impede. Despite all the development promises of artificial intelligence and gerontechnology in long-term care, it has been noted that there are some concerns and risks associated with artificial intelligence applications in healthcare (Chen, 2020).

As a result, long-term care is defined in the context of gerontechnology (van Bronswijk et al., 2009; Lee et al., 2020 combines existing and emerging digital technologies with the desires and needs of older people. It is believed that it contributes to the aging well of older adults. Technological innovations that are required to raise the standard of care that older individuals receive and to better their living circumstances while residing in institutions are of great significance. Within the context of gerontechnology, it is thought to be very helpful in planning and constructing long-term care facilities in this area so they can adjust to the digital transformation.

Aging In Place

There are different definitions of the concept of ageing in place in the literature. Kalınkara and Arpacı (2013) commonly described as the desire of older people to live in a familiar environment. This approach helps maintain independence, self-regulation, and a social support network with family

and friends, making it a preferred choice for older people. Barett et al. (2012) stated that ageing in place ensures the continuity of the living environment, the preservation of independence in society and social inclusion. In this context, supporting living in one's own home not only ensures continuity in the living environment, but also gives older people a greater sense of freedom and independence in the organisation of daily life and social contact. It is recognised that for individuals ageing in place, the home will provide the best in well-being, comfort and safety, and that caregivers will retain the power to control and manage their lives.

Aging in Place uses scientific and technological advances to help people age healthier and more actively. This approach not only has the potential to help people live longer and healthier lives but also aims to improve the overall quality of life (Esendemir, 2016). Aging in place is a concept that has gained popularity with the advancement of modern medicine and scientific technologies. Research on aging in place aims to understand the causes of aging and mitigate them as effectively as possible. Several factors, such as genetic components, environmental influences, and lifestyle choices, affect the aging process. Aging in Place focuses on studying these factors to understand the causes and mechanisms of aging and intervene accordingly (Kim et al. 2017).

The needs of individuals aging in place are met, and a more comfortable and independent lifestyle is offered by using technological devices and smart home systems. An intelligent dwelling that anticipates and adapts to its users' needs is referred to as a "smart home". The "Smart Home" concept first emerged in the early 1980s in the United States, with the first application example in Turkey dating back to 1984. Some of the products in smart homes include smoke detectors, door entry control, security sensors, energy measurement devices, panic buttons, irrigation systems, earthquake sensors, lighting sensors, smart televisions, and speakers (Avcı, 2022).

Currently, the term "smart home" is being used in a broader sense rather than just referring to technology-equipped houses. In the literature, "smart home" now evokes the concept of "places to live that can use technology both inside and outside the house to give their occupants comfort, convenience, security, and enjoyment" (Aldrich, 2003). The safety, comfort, and other needs of individuals are being addressed through systems integrated with technology. This is because integrating these technological devices into homes makes it easier to ensure the protection and safety of older adults and facilitates their access to social support services. Through technological devices, even older adults who are unable to leave their homes find it easier to socialize and maintain connections with life (Gökçakan, 2019).

When designed for older individuals aging in place, environmental and wearable medical sensors and the use and benefits of technological devices can be discussed in detail. First, the overall health of older people can be monitored in real-time. Many parameters, such as blood pressure, heart rate, ECG, EMG, and body temperature, can be easily monitored by sensors and smartwatches. Also, alarms can be used to remind you to take medication. Smart homes allow you to measure air quality and detect gas leaks. Air purifiers create a cleaner environment for people with respiratory conditions, allowing them to live more comfortably. Sensors placed on floors can communicate the status of people who fall to their loved ones or the nearest healthcare facility, enabling early intervention (Mertens & De Maesschalck, 2015; Zhang et al., 2020).

According to earlier research, the process of older adults accepting and adopting gerontechnology is complicated, and existing models of technology acceptance do not include crucial variables unique to older adults who live in communities. Comprehending the psychological and contextual elements that impact older adults' technology perceptions and usage is crucial for the effective integration of technology for aging. To take into account these elements and encourage aging in place with the aid of technology, a conceptual model has been presented (Jaschinski et al., 2021).

In general terms, the use of technology facilitates the diagnosis of diseases, care, protection, and the provision of a safe living environment for individuals and their access to counseling services. Thus, the aging process of older individuals is supported within the familiar surroundings of their homes and environments. This situation can prevent the preference for more costly institutional care or postpone this decision to later (Terkeş & Bektaş, 2016).

Digital Transformation of Gerontechnology

Gerontechnology refers to the use of technology to support and enhance the lives of older adults, particularly in the context of healthcare and independent living (Maskeliunas et al., 2019). Digital transformation encompasses the process of integrating digital technologies into various aspects of society, including cities, to drive innovation, improve services, and enhance overall performance (Jnr, 2020). Gerontechnology can be seen as a subset of digital transformation, focusing specifically on the needs and challenges faced by older adults (Creber et al., 2016). The link between gerontechnology and digital transformation lies in the potential of digital technologies to enhance the effectiveness and impact of gerontechnology solutions. Digital transformation can enable the development and deployment of innovative gerontechnology solutions that address the unique needs and challenges of older adults. By leveraging digital technologies, such as artificial intelligence, Internet of Things, and data analytics, gerontechnology solutions can become more personalized, adaptive, and efficient (Alexopoulos et al., 2022).

The integration of gerontechnology into smart cities is a key aspect of digital transformation. As the global population ages, there is a growing need to develop technologies and solutions that cater to the specific needs of older adults. Smart cities, on the other hand, are urban areas that leverage digital technologies and data to improve efficiency, sustainability, and the quality of life for residents (Sha, 2022). In the context of smart cities, gerontechnology can be used to create age-friendly environments that promote healthy aging and enhance the overall well-being of older adults (Maskeliunas et al., 2019). For example, smart homes equipped with assistive technologies can monitor the health and safety of older adults, provide reminders for medication and appointments, and facilitate communication with healthcare providers (Maskeliunas et al., 2019). These also technologies can monitor the health and well-being of older adults, detect falls or emergencies, and provide assistance and reminders for daily activities (Wu et al., 2015).

In addition to healthcare, gerontechnology can also support independent living for older adults. Smart home technologies, for example, can automate tasks, monitor safety, and provide assistance to older adults in their daily activities. These technologies can help older adults age in place and maintain their independence for longer periods (Creber et al., 2016). Furthermore, gerontechnology can address the social isolation and loneliness often experienced by older adults. Digital platforms and social networking tools can facilitate social connections, enable virtual interactions, and provide access to information and resources. This can help older adults stay connected with their families, friends, and communities, reducing feelings of isolation and improving their mental well-being (Creber et al., 2016). Digital transformation can enhance the accessibility and usability of gerontechnology solutions. Older adults may face barriers in adopting and using technology due to factors such as an age-related decline in cognitive and physical abilities, lack of digital literacy, and negative attitudes towards technology (Wu et al., 2015). Digital transformation can address these barriers by designing user-friendly interfaces, providing training and support for older adults, and tailoring gerontechnology solutions to their specific needs and preferences (Wu et al., 2015; Alexopoulos et al., 2022). From a social policy perspective, the adoption of gerontechnology can lead to cost savings in healthcare and long-term care, as well as create opportunities for innovation and economic growth (Maskeliunas et al., 2019).

Attitudes of the Older People Towards Gerontechnological Products

The integration of gerontechnology into healthcare systems presents several challenges, particularly in addressing the diverse needs and preferences of older adults. A significant issue in the development and implementation of gerontechnology is the lack of emphasis on user acceptance and specific needs, which is complicated by the involvement of multiple stakeholders, including caregivers, geriatricians, eHealth professionals, social workers, and other healthcare providers (Kalınkara et al., 2016). The heterogeneity among older adults in terms of their technology usage and attitudes further complicates efforts to tailor gerontechnology to individual requirements (Haufe et al., 2019). Rapid technological advancements exacerbate these challenges, as older adults often struggle to keep pace with new developments due to potential physical and cognitive limitations, making the

adoption of novel technologies particularly difficult (Ekici & Gümüş, 2016). The adoption process is also influenced by sociodemographic and psychographic factors such as age, gender, education, and place of residence, which play a crucial role in determining the success of gerontechnology (Huang et al., 2021).

Research highlights that older adults' perceptions and use of technology are deeply embedded in their personal, social, and physical contexts (Peek et al., 2014; Kalınkara et al., 2024). For businesses and implementers to effectively provide and facilitate the use of gerontechnology, it is essential to understand the factors that influence technology acceptance among the elderly. Self-efficacy, anxiety, and facilitating conditions have been identified as key predictors of gerontechnology acceptance (Chen & Chan, 2014). To overcome the challenges associated with gerontechnology adoption, various models and tools have been proposed. For instance, the Socio-Technical Regime Transitions Model has been developed to support the design, development, and delivery of gerontechnological services, with an emphasis on privacy, information security, and cybersecurity (Kowalski & Østby, 2022). Additionally, the Gerontechnology Matchmaking (GTM) tool has been created to assist professionals in aligning gerontechnology with the individual needs and contexts of older adults, taking into account personal, social, physical, and technological factors (Haufe et al., 2019).

Attitudes towards gerontechnology among older adults vary, with studies showing that older adults tend to have more positive attitudes when the benefits of gerontechnology are perceived (Lebron et al., 2015; Turnbull et al., 2021; Wilson et al., 2021). However, negative attitudes are often observed when older adults lack a clear understanding of the technology in question (Abdul Rahman et al., 2021). Positive interest tends to be directed towards gerontological technologies that are perceived to improve the overall health of older adults, as opposed to those that are designed for specific medical conditions. For example, health information provided through digital devices is seen as more promising and acceptable than other devices, such as fall detection systems or smart wireless sensor systems, which may only be relevant to individuals with specific health problems (Cohen et al., 2017; Turnbull et al., 2021; Abdul Rahman et al., 2021; Özsungur, 2022).

In contrast, some studies have identified health and safety related gerontechnologies as the most critical, followed by technologies that enhance care and social connectedness, with mobility, leisure and health information devices also being important (Halicka & Surel, 2021). Devices related to housing and digital accessibility were rated as less important. Caregivers' perspectives on gerontechnology also vary, with some expressing positive attitudes towards technologies that improve the quality of life of older adults (Delbreil & Zvobgo, 2013; Portet et al., 2013; Chen & Chan, 2014), while others have reported dissatisfaction with the performance and suitability of certain technologies (Cohen et al., 2017).

Conclusion

As life expectancy increases, the world's population is aging rapidly, which particularly affects the older generation. This global aging trend leads to societal challenges in areas such as health, care, safety, transport, housing, isolation and disability. To meet these needs, we must take advantage of advancing technology. Gerontechnology, which combines technology, design and gerontology for the well-being of older adults, is gaining traction. Society often values individuals based on their productivity, which can lead to age discrimination. Gerontechnology can make care services more sustainable and less invasive. It is critical to older adults' independent living, health, and social engagement. Ethical concerns exist, but gerontechnology holds promise, driven by technological advances and an aging population. However, older adults face barriers to accessing technology and efforts should be made to promote their participation in the information society to prevent global crises and marginalization.

Funding: The author(s) received no financial support for the research.

Conflicts of interest: The authors declare that they have no conflict of interest.

Author Contributions: All authors developed the study proposal and contributed to the document; G.Ö.B supervised the whole process; B.K and N.Y. edited and translated the document to the English. All authors have read and agreed to the published version of the manuscript.

References

ALDRICH, F. (2003). Smart Homes: Past, Present and Future. In R. Harper (Ed.), Inside the Smart Home (pp. 17-36). Springer. https://doi.org/10.1007/1-85233-854-7_2

ALEXOPOULOS, K., NIKOLAKIS, N.& XANTHAKIS, E. (2022). Digital Transformation of Production Planning and Control in Manufacturing Smes-the Mold Shop Case. Applied Sciences, 21(12), 10788. https://doi.org/10.3390/app122110788.

AVCI, İ. A. (2022). Akıllı Evlerde Iot Teknolojileri ve Siber Güvenlik. European Journal of Science and Technology. https://doi.org/10.31590/ejosat.1080228

BARRETT, P., HALE, B., & GAULD, R. (2012). Social inclusion through ageing-in place with care? Ageing and Society, 32(3), 361-378. https://doi.org/10.1017/S0144686X11000341

BOUMA, H., FOZARD, J. L., BOUWHUIS, D. G., & Taipale, V. (2009). Gerontechnology in perspective. Gerontechnology, 6(4), 190–216. https://doi.org/10.4017/gt.2007.06.04.003.00

CHEN, K., & CHAN, A. H. (2014). Predictors of gerontechnology acceptance by older Hong Kong Chinese. Technovation, 34(2), 126–135. https://doi.org/10.1016/j.technovation.2013.09.010

CHEN, L. K. (2020). Gerontechnology and artificial intelligence: better care for older people. Archives of Gerontology and Geriatrics, 91, 104252. https://doi.org/10.1016/j.archger.2020.104252

CHU, C. H., RONQUILLO, C., KHAN, S., HUNG, L., & BOSCART, V. (2021). Technology Recommendations to Support Person-Centered Care in Long-Term Care Homes during the COVID-19 Pandemic and Beyond. Journal of Aging & Social Policy, 33(4–5), 539–554. https://doi.org/10.1080/08959420.2021.1927620

COHEN, C., KAMPEL, T., VERLOO, H. (2017). Acceptability of an intelligent wireless sensor system for the rapid detection of health issues: findings among home-dwelling older adults and their informal caregivers. Patient Prefer Adher 10:1687–1695. https://doi.org/10.2147/PPA.S113805

CREBER, R., HICKEY, K., MAURER, M. (2016). Gerontechnologies For Older Patients With Heart Failure: What Is the Role Of Smartphones, Tablets, And Remote Monitoring Devices In Improving Symptom Monitoring And Self-care Management?. Current Cardiovascular Risk Reports, 10(10). https://doi.org/10.1007/s12170-016-0511-8

CZAJA, S. J., CHARNESS, N., FISK, A. D., HERTZOG, C., NAIR, S. N., ROGERS, W. A., & SHARIT, J. (2006). Factors predicting the use of technology: findings from the Center for Research and Education on Aging and Technology Enhancement (CREATE). Psychology and aging, 21(2), 333. https://doi.org/10.1037/0882-7974.21.2.333

DANN, T. (2014). Global elderly care in crisis. The Lancet, 383(9921), 927. https://doi.org/10.1016/S0140-6736(14)60463-3

DELBREIL, E., ZVOBGO, G. (2013). Wireless sensor technology in dementia care: caregiver perceptions, technology take-up and business model innovation. EuroMed J Bus 8(1):79–97. https://doi.org/10.1108/EMJB-05-2013-0019

EKICI, S. K., & GÜMÜŞ, Z. (2016). Yaşlılıkta teknolojinin kullanımı. Ege Tıp Dergisi, 55(0). https://doi.org/10.19161/etd.344199

ESENDEMIR, Ş. (2016). Türkiye'de Yerinde Yaşlanma ve Mekan Gerontolojisinin Temel Paremetreleri. İstanbul University Journal of Sociology, 36 (2), 411-429. https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusosyoloji/issue/35801/401020

FOZARD, J. L., RIETSEMA, J., BOUMA, H., GRAAFMANS, J. A. M. (2000). Gerontechnology: Creatıng Enablıng Envıronments For The Challenges And Opportunities Of Agıng. Educational Gerontology, 26(4), 331–344. https://doi.org/10.1080/036012700407820

GALLISTL, V., KATZ, S., KOLLAND, F., & PEINE, A. (2023). Socio-gerontechnology—New perspectives on the digital transformation of later life. Frontiers in Sociology, 8, 1183572. https://doi.org/10.3389/fsoc.2023.1183572

GÖKÇAKAN, K. (2019). Yaşlıların Mekâna Dair Sorunları ve Akıllı Ev Teknolojileri ile Olan İlişkileri (publication No. 579404) [Master's dissertation, Anadolu University]. Council Of Higher Education Thesis Center. https://tez.yok.gov.tr

GRAAFMANS, J. A. M., & BOUMA, H. (1993). Gerontechnology®, Fitting Task and Environment to the Elderly. Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting, 37(2), 182–186. https://doi.org/10.1177/154193129303700205

GREVE, B. (2017). Long-term care – What Is It About. In B. Greve (Ed.), Long-term Care for the Elderly in Europe Development and Prospects (pp. 1-7). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315592947

HALICKA, K., SUREL, D. (2021). Gerontechnology-new opportunities in the service of older adults. Eng Manag Prod Serv 13(3):114–126. https://doi.org/10.2478/emj-2021-0025

HAUFE, M., PEEK, S. T. M., & LUIJKX, K. G. (2019). Matching gerontechnologies to independent-living seniors' individual needs: development of the GTM tool. BMC Health Services Research, 19(1), 26. https://doi.org/10.1186/s12913-018-3848-5

HAVIGHURST, R. J., & Albrecht, R. (1953). Older people. New York, NY: Longmans, Green.

HSU, Y. (2015). Smart Technology For the Older Adults To Facilitate Independent Living And Social Participation. International Journal Of Automation And Smart Technology, 5(4), 195-196. https://doi.org/10.5875/ausmt.v5i4.1064

HUANG, G., & OTENG, S. A. (2023). Gerontechnology for better elderly care and life quality: a systematic literature review. European Journal of Ageing, 20(1). https://doi.org/10.1007/s10433-023-00776-9

HUANG, H., CHEN, Z., CAO, S., XIAO, M., XIE, L., & ZHAO, Q. (2021). Adoption Intention and Factors Influencing the Use of Gerontechnology in Chinese Community-Dwelling Older Adults: A Mixed-Methods Study. Frontiers in Public Health, 9. https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.687048

JASCHINSKI, C., BEN ALLOUCH, S., PETERS, O., CACHUCHO, R., & VAN DIJK, J. A. G. M. (2021). Acceptance of Technologies for Aging in Place: A Conceptual Model. Journal of Medical Internet Research, 23(3), e22613. https://doi.org/10.2196/22613

JNR, B. (2020). Managing Digital Transformation of Smart Cities Through Enterprise Architecture – a Review And Research Agenda. Enterprise Information Systems, 3(15), 299-331. https://doi.org/10.1080/17517575.2020.1812006

KALINKARA, V., & ARPACI, F. (2013, May 23-25). Yerinde Yaşlanma [Conference presentation]. VII. Ulusal Yaşlılık Kongresi.

KALINKARA, V., BAŞIBÜYÜK, G. Ö. & Ay, F. (2016). Yaşlıların Geronteknolojik Ürünleri Kabule Yönelik Tutumları. Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi, 9 (2), 1-19. Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/pub/yasad/issue/27306/287438

KALINKARA, V., BAŞIBÜYÜK, G. Ö., & AY, F. (2024). The factors affecting acceptance of gerontechnological products by older Turkish adults. Archives of Gerontology and Geriatrics, 117, 105198. https://doi.org/10.1016/j.archger.2023.105198

KIM, H., KELLY, S., LAFORTUNE, L., & BRAYNE, C. (2021). A Scoping Review Of the Conceptual Differentiation Of Technology For Healthy Aging. The Gerontologist, 61(7), e345-e369. https://doi.org/10.1093/geront/gnaa051

KIM, K. I., GOLLAMUDI, S. S., & STEINHUBL, S. (2017). Digital technology to enable aging in place. Experimental gerontology, 88, 25-31. https://doi.org/10.1016/j.exger.2016.11.013

KOWALSKI, S. J., & ØSTBY, G. (2022). A Socio-Technical Regime Transitions Model for Gerontechnology Service Design: Privacy, Information Security and Cyber Security in Focus. Studies in Health Technology and Informatics. https://doi.org/10.3233/shti220959

LAIDLAW, K., THOMPSON, L. W., DICK-SISKIN, L. and GALLAGHER-THOMPSON, D. (2003). Cognitive Behaviour Therapy with Older People. West Sussex, England: John Wiley & Sons, Ltd.

LANDORF, C., BREWER, G., & SHEPPARD, L. A. (2008). The urban environment and sustainable ageing: Critical issues and assessment indicators. Local Environment, 13(6), 497-514. https://doi.org/10.1080/13549830802259896

LEBRON, J., ESCALANTE, K., COPPOLA, J., GAUR, C. (2015). Activity tracker technologies for older adults: Successful adoption via intergenerational telehealth. In: 2015 IEEE long island systems, applications and technology conference, LISAT 2015. https://doi.org/10.1109/ LISAT.2015.7160200

LEE, L. N., & KIM, M. J. (2020). A critical review of smart residential environments for older adults with a focus on pleasurable experience. Frontiers in psychology, 10, 3080. DOI: 10.3389/fpsyg.2019.03080.

LIPP, B., & PEINE, A. (2022). Ageing as a driver of progressive politics? What the European Silver Economy teaches us about the co-constitution of ageing and innovation. Ageing and Society, 1–13. https://doi.org/10.1017/s0144686x22000903

MANNHEIM, I., WOUTERS, E. J., KÖTTL, H., VAN BOEKEL, L. C., BRANKAERT, R., & VAN ZAALEN, Y. (2023). Ageism in the discourse and practice of designing digital technology for older persons: A scoping review. The Gerontologist, 63(7), 1188-1200. DOI: 10.1093/geront/gnac144

MARTIN, P., Kelly, N., Kahana, B., Kahana, E., Willcox, B. J., Willcox, D. C., & Poon, L. W. (2015). Defining successful aging: a tangible or elusive concept?. The Gerontologist, 55(1), 14-25. https://doi.org/10.1093/geront/gnu044

MARTIN-GARCIA, A. V., MURCIANO-HUESO, A., TORRIJOS-FINCIAS, P. & GUTIÉRREZ-PÉREZ, B. M. (2021), "Digital identity and quality of life technologies in the older adults", Identity in a Hyperconnected Society, Springer, pp. 167-183, https://doi.org/10.1007/978-3-030-85788-2_12

MERTENS, M., & De Maesschalck, L. (2015). Types of sensor technologies: functionalities and measurements. In J. V. HOOF, G. DEMIRIS, E. J. M. WOUTERS (Eds.), Handbook of Smart Homes, Health Care And Well-Being (pp. 1-11). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-01904-8_17-1

MICHEL, J. P., & SADANA, R. (2017). "Healthy aging" concepts and measures. Journal of the American Medical Directors Association, 18(6), 460-464. https://doi.org/10.1016/j.jamda.2017.03.008

MURCIANO-HUESO, A., MARTIN-LUCAS, J., SERRATE GONZÁLEZ, S. & TORRIJOS FINCIAS, P. (2022), "Use and perception of gerontechnology: differences in a group of Spanish older adults", Quality in Ageing and Older Adults, Vol. 23 No. 3, pp. 114-128. https://doi.org/10.1108/QAOA-02-2022-0010

NEVEN, L. (2015). By any means? Questioning the link between gerontechnological innovation and older people's wish to live at home. Technological Forecasting & Social Change, 93, 32–43. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2014.04.016

NEVEN, L., & BERSCHÖLD, J. (2022). Resourceful Diy Solutions Of Older People As Input For Design. Gerontechnology, 21(s), 2–2. https://doi.org/10.4017/gt.2022.21.s.571.2.sp7

NILSSON, H., BÜLOW, P. H., & KAZEMI, A. (2015). Mindful sustainable aging: Advancing a comprehensive approach to the challenges and opportunities of old age. Europe›s journal of psychology, 11(3), 494. https://doi.org/10.5964/ejop.v11i3.949

ÖZSUNGUR, F. (2022). A research on the effects of successful aging on the acceptance and use of technology of the elderly. Assistive Technology, 34(1), 77-90. https://doi.org/10.1080/10400435.2019.1691085

PEEK, S. T., LUIJKX, K. G., RIJNAARD, M. D., NIEBOER, M. E., VAN DER VOORT, C. S., AARTS, S., VAN HOOF, J., VRIJHOEF, H. J. M., & WOUTERS, E. J. M. (2016a). Older adults' reasons for using technology while aging in place. Gerontology, 62(2), 226–237. https://doi.org/10.1159/000430949

PEEK, S. T., WOUTERS, E. J., VAN HOOF, J., LUIJKX, K. G., BOEIJE, H. R., & VRIJHOEF, H. J. (2014). Factors influencing acceptance of technology for aging in place: a systematic review. International journal of medical informatics, 83(4), 235–248. https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2014.01.004

PEINE, A., & NEVEN, L. (2019). From Intervention to Co-constitution: New Directions in Theorizing about Aging and Technology. The Gerontologist, 59(1), 15–21. https://doi.org/10.1093/geront/gny050

PEINE, A., & NEVEN, L. (2021). The co-constitution of ageing and technology – a model and agenda. Ageing & Society, 41(12), 2845-2866. https://doi.org/10.1017/S0144686X20000641

PEINE, A., MARSHALL, B. L., MARTIN, W., & NEVEN, L. (2021). Socio-gerontechnology: key themes, future agendas. In A. Peine, B. L. Marshall, W. Martin, and L. Neven (Eds.), Socio-Gerontechnology - Interdisciplinary Critical Studies of Ageing and Technology (pp. 1-23). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780429278266-1

PEKKARINEN, S., MELKAS, H., KUOSMANEN, P., KARISTO, A., & VALVE, R. (2013). Towards a More Social Orientation in Gerontechnology: Case Study of the "Reminiscence Stick." Journal of Technology in Human Services, 31(4), 337–354. https://doi.org/10.1080/15228835.2013.856277

PEW, R. W., & VAN HEMEL, S. B. (Eds.). (2004). Technology for Adaptive Aging. National Academies Press (US). https://doi.org/10.17226/10857

PINTO, M. R., DE MEDICI, S., ZLOTNICKI, A., BIANCHI, A., VAN SANT, C., & NAPOU, C. (1997). Reduced visual acuity in elderly people: the role of ergonomics and gerontechnology. Age And Ageing, 26(5), 339–344. https://doi.org/10.1093/ageing/26.5.339

PORTET, F., VACHER, M., GOLANSKI, C., ROUX, C., MEİLLON, B. (2013). Design and evaluation of a smart home voice interface for the elderly: acceptability and objection aspects. Pers Ubiq Comput, 17(1), 127–144. https://doi.org/10.1007/s00779-011-0470-5

RAHMAN, K. A., AHMAD, S. A., SOH, A. C., ASHARI, A., WADA, C., & GOPALAI, A. A. (2021). The Association of Falls with Instability: An Analysis of Perceptions and Expectations toward the Use of Fall Detection Devices Among Older Adults in Malaysia. Frontiers in Public Health, 9. https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.612538

ROBIČ, M., & PAVLIČ, D. R. (2021). COVID-19 and Care for the Elderly in Long-Term Care Facilities: The Role of Information Communication Technology. Acta Medica Academica, 50(3), 414-422. http://dx.doi.org/10.5644/ama2006-124.363

ROWE, J. W., & KAHN, R. L. (1987). Human aging: usual and successful. Science, 237(4811), 143-149. https://doi.org/10.1126/science.3299702

SEKINE, S. (2004). Technology on Light Application and Visual Science. IEEJ Transactions on Fundamentals and Materials, 124(1), 15–17. https://doi.org/10.1541/ieejfms.124.15

SHA, M. (2022, December). Dynamic effect of multiple dimensions of smartness on urban sustainability: based on PVAR model. In International Conference on Smart Transportation and City Engineering (STCE 2022) (Vol. 12460, pp. 1073-1079). SPIE. https://doi.org/10.1117/12.2657925

SHIBA, K., KONDO, N., & KONDO, K. (2016). Informal and Formal Social Support and Caregiver Burden: The AGES Caregiver Survey. Journal of Epidemiology, 26(12), 622-628. https://doi.org/10.2188/jea.JE20150263

SKIBA, D. J. (Ed.). (2012). Technology and Gerontology:Is This in Your Nursing Curriculum? Nursing Education Perspectives, 33(3), 207–209. https://doi.org/10.5480/1536-5026-33.3.207

SØRAA, R. A. (2022). Gerontechnology for who? A responsible framework for diversity and inclusivity for health technology. Gerontechnology, 21(s), 1–1. https://doi.org/10.4017/gt.2022.21.s.576.opp6

SUNDGREN, S., STOLT, M. AND SUHONEN, R. (2020), "Ethical issues related to the use of gerontechnology in older people care: a scoping review", Nursing Ethics, Vol. 27 No. 1, pp. 88-103. https://doi.org/10.1177/0969733019845132

Swedish National Institute of Public Health. (2006) Healthy Ageing: A challenge for Europe.

TEH, P. L. (2019). 158 Is it Just an Idea or More? Gerontechnology Research in Monash University Malaysia. Age And Ageing, 48(s4), iv34–iv39. https://doi.org/10.1093/ageing/afz164.158

TEO, A. R., MARKWARDT, S., & HINTON, L. (2019). Using Skype to beat the blues: Longitudinal data from a national representative sample. American Journal of Geriatric Psychiatry, 27(3), 254–262. https://doi.org/10.1016/j.jagp.2018.10.014

TERKEŞ, N., & BEKTAŞ, H. (2016). Yaşlı Sağlığı ve Teknoloji Kullanımı. Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi, 9(4), 153-159. https://dergipark.org.tr/tr/pub/deuhfed/issue/46793/586774

TURNBULL, M. L., JIN, Y., YAU, A., LAI, M., CHEUNG, M., KWAN, W., WATSON, B. (2021). MHealth in hyper-connected Hong Kong: examining attitudes and access to mobile devices and health information among older Chinese residents. Mhealth. https://doi.org/10.21037/mhealth-20-123

VAN BRONSWIJK, J., BOUMA, H., FOZARD, J., KEARNS, W., DAVISON, G., & TUAN, P. C. (2009). Defining gerontechnology for R&D purposes. Gerontechnology, 8(1). https://doi.org/10.4017/gt.2009.08.01.002.00

WILMOTH, J. R., BAS, D., MUKHERJEE, S., & HANIF, N. (2023). World Social Report 2023: Leaving No One Behind in an Ageing World. UN.

WILSON, G., GATES, J. R., VIJAYKUMAR, S., & MORGAN, D. J. (2023). Understanding older adults' use of social technology and the factors influencing use. Ageing and Society, 43(1), 222–245. https://doi.org/10.1017/S0144686X21000490

World Health Organization. (2002). Active ageing: A policy framework (No. WHO/NMH/NPH/02.8). World Health Organization. https://apps.who.int/iris/handle/10665/67215

WU, Y., DAMNÉE, S., KERHERVÉ, H., WARE, C., RIGAUD, A. (2015). Bridging the Digital Divide in Older Adults: A Study From An Initiative To Inform Older Adults About New Technologies. CIA, 193. https://doi.org/10.2147/cia.s72399

YAZDANPANAHI, M., & HUSSEIN, S. (2021). Sustainable ageing: supporting healthy ageing and independence amongst older Turkish migrants in the UK. Sustainability, 13(18), 10387. https://doi.org/10.3390/su131810387

ZHANG, Q., Li, M., WU, Y. (2020). Smart Home for Elderly Care: Development and Challenges In China. BMC Geriatrics, 1(20). https://doi.org/10.1186/s12877-020-01737-y

ZUBRITSKY, C., ABBOTT, K. M., HIRSCHMAN, K. B., BOWLES, K. H., FOUST, J. B., & NAYLOR, M. D. (2013). Health-related quality of life: Expanding a conceptual framework to include older adults who receive long-term services and supports. The Gerontologist, 53(2), 205-210. https://doi.org/10.1093/geront/gns093

Özet

Bu çalışmada uzun dönem bakımın sürdürülebilirliği açısından gerontekнolojinin önemi ve yerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Demografik yaşlanma her toplumun farklı hızlarla da olsa deneyimlediği bir süreçtir. Toplumda yaşlı bireylerin sayısı fazlalaştıkça değişen toplum yapısının farklı açılardan ele alınması ve özelleşmiş hizmetlerin oluşturulması gerekmektedir. Yaşlılık ve yaşlanma sadece olumsuz bir çıktı gibi düşünülmemeli aksine bilimsel veriler ışığında gerekli planlamalar yapılmalıdır. Gerontolojinin ele aldığı önemli konulardan biri olan uzun dönem bakım toplumsal ve bireysel açılardan ele alınmalıdır. Yaşam süresinin artması ve demografik yaşlanmanın sonucu olarak artık ölüm ve hastalıkların başlangıç süresi arasındaki ara gittikçe açılmaktadır. Bu noktada insana yakışır bakımın sağlanması, informal bakım veren bireylerin yüklerinin hafifletilmesi ve uzun dönem bakımın sürdürülebilirliği için gerontekнolojnin yarattığı fırsatın değerlendirilmesi önemlidir. Gerontolojinin çalışma dallarından biri olan gerontekнoloji; teknoloji, tasarım ve gerontolojiyi birleştirerek yaşlı bireylerin sorunlarına multidisipliner biçimde çözüm aramaktadır. Gerontekнoloji alanının gelişimine bakıldığında zamanla toplumsal değişimin etkisiyle değişiklik gösterdiği görülmektedir. 20. yüzyılın son yarısında geriatri ve ergonomi alanındaki çalışmalar gerontekнolojinin tarihsel gelişiminde rol oynamıştır. Alandaki ilk çalışmalar öncelikle yardımcı teknolojilerin geliştirilmesine ve çevresel sistemlerin erişilebilirliğine odaklanmıştır. Ancak alandaki perspektif cihazların, sistemlerin ve programların geliştirilmesini daha geniş bir şekilde kapsayacak şekilde genişlemiştir. Disiplinler arası iş birliği sayesinde gerontekнolojinin uygulamaları ve kapsamı daha çeşitli ve kapsamlı hale geldi ve giyilebilir cihazlar, izleme sistemleri ve dijital platformlar gibi teknolojileri entegre etmiştir. Yıllar geçtikçe gerontekнoloji, teknoloji merkezli bir yaklaşımdan yaşlı insanların ihtiyaçlarını ve isteklerini dikkate alan daha kişi merkezli bir yaklaşıma doğru evrilmiştir. Zamanla gerontekнolojinin odak noktası yaşlı insanların işlevsel ihtiyaçlarından daha sosyal bir perspektife kaymıştır. Günümüzde odak noktası, teknolojiyi kullanan yaşlı insanların sosyal katılımını, bağımsızlığını ve genel refahını teşvik etmektir. 21. yüzyılda toplumsal değişimin temelinde küresel demografik ve teknolojik değişimlerdir. Bu gelişmeler sayesinde dijital dünyanın ve iletişim bilgilerinin yanı sıra çeşitli teknolojilerin günlük hayatımızda kullanımı büyük ölçüde artmıştır. İnsanlar yaşlandıkça teknoloji de insanların günlük hayatlarına daha fazla dahil olmaya başladı ve yaşlıların kimlikleri, yaşam tarzları ve sosyal ağları açısından önem

kazanmıştır. Aynı zamanda bu iki itici gücün genişlemesi, farklı disiplinlerin entegrasyonuna ve iş birliği yaptıkları geronteknolojinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Ancak yaşlanma ve teknolojiye ilişkin bu gerontolojik çalışmaların çoğu uygulama odaklı ve teknoloji açısından iyimser olup, yerinden edilmiş yaşlı insanların yaşamlarını nasıl iyileştirebileceklerini sorgulamaktadır. Son zamanlarda, yaşlanma sosyolojisinin yanı sıra eleştirel bilim, teknoloji ve veri çalışmaları gibi diğer çalışma alanlarındaki daha eleştirel ve kültürel yaklaşımlar, yaşlı yetişkinlerin anlamlandırmak için kullandıkları bu tür müdahaleci teorileştirme biçimlerinden kopmaya çalışmaktadır. Gelişmekte olan, çok yönlü bir araştırma alanı olan sosyo-geronteknoloji, yaşlanma, bakım verme, sağlık ve teknolojinin hâlihazırda birbirini nasıl etkilediğine ve gerontoloji, çevresel gerontoloji ve sosyoloji üzerindeki bu etkileşimin altında yatan sosyal, altyapısal, kültürel ve maddi güçlere odaklanmaktadır. Sosyo-geronteknolojinin odak noktası yalnızca yeni teknolojilerin bireysel veya nüfus yaşlanmasından kaynaklanan iddia edilen sorunları veya zorlukları ele almak değil, aynı zamanda konutların yenilikler/tasarımlar ve sosyal politikalar açısından nasıl algılandığıdır; Ayrıca hedef grubun nasıl seçildiğini de incelemektedir.

Bu makalenin ana kavramlarından bir tanesi de sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir uzun dönem bakımdır. Fakat sürdürülebilirlik ve bağlantılı olarak üretkenlik kavramlarının eleştirel açıdan da ele aldığımızın altının çizilmesi gerekmektedir. Genellikle zayıflık ve gerileme dönemi olarak adlandırılan yaşlılığa yönelik olumsuz tutumlar devam etmektedir. Bu, kıyamet demografisi kavramına ve yaşlı yetişkinlerin toplumu ezecek kötü niyetli bir güç olarak görüldüğü yaşlanan saatli bomba kavramına yol açmıştır. 65 yaş ve üzeri bireylerin oranı arttıkça istihdam edilebilir yaş gruplarının oranı azalmaktadır. Pek çok kişi, bu eğilimin daha az iş gücü ve iş gücü sıkıntısına yol açacağını, bunun da gelecek nesillerin yaşlı insanları aynı ölçüde desteklemesini zorlaştırabileceğini düşünmektedir. Bu bakış açısına göre yaşlılar emekli olduklarında ulusal üretkenliği veya ekonomiyi artıramayacaklardır. Ancak gönüllülüğün ve ücretsiz emeğin öneminin yanı sıra yaşlı insanların toplum için değerli faaliyetlere katılmasının daha geniş avantajları da göz ardı edilmektedir. Üretkenliğin teşviki yaşlanma ilgili farklı kavramsal perspektiflerde göze çarpmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken durum yaşlı bireyler bakıma muhtaç olup olmaksızın toplumun bir parçası olduğu sosyal devlet anlayışının unutulmaması gerektiğidir. Sürdürülebilir bakım ekonomik olarak toplumsal faydayı gözettiği kadar özellikle informal/formal bakımın yükünü azaltmayı hatta insan onuruna yakışır bakım hizmetlerinin oluşturulmasını amaçlamamaktadır. Uzun dönem bakımın önemli iki ayağı olan yerinde yaşlanma ve kurumsal bakımda teknoloji kullanımının hizmetin kalitesinin artması açısından faydalı olacaktır. Bakımda teknoloji kullanımı hakkında etik kaygılar mevcuttur lakin geronteknoloji, teknolojik ilerlemeler ve yaşlanan nüfus nedeniyle umut vaat etmektedir. Yaşlı yetişkinler teknolojiye erişimde engellerle karşı karşıyadır ve küresel krizleri ve ötekileştirmeyi önlemek için onların bilgi toplumuna katılımlarını teşvik etmek için çaba gösterilmelidir. Son olarak uzun dönem bakımda teknolojinin entegrasyonunu kolaylaştırmak için yaşlı bireylerin geronteknolojik hizmet/ürünlere bakış açılarının dikkate alınıp onların da bir paydaş olduğu unutulmamalıdır.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);402-414
DOI: 10.17336/igusbd.1312044

DERLEME MAKALE / REVIEW ARTICLE

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Psikobiyotikler ve Ruhsal Hastalıklar: Bir Gözden Geçirme

Psychobiotics and Mental Illness: A Review

Merve ÖZ

Öz

Probiyotikler, yeterli miktarlarda uygulandığında konakçıya yarar sağlayan canlı mikroorganizmalardır ve bağırsak sağlığı için çok önemlidirler. Uygun miktarlarda tüketildiğinde ruh sağlığı üzerinde faydalı etkisi olan probiyotik bakterilere ise psikobiyotik denilmektedir. Son zamanlarda yapılan çok sayıda çalışmada, depresyondan şizofreniye kadar birçok psikiyatrik hastalığın patofizyolojisinde; bağırsak mikrobiyotası ve bağırsak geçirgenliğinin rol oynayabileceği ön görülmektedir. Bu derlemenin amacı; psikobiyotiklerin; depresyon, anksiyete, şizofreni, dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu gibi ruhsal hastalıklar üzerindeki etkisini incelemektir. Psikobiyotikler ve Ruhsal Hastalıklar Derlemesi yazılırken; "Science Direct", "Pubmed" ve "Google Scholar" veri tabanları ve uluslararası dergilerden faydalanılmış ve arama motoruna "psikobiyotikler" ve "ruhsal hastalıklar" anahtar kelimeleri yazılarak ve 2008 ile 2023 yılları arasında ulaşılabilen tüm kaynaklara ulaşılmaya çalışılarak tarama yapılmıştır. Psikobiyotikler, zihinsel sağlığı ve bilişsel davranışları iyileştirmek için uygun maliyetli ve sağlıklı bir yaklaşım olabilmektedir. Ruhsal hastalıklar için alternatif bir çare olan psikobiyotikler hakkındaki varsayımların doğrulaması için yapılan çalışmalardaki denek sayısı artırılarak daha fazla araştırma yapılması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler

Anksiyete, Depresyon, Dikkat Eksikliği ve Hiperaktivite Bozukluğu, Psikobiyotik, Ruhsal Hastalıklar, Şizofreni

Abstract

Probiotics are live microorganisms that provide health benefits to the host when administered in adequate amounts and are essential for intestinal health. Probiotic bacteria that have a beneficial effect on mental health when consumed in appropriate amounts are called psychobiotics. In many recent studies, in the pathophysiology of many psychiatric diseases from depression to schizophrenia; intestinal microbiota and intestinal permeability are thought to play a role. The purpose of this review; psychobiotics; To examine the

Uzman Klinik Psikolog, Doktora Öğrencisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Klinik Psikoloji Doktora Programı, Psikoloji Bölümü, İstanbul, Türkiye.
✉ dyt.merveoz@hotmail.com

Geliş/Received: 09.06.2023
Kabul/Accepted: 02.02.2025

Merve Öz, "Psychobiotics and Mental Illness: A Review", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 402-414.

effect on mental illnesses such as depression, anxiety, schizophrenia, attention deficit and hyperactivity disorder. While writing the Psychobiotics and Mental Diseases Review; "Science Direct", "Pubmed" and "Google Scholar" databases and international journals were used and a search was made by typing the keywords "psychobiotics" and "mental diseases" into the search engine and trying to reach all the resources that could be reached between 2008 and 2023. Psychobiotics can be a cost-effective and healthy approach to improving mental health and cognitive behavior. It is recommended that more research be done by increasing the number of subjects in the studies conducted to confirm the assumptions about psychobiotics as an alternative remedy for mental illnesses.

Keywords

Anxiety, Attention Deficit and Hyperactivity Disorder, Depression, Mental Illness, Psychobiotic, Schizophthenia

Giriş

Ruhsal iyilik, her yaşta insan sağlığının önemli bir bileşenidir. Modern toplumun bir sonucu olarak stres veya endişe karşımıza yaygın olarak çıkmaktadır. Son yıllarda, tıp camiasında bağırsak beyin ekseni ile ruhsal hastalıklar arasında artan bir ilgi oluşmuştur (Skowron vd., 2022). Beyin ile merkezi sinir sistemi ve bağırsak arasında çift yönlü düzenleyici bir sistem vardır ve bu bağırsak sağlığı ile psikolojik iyi oluş arasındaki bağlantıya, "Bağırsak Beyin Ekseni" denilmektedir. Bağırsak beyin ekseni, bağırsak mikrobiyomu ve beyin arasında bir iletişim kanalı olarak işlev görmektedir. Bu eksen nöronal, hormonal ve immün düzenlemelerde etkindir (Karina vd., 2020).

Günümüz yaşam tarzı (diyet, stres, fiziksel aktivite), antibakteriyel ürünler, çevresel faktörler (besinlerdeki kontaminantlar) ve hem gıdalarda hem de ilaç olarak kullanılan antibiyotikler; vücut için yararlı olan bu tür mikroorganizmalara zarar vermektedir (Misra & Mohanty, 2019). Mikrobiyota; diyetler, genetik, cinsiyet ve yaş gibi faktörler tarafından kontrol edilmektedir (Karina vd., 2020). Sağlığa faydalı mikroorganizmaların yetersizliği sağlık açısından sorunlara yol açabilmektedir (Misra & Mohanty, 2019).

Mikrobiyomlar; şizofreni, dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu (DEHB) (Greener, 2018), depresyon, anksiyete (Misra & Mohanty, 2019) gibi çeşitli psikiyatrik ve nörolojik hastalıklarla ilişkilendirilmektedir. Mikrobiyomun potansiyel öneminin fark edilmesinin ruh sağlığını iyileştirmek için canlı mikroorganizmalar içeren 'psikobiyotik' takviyeleri yeni bir terapötik stratejiye ilham vermiştir (Greener, 2018).

Bağırsak mikroorganizmaları ruhsal durumu etkilemektedir. Özellikle, bağırsak disbiyozu, merkezi sinir sisteminin çeşitli bozuklukları ile ilişkilidir. Örneğin, düşük sayıda *Bifidobacterium türünün* ve *Lactobacillus türünün*, yüksek düzeyde depresif bozukluğu olan bireylerle ilişkilendirilebileceği (Karina vd., 2020) ve *Bifidobakteri* ve *Laktobasil* ailesinden gelen probiyotiklerin, depresif hayvan modellerinde Hipotalamus Hipofiz Adrenal Eksen (HPA ekseni) işlevini normalleştirdiği gösterilmiştir (Blake, t.y.).

Bağırsak mikrobiyomu, konak sağlığındaki önemli işlevlerden sorumludur (Karina vd., 2020). Bazı gastrointestinal bakteriler; gama-aminobütirik asit (GABA), serotonin, katekolaminler ve asetilkolin dahil olmak üzere nörotransmiterler ve bunların triptofan gibi öncüllerini üretmektedir (Greener, 2018). Psikobiyotikler, kortizol düzeylerini düşürebilmekte ve oksitosin düzeylerini artırabilmektedir. Psikobiyotikler, bir anti-inflamatuar sitokin olan Interleukin 10'un (IL-10) salınmasını teşvik ederken, sitokinlerin üretimini azaltarak vücudun enflamasyona tepkisini düzenleme yeteneğine sahiptir (Misra & Mohanty, 2019).

GABA üretiminde *Lactobacillus* ve *Bifidobacterium* dahil olmak üzere bazı bakterilerin nörotransmiterlerin üretimi üzerinde etkili olduğu bilinmektedir; asetilkolin üretimi üzerine *Lactobacillus* ve *Bacillus*; norepinefrin üretimi üzerine *Bacillus, Escherichia ve Saccharomyces*; dopamin üretimi üzerine *Escherichia*, *Lactobacillus, Bacillus, Lactococcus ve Serratia*; ve serotonin üretimi üzerine *Streptococcus, Achromobacter xylosoxidans, Lactococcus, Lactobacillus, Escherichia, Enterococcus* ve *Candida*; ve serotonin öncüsü olan triptofan üretiminde ise *Bifidobacterium* etkilidir (Ross, 2023).

Bu derlemenin amacı psikobiyotiklerin; depresyon, anksiyete, şizofreni, dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu gibi ruhsal hastalıklar üzerindeki etkisini incelemektir.

Yöntem

Psikobiyotikler ve Ruhsal Hastalıklar Derlemesi yazılırken mevcut literatür çalışmalarından elde edilen veriler toplanarak derlenmesi ve bu verilerin ilişkilendirilmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda; "Science Direct", "Pubmed" ve "Google Scholar" veri tabanları ve uluslararası dergilerden faydalanılmış ve arama motoruna "psikobiyotikler" ve "ruhsal hastalıklar" anahtar kelimeleri yazılarak ve 2008 ile 2023 yılları arasında ulaşılabilen tüm kaynaklara ulaşılmaya çalışılarak tarama yapılmıştır. Konu geniş olduğu için psikobiyotikler ile depresyon, anksiyete, şizofreni, dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu (DEHB) arasındaki ilişkiyi konu alan makaleler incelenerek derlenmiştir.

Bulgular

Psikobiyotikler

Psikobiyotikler, uygun miktarlarda alındığında konakçı organizmanın mikrobiyotasını etkileyerek ruh sağlığına fayda sağlayabilecek canlı mikroorganizmaları ifade etmektedir (Karina vd., 2020). Psikobiyotikler, ruh sağlığına fayda sağlayabilen probiyotikler olarak da tanımlanabilmektedir (Romijn vd., 2017).

Psikobiyotikler, bağırsak disbiyozunun ruh sağlığı üzerindeki etkilerini hafifletmeyi amaçlayan stratejiler arasında sayılmaktadır. Disbiyozun nöropsikiyatrik ve nörodejeneratif hastalıklar da dahil olmak üzere çeşitli hastalık durumlarına eşlik ettiği artık bilinmektedir (Tremblay vd., 2021).

Zihinsel bozuklukların tedavisinde probiyotiklerin uygulanmasına yönelik ilk girişim, 1910 yılında laktik asit bakterilerinin depresyon hastalarının üzerindeki yararlı etkisini tanımlayan George Porter Phillips tarafından gerçekleştirilmiştir (Karakula vd., 2016). Psikobiyotik terimi ise 2013 yılında psikiyatr Ted Dinan ve nörolog John F. Cryan tarafından oluşturulmuştur (Karakula vd., 2016).

Psikobiyotik mikroorganizmalar, beyin kaynaklı proteinleri düzenleyerek bilişsel işlevleri ve hafızayı etkileyebilmektedir (Karina vd., 2020).

Psikobiyotikler ve Ruhsal Hastalıklar

Psikiyatrik bozukluklar; düşüncelerin, duyguların, davranışların ve başkalarıyla ilişkilerin anormal bir kombinasyonu ile karakterize edilen çok çeşitli karmaşık, heterojen sorunları ifade etmektedir. Şizofreni, depresyon, bipolar bozukluk ve anksiyete gibi bozuklukların, küresel hastalık yükünün yaklaşık %12' sini oluşturduğu tahmin edilmektedir (Zagórska vd., 2020).

Erken yaşam stresi; yaşamın ilerleyen dönemlerinde madde bağımlılığı bozuklukları, major depresif bozukluğu, duygudurum bozuklukları, anksiyete bozuklukları, travma sonrası stres bozukluğu ve bipolar bozukluk gelişimi için bir risk faktörü oluşturmaktadır (Tremblay vd., 2021)

Sağlıklı bir zihin, fiziksel ve nörolojik iyiliğin zihinsel durumunu temsil etmektedir (Karina vd., 2020). Mikrobiyotanın beyin gelişiminde ve beyin bağırsak ekseninin normal işleyişiyle ilgili bir nöral, endokrin ve bağışıklık mekanizmaları kompleksi aracılığıyla işlev görmesinde düzenleyici bir rolü olması bağırsak mikrobiyotası ve ruh sağlığı arasındaki araştırmaları artırmıştır (Karakula vd., 2016). Bu konuda yapılan çalışmalar şu şekildedir:

Anksiyete, depresyon, şizofreni ve stres üzerine yapılan 23 klinik çalışmanın incelenmesinin sonucunda probiyotiklerin yalnızca depresif semptomları olan hastalarda etkinliğinden söz edilmiştir. Şizofreni, stres ve kaygı gibi diğer psikiyatrik bozukluklar için probiyotik takviyesinin yararlı etkisi sunulan meta analizden çıkarılamamıştır (Zagórska vd., 2020). Buna karşın 65 yaş üstü 63 sağlıklı yaşlı erişkin ile 12 hafta boyunca *Bifidobacterium bifidum BGN4* ve *Bifidobacterium longum BORI* içeren plasebo veya probiyotik kullanılarak başka bir çalışma yapılmıştır. Sonuç olarak probiyotiklerin, bağırsak mikrobiyotasında değişikliklere neden olmanın yanı sıra sağlıklı yaşlı yetişkinlerde zihinsel esnekliği teşvik ettiği ve stresi azalttığı da bulunmuştur (Kim vd., 2021). Psikobiyotik tüketiminin stres tepkisi, biliş ve beyin aktivite modellerini etkileyip etkilemediği 22 sağlıklı katılımcı ile değerlendirilmiştir.

Çalışmanın sonunda *B. longum 1714* tüketiminin azaltılmış stres ve gelişmiş hafıza ile ilişkili olduğu gösterilmiştir (Allen vd., 2016).

Sağlıklı kadınlar tarafından 4 hafta boyunca probiyotik içeren fermente süt ürünü tüketiminin beyin sinyalini veya duygusal dikkat cevabını değiştirip değiştirmediği bir çalışma ile incelenmiştir. *Bifidobacterium animalis subsp Lactis, Streptococcus thermophiles, Lactobacillus bulgaricus ve Lactococcus lactis subsp Lactis'i* probiyotik içeren fermente süt ürünü katılımcılara verilmiştir. Sağlıklı kadınlar tarafından dört haftalık probiyotik içeren fermente süt kullanımı, beyindeki duygu ve his merkezinin aktivasyonunu etkilemiştir (Tillisch vd., 2013).

Kortizol, strese yanıt olarak adrenaller tarafından salınan bir steroid hormondur. Sınav stresi altındaki genç erişkinlerde *Lactobacillus plantarum 299v'nin* etkisini incelemek için bir çalışma yapılmıştır. Yaklaşan bir akademik sınavı olan 41 öğrenci; randomize, çift kör, plasebo kontrollü bir çalışmaya dahil edilmiş ve kendilerine 14 gün boyunca günde bir kez kapsüller halinde probiyotik uygulanmıştır. İrritabl bağırsak sendromu semptomlarının azaltılmasını sağlayan bir probiyotik bakteri, muayene süresi boyunca stres belirteci kortizol düzeylerinin yükselmesini önlemiştir. Stresle bağlantılı olarak, probiyotikler veya plasebo verilen katılımcılar arasında kortizol salgılama tepkisinde önemli bir fark bulunmuştur (Andersson vd., 2016). Psikolojik stresin, gastrointestinal sıkıntı ile ilişkili olabileceği düşünülerek lisans öğrencilerine *Lactobacillus helveticus R0052*, *Bifidobacterium longum ssp. infantis R0033*, *Bifidobacterium bifidum R0071* veya plasebo verilerek bir başka çalışma yapılmıştır. *B. bifidum R0071* ile katılımcıların bildirdiği stres düzeylerinin daha düşük olması nedeniyle, genel stresin azalmasına katkıda bulunabileceği söylenmiştir. Bu etkiler, *L. helveticus R0052* veya *B. infantis R0033* ile gözlenmemiştir (Culpepper vd., 2016). Bu bulgulara karşın, 30 günlük *Saccharomyces boulardii* takviyesinin stres altında akademik performansı arttırıp arttırmadığını ve stres belirteçlerini etkileyip etkilemediğini belirlemek için yapılan bir çalışmanın sonucunda *Saccharomyces boulardii* takviyesinin stres altında akademik performansı iyileştirmede ve bazı stres belirteçlerini hafifletmede büyük ölçüde etkisiz olduğu bulunmuştur (Trial vd., 2020).

Psikobiyotikler ve Depresyon

Depresyon; düşünceleri, davranışları, duyguları ve motivasyonu olumsuz etkileyen ciddi bir tıbbi hastalıktır (Trzeciak & Herbet, 2021). Majör depresif bozukluk (MDB); duygudurum bozuklukları, stresi, genel işlevsellikte belirgin yetersizlikleri ve ciddi tıbbi komorbiditeleri içeren karmaşık ve çok faktörlü bozukluktur. MDB, bir bireyin yaşamı boyunca, hayatının bir yerinde nüfusun yaklaşık %20 'sini etkilemektedir (Misra & Mohanty, 2019). Depresyonun 2028 yılına kadar küresel hastalık yükü olan hastalık sıralamasında ilk sırada olacağı tahmin edilmektedir (Zhu vd., 2022). Duygusal, nörovejetatif ve nörobilişsel semptomları içeren MDB, kadınlarda erkeklere kıyasla iki kat daha fazla görülmektedir (Carlessi vd., 2022).

Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı 5 (DSM5)'e göre, majör depresyon tanısı iki haftalık bir süre içinde beş veya daha fazla semptomun varlığını gerektirmektedir. Bu semptomlardan biri ya depresif bir ruh hali ya da anhedonia (ilgi ya da zevk kaybı) olmalıdır. Diğer belirtiler arasında iştah ya da kilo değişiklikleri, uyku güçlüğü, düşünme ya da konsantre olma yeteneğinde azalma, yorgunluk ya da enerji kaybı, değersizlik düşünceleri, suçluluk duygusu ve intihar yer almaktadır (Trzeciak & Herbet, 2021).

Beyindeki serotonin (5-hidroksitriptamin, 5-HT) sistemi hem depresyonun gelişimi hem de tedavisi için anahtar görevi görmektedir. Depresyon için birinci basamak tedavi, seçici serotonin geri alım inhibitörü (SSRI) olmaya devam etse bile hastaların yalnızca üçte biri duygusal fayda görmektedir (Tian vd., 2020).

MDB'li hastaların yaklaşık %30' unun monoaminerjik antidepresanlara yanıt vermemesi, MDB etiyolojisinde başka biyolojik yolların rol oynadığını düşündürmektedir. Bu mekanizmalar arasında subklinik inflamasyon, HPA eksen düzensizliği ve nörotrofik büyüme faktörlerinin (BDNF) değişmiş sinyallemesi yer almaktadır (Misera vd., 2021).

Önemli bir husus, depresyonun nöroplastisite ile bir ilişkisi olabileceğidir. BDNF, trofik kökenli bir beyin faktörü olan nöronlar arasında yeni bağlantıların oluşumundan sorumludur. Depresyonun

nöroplastisite ile bir ilişkisi olabileceği söylenmektedir. BDNF, trofik kökenli bir beyin faktörü olan nöronlar arasında yeni bağlantıların oluşumundan sorumludur. Nörotrofinin; serotonerjik, dopaminerjik, noradrenerjik ve kolinerjik bağlantıların gelişimini etkilediği söylenmektedir (Trzeciak & Herbet, 2021).

MDB patogenezinin çok umut verici bir hipotezi ise, bağırsak mikrobiyotasının kilit bir rol oynadığı bağırsak beyin ekseni disfonksiyonudur. Mikrobiyotanın, merkezi sinir sistemindeki farklı işlevleri yani nöropeptit sentezinin desteklenmesini, HPA ekseninin düzenlenmesini, nörotransmiterlerin üretimini ve triptofan metabolizmasını düzenlediği gösterilmiştir (Misera vd., 2021). Depresyonun ortaya çıkması ve gelişmesinde genellikle *Bifidobacterium, Lactobacillus, Lachnospiracea ve Faecalibacterium* azalması gibi bağırsak mikrobiyal değişikliklerin eşlik ettiği söylenmektedir (Zhu vd., 2022).

Hayvan çalışmaları, mikrobiyomun depresyonun etkilerine karşı duyarlı olduğunu göstermiştir (Tian vd., 2020; Morshedi vd., 2018).

Kronik olarak stres altındaki 40 C57BL/6J erkek fareye davranış testinden 5 hafta önce canlı *Bifidobacterium Breve, CCFM1025* uygulanarak bir çalışma yapılmıştır. Çalışmanın sonucu olarak *B. breve* suşunun belirgin antidepresan benzeri etkisi gösterilmiştir. İlgili potansiyel mekanizma; HPA ekseni hiperaktivitesinin ve enflamasyonun hafifletilmesini, c-Fos seviyelerinin aşağı regülasyonu ile birlikte BDNF'nin yukarı regülasyonunu, bağırsak ve beyindeki serotonerjik sistemin yanı sıra bağırsak mikrobiyal bileşimi ve metagenom üzerindeki modifikasyonunu içerebileceği düşünülmüştür (Tian vd., 2020). Yine 35 erkek Wistar sıçanı ile L. plantarum suşu kullanılarak yapılan bir çalışmanın sonucunda kan ve amigdaladaki azalmış oksidatif stres belirteçleri ile ilişkili olarak depresif ve anksiyete benzeri davranışları iyileştirmede etkili olduğunu göstermiştir. Ayrıca, amigdaladaki serotonin ve BDNF konsantrasyonlarının da iyileştiği gösterilmiştir (Morshedi vd., 2018). Dawley farelerinin 14 gün boyunca B. infantis ile tedavi edilmesiyle bir çalışma yapılmıştır. Bifidobakteri tedavisi ayrıca frontal kortekste 5-HIAA konsantrasyonunun azalmasına ve amigdaloid kortekste DOPAC'ın azalmasına neden olmuştur. Bifidobakteri tedavisi ile proinflamatuar bağışıklık yanıtlarının zayıflaması ve serotonerjik öncü triptofanın yükselmesi, bu probiyotiğin antidepresan özelliklere sahip olabileceği önermesini desteklemiştir (Desbonnet vd., 2008).

Lactobacillus plantarum suşu PS128'in erken yaşam stresine maruz kalan fareler ve saf yetişkin fareler üzerindeki psikotropik etkilerini inceleyen bir çalışmanın sonucunda PS128'in düzenli alımının kaygı ve depresyon benzeri davranışları iyileştirebileceği ve afektif bozukluklarla ilgili nörokimyasalları modüle edebileceği düşünülmüştür. Bu nedenle PS128, psikotropik özellikler gösterdiği ve stresle ilişkili semptomları iyileştirmek için büyük bir potansiyele sahip olduğu söylenmiştir (Liu vd., 2016).

Bir psikobiyotik olan *Faecalibacterium Prausnitzii'nin* (ATCC 27766) sıçanlarda anksiyolitik ve antidepresan benzeri etkilere sahip olup olmadığını ve kronik hafif stresin etkisini tersine çevirip çevirmediğini test etmek için bir çalışma yapılmıştır. Sonuçlar, bağırsak mikroflorasının kaygı ve depresyonda rol oynadığına dair kanıt sağlamamıştır. Bu sonuçların doğrulanmasına bağlı olarak probiyotiklerin, nöropatolojik bozukluklara ve/veya psikiyatrik bozukluklarda ek tedavi olarak yararlı yeni bir terapötik yaklaşım sunabileceği söylenmiştir (Hao vd., 2019).

Orta dereceli depresyonlu 69 bireye *Lactobacillus helveticus* ve *Bifidobacterium longum içeren* probiyotik preparatı verilerek yapılan çalışmanın sonucunda probiyotik kullanımının ruh halini tedavi etmekte etkili olduğuna dair kanıt bulunamamıştır (Romijn vd., 2017). Fakat Major depresyonu olan 79 katılımcı ile *Lactobacillus Plantarum 299v* probiyotiği kullanılarak yapılan başka bir çalışmanın sonucunda SSRI tedavisinin probiyotik bakteri *Lactobacillus Plantarum 299v* ile güçlendirilmesinin MDB hastalarında bilişsel performansı iyileştirdiği bulunmuştur (Rudzki vd., 2019). Yine 38 kişi ile yapılan plasebo kontrollü bir çalışmada, kullanılan *Bifidobacterium longum NCC3001* probiyotiğinin irritable bağırsak sendromlu hastalarda depresyonu azalttığını ancak anksiyete puanlarını düşürmediğini ve yaşam kalitesini artırdığı bulunmuştur (Pinto-Sanchez vd., 2017).

Bağırsaktaki *Bifidobacterium ve Lactobacillus'un* stres tepkisi ve depresif bozukluk üzerinde yararlı bir etkiye sahip olduğu öne sürülmüştür. MDB'si olan hastalarda sağlıklı kontrollere göre bu bakteri sayılarının azalıp azalmadığını incelemek için bir çalışma yapılmıştır. Çalışmaya 43 hasta ve 57 kontrol dahil edilmiştir. Çalışmanın sonucu, MDB'li hastalarda *Bifidobacterium ve Lactobacillus* sayılarının azaldığına dair doğrudan kanıt sağlamıştır (Aizawa vd., 2016). 10 çalışmanın dahil edildiği

bir meta analizde, incelenen çalışmaların sonucunda; probiyotiklerin özellikle geleneksel tedaviye yardımcı olarak MDB tedavisinde büyük potansiyele sahip olduğu söylenmiştir (Misera vd., 2021). Başka bir meta analiz çalışmasında; probiyotik müdahalenin depresif hastaların duygusal durumunu iyileştirebileceği fakat probiyotiklerin, antidepresan benzeri etkisinin evrensel olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Probiyotiklerin etkisinin; uygulama şekline, müdahale süresine, kullanılan suşların sayısına ve deneklerin fizyolojik durumuna bağlı olduğu söylenmiştir (Zhu vd., 2022).

Miyokardiyal enfarktüsü (MI) olan bireylerde *L. Rhamnosus* suşu kullanarak bir çalışma yapılmıştır. Mevcut randomize, çift kör, plasebo kontrollü çalışmada 12 haftalık probiyotik takviyesinin MI sonrası hastalarda depresif belirtiler ve yaşam kalitesi üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu gösterilmiştir (Moludi vd., 2019).

Uyku eksikliği; hafıza bozukluğu, alerji ve depresyona neden olabilmektedir. Yamamura ve arkadaşlarının sağlıklı yaşlı hastalarda *L. helveticus CM4* suşunun uyku üzerindeki potansiyelini gözlemlediği çalışma sonucunda potansiyel probiyotik suşlarla zenginleştirilmiş fermente süt tüketilerek uyanma bölümlerini ve uyku etkinliğini iyileşebileceği söylenmiştir (H. Sharma & Bajwa, 2022). Nakakita ve arkadaşları tarafından *L. brevis SBC8803* ile yapılan bir çalışmada, erkek deneklerin, uyurgezerliklerinde iyileşme bildirilmiştir (Cheng vd., 2019).

Psikobiyotikler ve depresyon ile ilgili yapılan çalışmalar:

Psikobiyotikler ile Depresyon ve Anksiyete Üzerine Yapılmış Çalışmalar

Kaynak	Psikobiyotik	Denek Sayısı ve Uygulama Süresi	Çalışma Sonucu
(Tian vd., 2020)	*Bifidobacterium breve*	N=40/erkek fare 5 hafta	CCFM1025, önemli ölçüde antidepresan benzeri ve mikrobiyota düzenleyici etkiler göstermiştir
(Morshedi vd., 2018)	*Lactobacillus Plantarum*	N=35/erkek fare 6 ile 13 hafta	Depresif belirtiler ve anksiyete benzeri belirtileri iyileştirmede etkili olduğu saptanmıştır.
(Romijn vd., 2017)	*Lactobacillus helveticus ve Bifidobacterium longum*	N=69 kişi 8 hafta	Ruh halini düzenlemede bir etkisi bulunamamıştır.
(Rudzki vd., 2019)	*Lactobacillus Plantarum 299v*	N= 60 kişi 8 hafta	SSRI tedavisinin probiyotik bakteri ile güçlendirilmesinin MDB hastalarında bilişsel performansı iyileştirdiği bulunmuştur.
(Pinto-Sanchez vd., 2017)	*Bifidobacterium longum* (NCC3001)	N=38 kişi 6 hafta	Depresyonu azalttığını ancak anksiyete puanlarını düşürmediği ve yaşam kalitesini artırdığını bulunmuştur.
(Gualtieri vd., 2020)	Psikobiyotik karışım	N=142 kişi 12 hafta	Probiyotik tüketiminin sağlıklı yetişkinlerde anksiyete semptomlarını azalttığı bulunmuştur.
(Moludi vd., 2019)	*L. Rhamnosus*	N = 44 12 hafta	Miyokardiyal enfarktüs sonrası hastalarda depresif belirtiler ve yaşam kalitesi üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir.

Psikobiyotikler ve Anksiyete

Anksiyete; çeşitli somatik belirtilerin eşlik ettiği, genellikle tetikleyici olmayan ajitasyon, ıstırap, korku ve orantısız endişe ile karakterize edilen bir duygudur (Gualtieri vd., 2020). Anksiyete bozuklukları en yaygın psikiyatrik bozukluklardır ve yüksek hastalık yükü ile ilişkilidir (Riggs, 2009).

Semptomlar, aşırı kaygı ile karakterizedir. Olaylar hakkında tekrarlayan endişe ve kişisel, mesleki veya diğer işlev alanlarında önemli sıkıntı veya bozulma ile birlikte; huzursuzluk, yorgunluk,

konsantrasyon güçlüğü, sinirlilik, kas gerginliği veya uyku bozuklukları görülmektedir (DeMartini vd., 2019). Kadınların anksiyete bozukluğu tanısı alma olasılığı erkeklerden 1,5 ila 2 kat daha fazladır (Riggs, 2009).

Lactobacillus, Bifidobacterium ve diğer türler, bağırsak mikrobiyotasının biyolojik çeşitliliğini ve sağlığını geliştirmek ve anksiyete bozukluklarını tedavi etmek için hayvan ve insan çalışmalarında probiyotik takviyeleri olarak kullanılmıştır (Gualtieri vd., 2020).

Yapılan bir fare deneyinin sonucunda gebelik sırasında *Lactobacillus helveticus NS8* takviyesinin hem erkeklerde hem de kadınlarda özellikle adolesanlarda orta derecede bir anksiyete giderici etkiye sahip olabileceği söylenmiştir (Niu vd., 2020). Yine 142 kişi ile yapılan bir başka çalışmada sonuçlar; probiyotik tüketiminin, anksiyete semptomlarını azalttığını göstermektedir (Gualtieri vd., 2020).

14 çalışmanın incelendiği bir meta analizinde, insanlarda anksiyete tedavisi için kullanılan psikobiyotikler minimal etkinlik göstermiştir. Gençlerde stres ve kaygıyı tedavi etmek için psikobiyotik kullanımına ilişkin sınırlı kanıt bulunmuştur (Cohen Kadosh vd., 2021). Yine başka bir sistematik derleme çalışmasında 17 çalışma incelenmiştir· Çocuklar ve ergenlerde terapötik müdahalelerde kaygı, stres ve biliş için psikobiyotik kullanımını destekleyen mevcut kanıtların çok az olduğu sonucuna varılmıştır (Basso vd., 2022). 12 çalışmanın dahil edildiği bir sistematik derleme çalışmasında ise stres, anksiyete veya depresyon tedavisinde psikobiyotikleri destekleyen kanıtlar bulunmuştur (Smith vd., 2021).

Psikobiyotikler ve Şizofreni

Şizofreni, her yıl dünya çapında 20 milyon kişiyi etkileyen ciddi bir nörogelişimsel bozukluktur (Munawar vd., 2021). Tedaviye dirençli semptomların çok yaygın olması nedeniyle en engelleyici ve maliyetli kronik durumdur (Ghaderi vd., 2019).

"Şizo" kelimesi bölünmüş, "phrenia" kelimesi ise akıl anlamına gelir, Yunanca kökenlidir. Bu terim, bölünmüş bir kişilik veya zihin anlamına gelmez; bunun yerine, parçalanmış veya dağınık bir düşünce, duygu ve davranış biçimidir (Munawar vd., 2021). Şizofreni; tekrarlayan yinelemeler, bilişsel gerileme, duygusal ve işlevsel yetersizlik ile karakterize, oldukça yıkıcı bir hastalıktır (Ghaderi vd., 2019)

Bu hastalık, pozitif (halüsinasyonlar, sanrılar) ve negatif (duygusal küntleşme, ilgisizlik) semptomlardan ve bilişsel bozulmadan oluşmaktadır (Ghaderi vd., 2019). Pozitif semptomlar; normal işlevin aşırı ifadesine atfedilen sanrılar, halüsinasyonlar, düzensiz konuşma ve katatonik davranışları içermektedir. Negatif belirtiler ise duygu veya ilgi eksikliği, konuşma yoksulluğu ve amaçsızlık gibi normal fizyolojik süreçlerde azalmayı içermektedir. Ek olarak bilişsel bozukluklar, kafa karışıklığı ve sözel bilgilerin zayıf bir şekilde akılda tutulmasını içermektedir (Munawar vd., 2021).

Semptomların çoğu erken ergenlik döneminde gelişmeye başlamakta, depresyon ve anksiyete gibi diğer psikotik bozukluklarla birlikte görülebilmekte ve bu da tanıda güçlüklere yol açmaktadır. Hastalığın mevcut tedavisinde tip 2 dopamin reseptör yollarını hedef alan, dikkat ve hafıza kusurlarını iyileştirmede büyük ölçüde etkisiz olduğu kanıtlanmış antipsikotikler kullanılmaktadır. Şizofreni için yeni terapötik stratejilerin geliştirilmesi önemlidir (Munawar vd., 2021).

Bağırsak mikrobiyotası, bazı nöropsikiyatrik bozuklukların nöro gelişiminde ve etiyopatogenezinde hayati bir rol oynamaktadır. Şizofreni hastaları, sağlıklı insanlara kıyasla farklı bir bağırsak mikrobiyotası göstermektedir (Sharma vd., 2021).

Bağırsak mikrobiyal disbiyozu, bağırsak beyin eksenini etkileyebilecek ve sonuç olarak nörogelişimsel ve nörodejeneratif koşullara neden olabilecek bağırsak mikroorganizmaları tarafından üretilen "postbiyotik" düzensizliğe, metabolitlere ve moleküllere yol açabilmektedir. Probiyotiklerin ve prebiyotiklerin sürekli kullanımı tipik olarak bağırsak mikrobiyotasındaki değişikliği önlemek ve doğal bağışıklığı artırmak için önerilmektedir (Munawar vd., 2021).

Antipsikotik tedavi alan şizofreni hastalarında probiyotik takviyesinin semptom şiddetini azaltıp azaltamayacağını incelemek için randomize, çift kör, plasebo kontrollü bir çalışma yapılmıştır. En az orta derecede şiddetli psikotik belirtileri olan ayaktan 65 şizofreni hastası çalışmaya katılmış, 58 kişi çalışmayı tamamlamıştır. Hastalara probiyotik (kombine *Lactobacillus rhamnosus GG ve Bifidobacterium animalis subsp. lactis suşu Bb12*) veya plasebo tedavisi uygulanmıştır. Sonuçlar,

probiyotik takviyesinin şizofreni ile ilişkili yaygın bir somatik semptomun önlenmesine yardımcı olabileceğini göstermiştir (Dickerson vd., 2014).

Kronik şizofrenide D vitamini ve probiyotik kombinasyonunun metabolik ve klinik semptomlar üzerindeki etkilerini belirlemek üzere bir çalışma yapılmıştır. Kronik şizofreni hastalarının 30'una *Lactobacillus acidophilus, Bifidobacterium bifidum, Lactobacillus reuteri* ve *Lactobacillus fermentum* içeren probiyotik takviyesi ve D vitamini; kronik şizofreni hastalarının 30'una plasebo uygulanmıştır. Kronik şizofreni hastalarına 12 hafta süreyle uygulanan probiyotik ve D vitamininin iyileştirici etkileri çalışmanın sonucunda gösterilmiştir (Ghaderi vd., 2019).

Kronik şizofreni hastalarında probiyotik takviyesinin olası immünomodülatör etkilerini incelemek için bir çalışma yapılmıştır. 31 kronik şizofreni hastasına *Lactobacillus rhamnosus suşu GG* ve *Bifidobacterium animalis subsp. lactis suşu Bb12* içeren probiyotik verilirken 27 kronik şizofreni hastasına plasebo uygulanmıştır. 14 haftalık adjuvan tedaviden önce ve sonra toplanan örneklerde multipleks immünolojik testler kullanılarak ölçüm yapılmıştır. Çalışmanın sonunda şizofreni hastalarına verilen probiyotik takviyesinin gastrointestinal sızıntıyı iyileştirebileceği varsayılmıştır ve probiyotiklerin şizofreni hastalarında standart antipsikotik tedaviye yanıt vermeyen molekülleri etkileyerek immünomodülatör etkilere sahip olduğu sonucuna varılmıştır (Tomasik vd., 2015).

Psikobiyotikler ve Dikkat Eksikliği Hiperaktivite Bozukluğu (DEHB)

DEHB, çocuk ve ergenlerde en sık görülen nörogelişimsel bozukluktur. DEHB'nin tahmini prevalansı, dünya genelindeki çocuk ve ergenlerde %3,4 ila %7,2 arasındadır (Boonchooduang vd., 2020).

DEHB ile ilişkili temel semptomlar, gelişimsel olarak uygun olmayan hiperaktivite, dürtüsellik ve dikkatsizlik seviyeleridir (Sinn, 2008; Cheng vd., 2019; Szopinska-Tokov vd., 2020). Semptomlar çocukluktan yetişkinliğe kadar devam etmekte (Pelsser vd., 2009), düşük akademik başarı ve kişilerarası ve ailevi zorluklarla sonuçlanmaktadır (Boonchooduang vd., 2020).

DEHB; fetal stres, prematürite, toksinler ve diyet gibi çeşitli çevresel ve biyolojik faktörlerle desteklenen çok faktörlü bozukluktur. Son zamanlarda, etiyoloji araştırmaları hem merkezi sinir sistemi içinde hem de ötesinde genişletilmiştir ve probiyotiklerin sinir sistemi içinde işlev değişikliğine yol açtığını öne sürmektetir (Pärtty vd., 2015)

Nörogelişimsel bir bozukluk olan DEHB'de mikrobiyotanın merkezi sinir sistemi üzerinde etkisi olabileceği düşünülmektedir. Sinn' in 2008'de yaptığı çalışmada; DEHB'nin "sağlıksız" diyetlerle ilişkili olarak optimal olmayan demir, çinko ve magnezyum düzeyleriyle ilişkili olabileceği ve beslenme alışkanlıklarının bağırsak mikrobiyotasının bileşimini modüle etmede kilit rol oynadığı öne sürülmüştür. Bu nedenle DEHB'nin patofizyolojisinde bağırsak mikrobiyotasına potansiyel bir rol verilmiştir (Barrio vd., 2022).

Bağırsak mikrobiyotasının, çift yönlü iletişim yoluyla DEHB'ye katkısını inceleyen bir gözden geçirme makalesinde DEHB'si olan çocuk ve ergenlerin bağırsak mikrobiyotasının değiştiği söylenerek makalenin sonucunda *Bifidobacterium* ve *Bacteroides* cinsinin oynadığı role dikkat çekilmiştir (Boonchooduang vd., 2020). Yaşamlarının ilk 6 ayında *Lactobacillus Rhamnosus GG* veya plasebo almak üzere randomize edilen 75 bebeğin 13 yıl boyunca izlendiği bir çalışma yapılmıştır. Yaşamın erken döneminde probiyotik takviyesi alınmasının daha sonraki çocukluk döneminde nöropsikiyatrik bozukluk gelişme riskini azaltabileceği sonucuna ulaşılmıştır (Pärtty vd., 2015).

17 makale dahil edilerek yapılan sistematik derlemede, insanlarda bilişsel semptomların iyileştirilmesinde psikobiyotik içeren diyet takviyelerinin etkinliği incelenmiştir. Disbiyozun; bilişsel bozuklukları, duygudurum bozukluklarını ve DEHB gelişimini etkilediği çalışma sonucu olarak gösterilmiştir. Ayrıca, psikobiyotik takviyesinin farklı bilişsel işlevlerde iyileşmeyi tetiklediği ve strese verilen tepkiyi azalttığı kanıtlanmıştır (Barrio vd., 2022).

Tartışma

Probiyotikler, yeterli miktarlarda uygulandığında konakçı sağlığı açısından yarar sağlayan canlı mikroorganizmalar olarak tanımlanmaktadır. Ruh sağlığı yararları sağlayan probiyotiklere, psikobiyotikler denilmektedir (Tremblay vd., 2021). Psikobiyotiklerin bağırsak ortamına iyi adapte

olduğu ve bağırsak beyin eksenini doğal olarak modüle ederek herhangi bir olumsuz reaksiyon olasılığını azalttığı kanıtlanmıştır (Misra & Mohanty, 2019).

Beyin fonksiyonlarını etkileyebilecek psikobiyotikler; prebiyotikler, probiyotikler, postbiyotikler, sinbiyotikler ve fermente gıdalar depresyon dahil psikiyatrik bozuklukların üstesinden gelmek için önem arz etmektedir (Palepu & Dandekar, 2022).

Bağırsak mikrobiyotası insanların genel refahına önemli ölçüde katkıda bulunmakta ve psikolojik sorunların iyileştirilmesine yardımcı olmaktadır. Bağırsak mikrobiyotasının bileşimi; bağırsak ve beyin arasındaki önemli bir ortaklık yoluyla konağın zekasını, ruh halini, davranışını ve psikolojik sağlığını etkileyebilmektedir (Dahiya & Nigam, 2022).

Ruhsal hastalıklarının en etkili tedavisi antidepresanlar, antipsikotikler ve benzerlerinin uygulanmasıdır. Bununla birlikte, ruhsal hastalıkları psikobiyotiklerle tedavi etme olasılığı umut verici bir çözüm olabilmektedir. Probiyotik şeklindeki beslenme müdahalesinin faydaları giderek daha fazla kabul görmekte ve depresyon, anksiyete gibi karmaşık ruhsal bozukluklarının semptomlarını hafifletme açısından yeni bir terapiyi temsil etmektedir. Besin takviyeleri formundaki psikobiyotikler, mevcut tedavi uygulamalarına ek tedaviler olarak kullanılabilir. Bu çözüm hem uygun maliyetli olacaktır hem de kişilerin yaşam kalitesini arttıracaktır.

Ruhsal hastalıklar için alternatif bir çare olan psikobiyotikler hakkındaki varsayımların doğrulanması için yapılan çalışmalardaki denek sayısı arttırılarak daha fazla araştırma yapılması önerilmektedir. Psikobiyotiklerin farklı hasta gruplarındaki etkilerinin ayrıntılı incelenmesi için yapılacak deneysel çalışmalar literatüre önemli katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

AIZAWA, E., TSUJI, H., ASAHARA, T., TAKAHASHI, T., TERAISHI, T., YOSHIDA, S., OTA, M., KOGA, N., HATTORI, K. & KUNUGI, H. (2016). Possible association of Bifidobacterium and Lactobacillus in the gut microbiota of patients with major depressive disorder. *Journal of Affective Disorders*, *202*, 254-257. https://doi.org/10.1016/j.jad.2016.05.038

ALLEN, A. P., HUTCH, W., BORRE, Y. E., KENNEDY, P. J., TEMKO, A., BOYLAN, G., MURPHY, E., CRYAN, J. F., DINAN, T. G. & CLARKE, G. (2016). Bifidobacterium longum 1714 as a translational psychobiotic: Modulation of stress, electrophysiology and neurocognition in healthy volunteers. *Translational Psychiatry*, *6*(11). https://doi.org/10.1038/tp.2016.191

ANDERSSON, H., TULLBERG, C., AHRNÉ, S., HAMBERG, K., LAZOU AHRÉN, I., MOLIN, G., SONESSON, M. & HÅKANSSON, Å. (2016). Oral Administration of Lactobacillus plantarum 299v Reduces Cortisol Levels in Human Saliva during Examination Induced Stress: A Randomized, Double-Blind Controlled Trial. *International Journal of Microbiology*, *2016*. https://doi.org/10.1155/2016/8469018

BARRIO, C., ARIAS-SÁNCHEZ, S. & MARTIN-MONZÓN, I. (2022). The gut microbiota-brain axis, psychobiotics and its influence on brain and behaviour: A systematic review. *Psychoneuroendocrinology*, *137*(October 2021). https://doi.org/10.1016/j.psyneuen.2021.105640

BASSO, M., JOHNSTONE, N., KNYTL, P., NAUTA, A., GROENEVELD, A. & COHEN KADOSH, K. (2022). A Systematic Review of Psychobiotic Interventions in Children and Adolescents to Enhance Cognitive Functioning and Emotional Behavior. *Nutrients*, *14*(3). https://doi.org/10.3390/nu14030614

BLAKE, K. (T.Y.). *Using Psychobiotics to Improve Mood*. http://divcomplatform.s3.amazonaws.com/www.integrativepractitioner.com/images/54af851a18c9adcf1b4e7f6d8a6e4d3f.pdf

BOONCHOODUANG, N., LOUTHRENOO, O., CHATTIPAKORN, N. & CHATTIPAKORN, S. C. (2020). Possible links between gut – microbiota and attention deficit / hyperactivity disorders in children and adolescents. *European Journal of Nutrition*, *59*(8), 3391-3403. https://doi.org/10.1007/s00394-020-02383-1

CARLESSI, A. S., BOTELHO, M. E. M., MANOSSO, L. M., BORBA, L. A., MACIEL, L. R., ANDRADE, N. M., MARTINELLO, N. S., PADILHA, A. P. Z., GENEROSO, C. M., BENCKE, C. V., DE MOURA, A. B., LODETTI, B. F., COLLODEL, A., JOAQUIM, L., BONFANTE, S., BIEHL, E., GENEROSO, J. S., ARENT, C.

O., BARICHELLO, T., … RÉUS, G. Z. (2022). Sex differences on the response to antidepressants and psychobiotics following early life stress in rats. *Pharmacology Biochemistry and Behavior*, *220*(July). https://doi.org/10.1016/j.pbb.2022.173468

CHENG, L. H., LIU, Y. W., WU, C. C., WANG, S. & TSAI, Y. C. (2019). Psychobiotics in mental health, neurodegenerative and neurodevelopmental disorders. *Journal of Food and Drug Analysis*, *27*(3), 632-648. https://doi.org/10.1016/j.jfda.2019.01.002

COHEN KADOSH, K., BASSO, M., KNYTL, P., JOHNSTONE, N., LAU, J. Y. F. & GIBSON, G. R. (2021). Psychobiotic interventions for anxiety in young people: a systematic review and meta-analysis, with youth consultation. *Translational Psychiatry*, *11*(1). https://doi.org/10.1038/s41398-021-01422-7

CULPEPPER, T., CHRISTMAN, M. C., NIEVES, C., SPECHT, G. J., ROWE, C. C., SPAISER, S. J., FORD, A. L., DAHL, W. J., GIRARD, S. A. & LANGKAMP-HENKEN, B. (2016). Bifidobacterium bifidum R0071 decreases stress-associated diarrhoea-related symptoms and self-reported stress: A secondary analysis of a randomised trial. *Beneficial Microbes*, *7*(3), 327-336. https://doi.org/10.3920/BM2015.0156

DAHIYA, D. & NIGAM, P. S. (2022). Clinical Potential of Microbial Strains, Used in Fermentation for Probiotic Food, Beverages and in Synbiotic Supplements, as Psychobiotics for Cognitive Treatment through Gut–Brain Signaling. *Microorganisms*, *10*(9). https://doi.org/10.3390/microorganisms10091687

DEMARTINI, J., PATEL, G. & FANCHER, T. L. (2019). Generalized anxiety disorder. *Annals of Internal Medicine*, *170*(7), ITC49-ITC64. https://doi.org/10.7326/AITC201904020

DESBONNET, L., GARRETT, L., CLARKE, G., BIENENSTOCK, J. & DINAN, T. G. (2008). The probiotic Bifidobacteria infantis: An assessment of potential antidepressant properties in the rat. *Journal of Psychiatric Research*, *43*(2), 164-174. https://doi.org/10.1016/j.jpsychires.2008.03.009

DICKERSON, F. B., STALLINGS, C., ORIGONI, A., KATSAFANAS, E., SAVAGE, C. L. G., SCHWEINFURTH, L. A. B., GOGA, J., KHUSHALANI, S. & YOLKEN, R. H. (2014). Effect of Probiotic Supplementation on Schizophrenia Symptoms and Association With Gastrointestinal Functioning: A Randomized, Placebo-Controlled Trial. *The Primary Care Companion for CNS Disorders*, *16*(1). https://doi.org/10.4088/PCC.13M01579

GHADERI, A., BANAFSHE, H. R., MIRHOSSEINI, N., MORADI, M., KARIMI, M. A., MEHRZAD, F., BAHMANI, F. & ASEMI, Z. (2019). Clinical and metabolic response to vitamin D plus probiotic in schizophrenia patients. *BMC Psychiatry*, *19*(1), 1-10. https://doi.org/10.1186/S12888-019-2059-X/TABLES/4

GREENER, M. (2018). *News review I Psychobiotics*. *22*, 9-11.

GUALTIERI, P., MARCHETTI, M., CIOCCOLONI, G., DE LORENZO, A., ROMANO, L., CAMMARANO, A., COLICA, C., CONDÒ, R. & DI RENZO, L. (2020). Psychobiotics regulate the anxiety symptoms in carriers of allele A of IL-1 β Gene: A randomized, placebo-controlled clinical trial. *Mediators of Inflammation*, *2020*. https://doi.org/10.1155/2020/2346126

HAO, Z., WANG, W., GUO, R. & LIU, H. (2019). Faecalibacterium prausnitzii (ATCC 27766) has preventive and therapeutic effects on chronic unpredictable mild stress-induced depression-like and anxiety-like behavior in rats. *Psychoneuroendocrinology*, *104*(November 2018), 132-142. https://doi.org/10.1016/j.psyneuen.2019.02.025

PÄRTTY, A., KALLIOMÄKI, M., WACKLIN, P., SALMINEN, S. & ISOLAURI, E. (2015). *A possible link between early probiotic intervention and the risk of neuropsychiatric disorders later in childhood: a randomized trial*. *77*(6), 823-828. https://doi.org/10.1038/pr.2015.51

KARAKULA, H., JUCHNOWICZ, D. VE SZACHTA, P. (2016). *Psychobiotics: new possibilities for treatment of affective disorders? Psychobiotyki-nowe możliwości terapii zaburzeń afektywnych? December 2015*. https://doi.org/10.17393/fpn.2016.01.005

KARINA, T. M.-G., ALESSANDRA, S. M. DO N., TALITA, A. DA A. & SÉRGIO, E. S. (2020). Psychobiotics in daily food against psychiatric disorders. *African Journal of Food Science*, *14*(6), 161-166. https://doi.org/10.5897/ajfs2020.1927

KIM, C. S., CHA, L., SIM, M., JUNG, S., CHUN, W. Y., BAIK, H. W. & SHIN, D. M. (2021). Probiotic supplementation improves cognitive function and mood with changes in gut microbiota in community- dwelling older adults: A randomized, double-blind, placebo-controlled, multicenter trial. *Journals of Gerontology - Series A Biological Sciences and Medical Sciences*, *76*(1), 32-40. https://doi.org/10.1093/GERONA/GLAA090

LIU, Y. W., LIU, W. H., WU, C. C., JUAN, Y. C., WU, Y. C., TSAI, H. P., WANG, S. & TSAI, Y. C. (2016). Psychotropic effects of Lactobacillus plantarum PS128 in early life-stressed and naïve adult mice. *Brain Research*, *1631*, 1-12. https://doi.org/10.1016/j.brainres.2015.11.018

MISERA, A., LIŚKIEWICZ, P., ŁONIEWSKI, I., SKONIECZNA-ŻYDECKA, K. & SAMOCHOWIEC, J. (2021). Effect of psychobiotics on psychometric tests and inflammatory markers in major depressive disorder: Meta-analysis of randomized controlled trials with meta-regression. *Pharmaceuticals*, *14*(10). https://doi.org/10.3390/ph14100952

MISRA, S. & MOHANTY, D. (2019). Psychobiotics: A new approach for treating mental illness? *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, *59*(8), 1230-1236. https://doi.org/10.1080/10408398.2017.1399860

MOLUDI, J., ALIZADEH, M., MOHAMMADZAD, M. H. S. & DAVARI, M. (2019). The Effect of Probiotic Supplementation on Depressive Symptoms and Quality of Life in Patients after Myocardial Infarction: Results of a Preliminary Double-Blind Clinical Trial. *Psychosomatic Medicine*, *81*(9), 770-777. https://doi.org/10.1097/PSY.0000000000000749

MORSHEDI, M., VALENLIA, K. B., HOSSEINIFARD, E. S., SHAHABI, P., ABBASI, M. M., GHORBANI, M., BARZEGARI, A., SADIGH-ETEGHAD, S. & SAGHAFI-ASL, M. (2018). Beneficial psychological effects of novel psychobiotics in diabetic rats: the interaction among the gut, blood, and amygdala. *Journal of Nutritional Biochemistry*, *57*, 145-152. https://doi.org/10.1016/j.jnutbio.2018.03.022

MUNAWAR, N., AHSAN, K., MUHAMMAD, K., AHMAD, A., ANWAR, M. A., SHAH, I., AMERI, A. K. A. & MUGHAIRBI, F. A. (2021). Hidden role of gut microbiome dysbiosis in schizophrenia: Antipsychotics or psychobiotics as therapeutics? *International Journal of Molecular Sciences*, *22*(14). https://doi.org/10.3390/ijms22147671

NIU, Y., LIANG, S., WANG, T., HU, X., LI, W., WU, X. & JIN, F. (2020). Pre-Gestational intake of Lactobacillus helveticus NS8 has anxiolytic effects in adolescent Sprague Dawley offspring. *Brain and Behavior*, *10*(9), 1-13. https://doi.org/10.1002/brb3.1714

PALEPU, M. S. K. & DANDEKAR, M. P. (2022). Remodeling of microbiota gut-brain axis using psychobiotics in depression. *European Journal of Pharmacology*, *931*(July), 175171. https://doi.org/10.1016/j.ejphar.2022.175171

PELSSER, L. M. J., TOORMAN, J., PEREIRA, R. R. & BUITELAAR, J. K. (2009). *A randomised controlled trial into the effects of food on ADHD*. 12-19. https://doi.org/10.1007/s00787-008-0695-7

PINTO-SANCHEZ, M. I., HALL, G. B., GHAJAR, K., NARDELLI, A., BOLINO, C., LAU, J. T., MARTIN, F. P., COMINETTI, O., WELSH, C., RIEDER, A., TRAYNOR, J., GREGORY, C., DE PALMA, G., PIGRAU, M., FORD, A. C., MACRI, J., BERGER, B., BERGONZELLI, G., SURETTE, M. G., … BERCIK, P. (2017). Probiotic Bifidobacterium longum NCC3001 Reduces Depression Scores and Alters Brain Activity: A Pilot Study in Patients With Irritable Bowel Syndrome. *Gastroenterology*, *153*(2), 448-459.e8. https://doi.org/10.1053/j.gastro.2017.05.003

RIGGS, D. S. (2009). Treatment of Anxiety Disorders. *Living and Surviving in Harm's Way: A Psychological Treatment Handbook for Pre- and Post-Deployment of Military Personnel*, *2017*, 211-237. https://doi.org/10.4324/9780203893906-21

ROMIJN, A. R., RUCKLIDGE, J. J., KUIJER, R. G. & FRAMPTON, C. (2017). A double-blind, randomized, placebo-controlled trial of Lactobacillus helveticus and Bifidobacterium longum for the symptoms of depression. *Australian and New Zealand Journal of Psychiatry*, *51*(8), 810-821. https://doi.org/10.1177/0004867416686694

ROSS, K. (2023). Psychobiotics: Are they the future intervention for managing depression and anxiety? A literature review. *Explore*, *August 2022*. https://doi.org/10.1016/j.explore.2023.02.007

RUDZKI, L., OSTROWSKA, L., PAWLAK, D., MAŁUS, A., PAWLAK, K., WASZKIEWICZ, N. & SZULC, A. (2019). Probiotic Lactobacillus Plantarum 299v decreases kynurenine concentration and improves cognitive functions in patients with major depression: A double-blind, randomized, placebo controlled study. *Psychoneuroendocrinology*, *100*(March 2018), 213-222. https://doi.org/10.1016/j.psyneuen.2018.10.010

SHARMA, H. & BAJWA, J. (2022). Approach of probiotics in mental health as a psychobiotics. *Archives of Microbiology*, *204*(1), 1-7. https://doi.org/10.1007/s00203-021-02622-x

SHARMA, R., GUPTA, D., MEHROTRA, R. & MAGO, P. (2021). Psychobiotics: The Next-Generation Probiotics for the Brain. *Current Microbiology*, *78*(2), 449-463. https://doi.org/10.1007/s00284-020-02289-5

SINN, N. (2008). *Nutritional and dietary influences on attention deficit hyperactivity disorder*. *66*(10), 558-568. https://doi.org/10.1111/j.1753-4887.2008.00107.x

SKOWRON, K., BUDZYŃSKA, A., WIKTORCZYK-KAPISCHKE, N., CHOMACKA, K., GRUDLEWSKA-BUDA, K., WILK, M., WAŁECKA-ZACHARSKA, E., ANDRZEJEWSKA, M. & GOSPODAREK-KOMKOWSKA, E. (2022). The Role of Psychobiotics in Supporting the Treatment of Disturbances in the Functioning of the Nervous System—A Systematic Review. *International Journal of Molecular Sciences*, *23*(14). https://doi.org/10.3390/ijms23147820

SMITH, K. S., GREENE, M. W., BABU, J. R. & FRUGÉ, A. D. (2021). Psychobiotics as treatment for anxiety, depression, and related symptoms: a systematic review. *Nutritional Neuroscience*, *24*(12), 963-977. https://doi.org/10.1080/1028415X.2019.1701220

SZOPINSKA-TOKOV, J., DAM, S., NAAIJEN, J., KONSTANTI, P., BLOEMENDAAL, M., AARTS, E. & VASQUEZ, A. A. (2020). *Investigating the Gut Microbiota Composition of Individuals with Attention-Deficit / Hyperactivity Disorder and Association with Symptoms*.

TIAN, P., O'RIORDAN, K. J., LEE, Y. K., WANG, G., ZHAO, J., ZHANG, H., CRYAN, J. F. & CHEN, W. (2020). Towards a psychobiotic therapy for depression: Bifidobacterium breve CCFM1025 reverses chronic stress-induced depressive symptoms and gut microbial abnormalities in mice. *Neurobiology of Stress*, *12*(November 2019), 100216. https://doi.org/10.1016/j.ynstr.2020.100216

TILLISCH, K., LABUS, J., KILPATRICK, L., JIANG, Z., STAINS, J., EBRAT, B., GUYONNET, D., LEGRAIN-RASPAUD, S., TROTIN, B., NALIBOFF, B. & MAYER, E. A. (2013). Consumption of fermented milk product with probiotic modulates brain activity. *Gastroenterology*, *144*(7), 1394-1401.e4. https://doi.org/10.1053/j.gastro.2013.02.043

TOMASIK, J., YOLKEN, R. H., BAHN, S. & DICKERSON, F. B. (2015). Immunomodulatory Effects of Probiotic Supplementation in Schizophrenia Patients: A Randomized, Placebo-Controlled Trial. *Biomarker Insights*, *10*, 47-54. https://doi.org/10.4137/BMI.S22007/FORMAT/EPUB

TREMBLAY, A., LINGRAND, L., MAILLARD, M., FEUZ, B. & TOMPKINS, T. A. (2021). The effects of psychobiotics on the microbiota-gut-brain axis in early-life stress and neuropsychiatric disorders. *Progress in Neuro-Psychopharmacology and Biological Psychiatry*, *105*(September 2020), 110142. https://doi.org/10.1016/j.pnpbp.2020.110142

TRIAL, P., KWARTA, P., CYBULA, M., KARBOWNIK, M. S., KR, J., KOWALCZYK, E., PIETRAS, T., SZEMRAJ, J. & WIKTOROWSKA-OWCZAREK, A. (2020). *nutrients E ff ect of Supplementation with Saccharomyces Boulardii on Academic Examination Performance and Related Stress in Healthy Medical Students : A*.

TRZECIAK, P. & HERBET, M. (2021). Role of the intestinal microbiome, intestinal barrier and psychobiotics in depression. *Nutrients*, *13*(3), 1-27. https://doi.org/10.3390/nu13030927

ZAGÓRSKA, A., MARCINKOWSKA, M., JAMROZIK, M., WIŚNIOWSKA, B. & PAŚKO, P. (2020). From probiotics to psychobiotics - The gut-brain axis in psychiatric disorders. *Beneficial Microbes*, *11*(8), 717-732. https://doi.org/10.3920/BM2020.0063

ZHU, H., TIAN, P., ZHAO, J., ZHANG, H., WANG, G. & CHEN, W. (2022). A psychobiotic approach to the treatment of depression: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Functional Foods*, *91*(February), 104999. https://doi.org/10.1016/j.jff.2022.104999

Summary

Emotional well-being is a crucial component of human health across all ages. Stress and anxiety are common consequences of modern society. In recent years, the medical community has shown increasing interest in the relationship between the gut-brain axis and mental illnesses. The gut-brain axis refers to a bidirectional regulatory system involving the brain, the central nervous system, and the gut. This connection, also known as the "Gut-Brain Axis," functions as a communication channel between the gut microbiome and the brain, playing a key role in neural, hormonal, and immune regulation.

Modern lifestyle factors—such as diet, stress, physical activity, the use of antibacterial products, environmental contaminants, and antibiotics used in both medicine and food—can diminish beneficial microorganisms in the body, impacting physical, mental, and emotional health. The composition of the microbiota is influenced by factors such as genetics, gender, and age. A deficiency in microorganisms that support health can lead to various health issues.

Psychobiotics are defined as live microorganisms that, when administered in appropriate amounts, can positively affect mental health by influencing the host's microbiota. These probiotics, with demonstrated effects on mental well-being, are considered a strategy to address the mental health consequences of intestinal dysbiosis—a condition associated with various neuropsychiatric and neurodegenerative disorders. The term "psychobiotic" was introduced by psychiatrist Ted Dinan and neurologist John F. Cryan in 2013. However, the first documented use of probiotics to treat mental disorders dates back to 1910, when George Porter Phillips reported the beneficial effects of lactic acid bacteria on patients with depression.

The gut microbiome is implicated in several psychiatric and neurological disorders, including schizophrenia, attention deficit hyperactivity disorder (ADHD), depression, and anxiety. The recognition of the microbiome's potential significance has led to the development of psychobiotic supplements containing live microorganisms as a novel therapeutic approach for improving mental health.

The gut microbiome performs essential functions for the host's health. Some gastrointestinal bacteria produce neurotransmitters such as gamma-aminobutyric acid (GABA), serotonin, catecholamines, and acetylcholine, as well as their precursors like tryptophan. Psychobiotics can lower cortisol levels, increase oxytocin production, and regulate inflammation by reducing cytokine production while promoting the release of anti-inflammatory cytokines such as interleukin-10.

This review aims to explore the effects of psychobiotics on mental illnesses, including depression, anxiety, schizophrenia, and ADHD. For this purpose, databases such as "ScienceDirect," "PubMed," and "Google Scholar," as well as international journals, were searched using the keywords "psychobiotics" and "mental diseases" to gather resources published between 2008 and 2023. Since the subject is broad, articles on the relationship between psychobiotics and depression, anxiety, schizophrenia, attention deficit and hyperactivity disorder (ADHD) were reviewed and compiled.

Psychobiotics have been shown to adapt well to the gut environment, naturally modulating the gut-brain axis while minimizing the risk of adverse effects. These include prebiotics, probiotics, postbiotics, synbiotics, and fermented foods, all of which are essential in addressing psychiatric disorders like depression.

The gut microbiota plays a significant role in overall well-being, influencing mood, behavior, intelligence, and psychological health through its partnership with the brain. While traditional treatments for mental illnesses include antidepressants and antipsychotics, psychobiotics offer a promising complementary approach. Nutritional interventions involving probiotics are increasingly recognized as an effective therapy for alleviating the symptoms of complex mental disorders such as depression and anxiety. Psychobiotics, when used as nutritional supplements, can serve as adjunct treatments to existing therapeutic practices, offering a cost-effective solution to improve mental health and enhance quality of life.

Further research, particularly studies with larger sample sizes, is recommended to validate the assumptions about psychobiotics as an alternative remedy for mental illnesses.

Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);415-430
DOI: 10.17336/igusbd.1356103

DERLEME MAKALE / REVIEW ARTICLE

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Adölesanlarda Sosyal Medya Kullanımının Anoreksiya Nervoza Görülme Sıklığına Etkisi

The Effect of Social Media Use on the Frequency of Anorexia Nervosa in Adolescents

[1]Elif AKYASAN
[2]Gülşen FİLAZOĞLU ÇOKLUK

Öz

Bu araştırmada, adölasan (ergen) bireylerde sosyal medya kullanımlarının anoreksiya nervoza görülme sıklığı üzerindeki etkisinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırma derleme modeliyle yapılmıştır. Veriler doküman analiziyle 2012-2022 yılları arasında yapılmış araştırmalar ile sınırlandırılmıştır. Bu bağlamda 1 ulusal 9 uluslararası toplamda 10 bilimsel makale araştırma kapsamında incelenmiş ve sentezlenmiştir. Araştırma, sosyal medyanın gençlerin beden imajı algısını nasıl etkilediğini ve bu algının yeme bozuklukları riskini nasıl artırdığını ele almaktadır. Buna göre sosyal medya da ideal benlik algısı, zayıf görünme çabası, beden memnuniyetsizliği, beğenme ve beğenilme dürtüsü, sıfır beden düşüncesi gibi kavramların anoreksiya nervoza üzerinde etkili olduğu bulunmuştur. Adölasan bireylerde sosyal medya kullanımlarının anoreksiya nervoza görülme sıklığı üzerinde etkisinin olduğu incelenen araştırmalar ile ortaya konmuştur. Özellikle, sosyal medya platformlarında yaygın olan zayıf vücut idealleri ve mükemmellik beklentilerinin gençler üzerindeki baskıyı ve bunun sonucunda anoreksiya nervoza gelişme riskini artırabileceği tartışılmaktadır. Çalışma, bu bağlantının anlaşılmasının, önleyici stratejiler ve etkili tedavi yöntemleri geliştirmede kritik öneme sahip olduğunu vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler

Anoreksiya Nervoza, Sosyal Medya, Beden İmajı, Yeme Bozuklukları, Adölesan Sağlığı

Abstract

This research aims to reveal the impact of social media usage on the prevalence of anorexia nervosa among adolescents. Conducted as a literature review, it analyzes documents from research conducted between 2012-2022, focusing on 10 scientific

[1]Uzman Psikolog Psikoloji Bölümü, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
✉ eliifakyasann@gmail.com

[2]Dr. Öğr. Üyesi, Psikoloji Bölümü, Toros Üniversitesi, Mersin, Türkiye.
✉ gulsenfilazoglu@gmail.com

Geliş/Received: 14.09.2023
Kabul/Accepted: 21.01.2025

Elif Akyasan, Gülşen Filazoğlu Çokluk, "The Effect of Social Media Use on the Frequency of Anorexia Nervosa in Adolescents", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 415-430.

articles, including one national and nine international studies. The study explores how social media influences young people's body image perception and increases the risk of eating disorders. Findings indicate that concepts such as ideal self-perception, striving for thinness, body dissatisfaction, the urge for likes and approval, and the 'size zero' ideal are influential in anorexia nervosa. The research establishes that social media usage among adolescents affects the prevalence of anorexia nervosa. The study particularly discusses the pressure exerted by the thin body ideals and perfectionism prevalent on social media platforms, and how they may increase the risk of developing anorexia nervosa. The study emphasizes the critical importance of understanding this link in developing preventive strategies and effective treatment methods.

Keywords

Anorexia Nervosa, Social Media, Body Image, Eating Disorders, Adolescent Health

Giriş

Yeme alışkanlıkları, hem fiziksel hem de zihinsel sağlık için hayati öneme sahiptir. Dengeli ve çeşitli bir beslenme, vücudun ihtiyacı olan temel besin öğelerini karşılar ve enerji seviyelerini düzenler. Sağlıklı yeme alışkanlıkları, kronik hastalıkların riskini azaltabilir ve genel yaşam kalitesini artırabilir. Aynı zamanda, yeme alışkanlıkları bireyin psikolojik durumuyla da yakından ilişkilidir. Örneğin, stres veya duygusal sorunlar yeme davranışlarını etkileyebilir ve bu da yeme bozukluklarına yol açabilir. Bu nedenle, yeme alışkanlıkları üzerine farkındalık geliştirmek ve sağlıklı seçimler yapmak önemlidir.

Günümüzde teknoloji ve iletişim araçlarının hızlı gelişimi, yeme alışkanlıkları ve tutumları üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Sosyal medya, internet ve mobil uygulamalar, sağlıklı beslenme trendlerinin yayılmasını kolaylaştırırken, aynı zamanda yanıltıcı ve sağlıksız diyet önerilerinin de hızla yayılmasına neden olabilmektedir. Bireyler, özellikle gençler, sosyal medya üzerinden yayılan beden imajı ve beslenme ile ilgili mesajlardan etkilenerek, kendi yeme davranışlarını ve algılarını bu doğrultuda şekillendirebilirler. Bu durum, yeme bozukluklarının ortaya çıkmasına veya mevcut yeme alışkanlıklarının değişmesine yol açabilir. Bu bağlamda, teknoloji ve iletişim araçlarının yeme alışkanlıkları üzerindeki etkilerini anlamak ve yönetmek, sağlıklı beslenme davranışlarının teşvik edilmesi açısından önemlidir. Örneğin bir çalışmada, 2010-2013 yılları arasında yeme bozukluğu olan kişi sayısının neredeyse iki katına çıktığı ve bu durumun gelişmesinde medya sektörünün önemli rol oynadığı belirtilmektedir (Hazar ve Taşmektepligil, 2008: 11).

Sağlıksız yeme tutumlarının ergenler arasında yaygınlık gösterdiği ve bu tutumların yeme bozukluklarının habercisi olduğu öne sürülmektedir. Sağlıksız beslenme alışkanlıklarının önemli bir sorun olduğunu ve bu alışkanlıkların potansiyel olarak yeme bozukluklarına yol açabileceğini göz önünde bulundurulmalıdır. Ergenlik dönemi, beden imajı ve özbenlik algısının geliştiği bir süreç olduğundan, sağlıksız yeme alışkanlıkları bu dönemde daha yaygın görülebilmektedir. Aşırı diyet yapma, abur cubur tüketimi gibi davranışlar, yeme bozukluklarına zemin hazırlayabilir. Bu bağlamda, ergenlerde sağlıklı yeme alışkanlıklarının teşvik edilmesi ve bu yaş grubunun yeme bozuklukları konusunda bilinçlendirilmesi önem taşımaktadır. Ergenlik dönemindeki sağlıksız yeme tutumlarına pek çok faktörün neden olması muhtemeldir. Örneğin, Crisp (1981: 10), yeme psikopatolojisinin gelişiminin altında olgunlaşma ve biyolojik faktörlerin yattığını öne sürmektedir. Buna karşılık, Slade (1982), yeme bozuklukları için bir tür tetikleyici koşul olduğunu öne sürdüğü çeşitli stresörlerin (örneğin, başarısızlık deneyimleri, kişilerarası problemler, ergen çatışmaları) rolünü vurgulamaktadır (Akt. Gül ve Yılmaz Akyüz, 2019: 29).

Klinik örneklerde ve topluluklarda yeme bozukluklarının yaygınlığı konusunda farklılıklar gözlenmektedir. Genel popülasyonda yeme bozuklukları nadiren rastlanan durumlar olmasına rağmen, ergen kızlar ve genç kadınlar arasında bu bozuklukların yaygınlığı daha fazladır. Bu durum, sosyo-kültürel faktörler, beden imajı algısı, medya etkileri ve psikolojik faktörler gibi bir dizi etmenle ilişkilendirilebilir. Ergenlik ve genç yetişkinlik dönemleri, kimlik gelişimi ve beden algısı üzerindeki baskıların yoğunlaştığı dönemler olduğu için, bu yaş grubundaki bireyler yeme bozukluklarına daha yatkın olabilirler. Bu nedenle, bu yaş gruplarındaki yeme bozukluklarına yönelik özel önleyici tedbirler ve müdahalelerin geliştirilmesi önem taşır. (Hoek ve Van Hoeken, 2003: 383,386). Benzer şekilde

yeme bozuklukları kültürel faktörlere göre de değişiklik göstermektedir. Sunulan raporlara göre, farklı toplumlarda farklı yaygınlık oranları gözlemlenmektedir. Bu oranlarda Batı toplumları ile Doğu toplumları arasında yaygınlık açısından farklılıklar görülmektedir (Vardar ve Erzengin, 2011: 212). Yeme bozukluğu bir ergenlik hastalığı olarak kabul edilmektedir. Hastalığın başlangıcı esas olarak ergenlik çağına denk gelmektedir. Yeme bozukluğunun başlangıç yaşı 14-18 aralığındadır (Amerikan Psikiyatri Birliği, 2014). Cinsiyete bağlı değerlendirildiğinde, kadınların tahminen %0,5 ila 3,7'si hayatlarının bir noktasında anoreksiya nervoza yaşamaktadır. Benzer şekilde, araştırmalar ergenlik çağındaki kadınların yaklaşık %1'inin anoreksiyadan mustarip olduğunu göstermektedir (Naİnanç ve ark., 2004; Kılınç ve Deniz, 2012).

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmada, adölasan (ergen) bireylerde sosyal medya kullanımlarının anoreksiya nervoza üzerindeki etkisinin ilgili alanyazın ışığında ortaya konulması amaçlanmıştır.

Kişilerin sosyal medya kullanma sebepleri genellikle çeşitlilik gösterir. Bu sebepler arasında en yaygın olanları sosyal bağlantı kurma ve iletişim amacıyla arkadaşlarla ve aileyle bağlantıda kalmak, yeni insanlarla tanışmak olarak sıralanabilir. Ayrıca eğlence ve zaman geçirme amacıyla videolar izlemek, oyunlar oynamak ve diğer eğlenceli içerikleri tüketmek de önemlidir. Kişiler, sosyal medyayı güncel olaylar ve haberler hakkında bilgi edinmek ve ilgi alanlarına dair içerikleri takip etmek için de kullanır. Kendini ifade etmek ve düşüncelerini, deneyimlerini, fotoğraflarını paylaşmak da başka bir kullanım sebebidir. Profesyonel ağ oluşturma ve kariyer fırsatları hakkında bilgi edinmek için de sosyal medya etkili bir araçtır. Bu sebepler, kullanıcının kişisel tercihleri ve yaşam tarzına göre değişiklik gösterebilir. (Hazar, 2011: 153).

Bu çerçevede sosyal medya, insanların diğer insanlar hakkında bilgi sahibi olarak sosyal karşılaştırma yapmalarını mümkün hale getirmektedir. Araştırmalar, özellikle gençler arasında problemli internet kullanımının birçok soruna yol açtığını ortaya koymaktadır. Sosyal medyanın aşırı ve kontrolsüz kullanımı, kişiler arası ilişkilerde bozulmalara, sosyal izolasyona ve iletişim sorunlarına neden olabilmektedir. Ayrıca, bu durum psikolojik sağlığı da olumsuz etkileyebilir; depresyon, anksiyete ve yeme bozuklukları gibi sorunların artmasına yol açabilir. Sosyal medyanın özel hayat üzerindeki etkisi de göz ardı edilemez; mahremiyetin ihlali ve sürekli çevrimiçi olma baskısı bireylerin özel yaşamlarını olumsuz etkileyebilir. Bu nedenle, sosyal medya kullanımının sağlıklı sınırlar içinde tutulması ve gençlere bu konuda rehberlik edilmesi önem taşımaktadır (Bilgin, 2018: 239).

Sosyal medya hareketleri, özellikle "fotoğraf çekme, selfie çekme, görüntünün düzeltilmesi ve fotoğrafların karşılaştırılması" gibi eylemler, yeme bozuklukları ile doğrudan ilişkilendirilebilir. Sosyal medyada idealize edilen vücut imajları ve güzellik standartları, özellikle genç bireylerde gerçekçi olmayan beden algıları oluşturabilir. Fotoğrafların sürekli karşılaştırılması ve düzeltilmesi, kişilerin kendi bedenlerine karşı memnuniyetsizlik hissetmelerine ve bu da yeme bozukluklarına yol açabilir. Bu durum, gerçek dışı güzellik standartlarına ulaşma çabası olarak görülebilir ve sağlıksız beslenme alışkanlıklarını tetikleyebilir. Bunun yanında sosyal medya kullanımı ile anoreksiya nervoza ilişkisini inceleyen araştırmalara ise rastlanılamamıştır. Bu çalışmada sosyal medya kullanımının anoreksiya nervoza üzerindeki etkisi ilgili alanyazın ile desteklenmesi adına önem oluşturmaktadır.

Adölesan Dönemi

Adölesan dönemi, çocukluktan yetişkinliğe geçiş sürecini ifade eden, genellikle 10-19 yaşları arasını kapsayan bir gelişim evresidir. Bu dönem, fiziksel, psikolojik, duygusal ve sosyal değişikliklerle karakterize edilir. Adölesanlar, hızlı bedensel büyüme ve cinsel olgunlaşma süreçleri yaşarlar. Aynı zamanda, bu dönemde bireysel kimlik gelişimi, özgüven ve bağımsızlık arayışı gibi psikolojik değişimler ön plana çıkar. Sosyal ve duygusal gelişim açısından arkadaş ilişkileri ve gruplara ait olma ihtiyacı bu dönemin önemli unsurları arasındadır. Adölesan dönemi, bireyin yetişkinliğe hazırlanması için kritik bir evre olarak kabul edilir. (İnanç ve ark., 2004).

Adölesan dönemde bedeni kabul etme ve değişen beden algısı, gençler için önemli bir gelişim meselesidir. Bu dönemde yaşanan hızlı fiziksel değişiklikler, gençlerin kendi bedenleri hakkında karmaşık duygular hissetmelerine yol açabilir. Ergenlikle birlikte gelen cinsel olgunlaşma, boy ve kilo değişiklikleri, gençlerin kendilerini nasıl gördüklerini ve bedenlerini nasıl değerlendirdiklerini

etkileyebilir. Bu süreçte sosyal medyanın ve akranların etkisiyle oluşan ideal beden imajı baskısı, beden memnuniyetsizliği veya olumsuz beden algısı gibi sorunlara yol açabilir. Bu nedenle, adölesanların bedenlerini sağlıklı bir şekilde kabul etmelerini desteklemek önemlidir. (İnanç ve ark., 2004). Özellikle Lise dönemindeki adölesanlar için beden karşılaştırması ve beden algısı, bu evrede öne çıkan önemli meselelerdir. Ergenlikle birlikte gelen fiziksel değişimler ve sosyal çevrenin etkileri, gençlerin kendi bedenlerini akranlarıyla karşılaştırmalarına yol açabilir. Bu durum, özellikle sosyal medyanın etkisiyle daha da güçlenir. İdealize edilmiş beden imajları ve sürekli karşılaştırma, gençlerde beden memnuniyetsizliği ve olumsuz beden algısını tetikleyebilir. Bu da özgüven eksikliği, sosyal geri çekilme ve bazı durumlarda yeme bozuklukları gibi psikolojik sorunlara yol açabilir. Bu nedenle, lise dönemindeki gençlerin sağlıklı bir beden algısı geliştirmelerini desteklemek büyük önem taşır. (Karadamar ve ark., 2015). Adölesan döneminde beden algısı ve beden karşılaştırması konusunda cinsiyetler arası önemli farklılıklar bulunmaktadır. Kızlar genellikle toplumun ince ve idealize edilmiş vücut standartlarına daha fazla maruz kaldığından, beden memnuniyetsizliği ve yeme bozuklukları gibi sorunlarla daha sık karşılaşabilirler. Buna karşılık, erkeklerde genellikle kaslı ve atletik bir vücut yapısına yönelik baskılar ön plana çıkar. Bu durum, erkeklerde de beden memnuniyetsizliği ve sağlıksız egzersiz alışkanlıkları gibi sorunlara yol açabilir. Her iki cinsiyette de sosyal medya ve akran baskısı, bu algıları güçlendirerek gençlerin psikolojik sağlığını etkileyebilir. Bu farklılıklar, cinsiyete özel müdahalelerin ve desteklerin önemini vurgular.. Her iki cinsiyette, çocukluk ve orta yaşta dahil tüm yaşam evrelerinde potansiyel olarak bulunmasına rağmen adölesan döneminde en sık vücut memnuniyetsizliği gelişmektedir (Kılınç ve Deniz, 2012: 183).

Adölesanlar, bağımsızlık arzusu ile ailelerinden bağımsızlaşma eğilimindedir ve bu süreçte arkadaş çevrelerinin ve yaşıtlarının etkisine maruz kalırlar. Lise öğrencileri arasında yapılan araştırmalar, beden algısının, yeme tutum ve davranışları üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir. Öğrencilerin beden imajı algıları, yeme alışkanlıklarını ve dolayısıyla genel yaşam kalitelerini etkileyebilir. Bu durum, adölesanların psikolojik ve fiziksel sağlıkları üzerinde uzun vadeli etkilere sahip olabilir (İnanç ve ark., 2004).

Pozitif beden imajı, özgüven, iyi ruh hali ve sosyal ilişkilerde daha iyi uyum gibi olumlu psikolojik sonuçlarla ilişkilidir. Tersine, olumsuz beden imajı, özsaygı eksikliği, anksiyete, depresyon ve yeme bozuklukları gibi sorunlara yol açabilir. Dolayısıyla, beden imajının bireysel refah ve genel yaşam kalitesi üzerindeki etkisi göz ardı edilemez.

Sosyal Medya Kavramı

Sosyal Medya, bireylerin gerçek süreli paylaşımlar yapabildiği ve iletişim halinde olmaları imkanını sağlayan uygulama ve web sayfalarını kapsayan medya platformu şeklinde ifade edilmektedir. Sosyal medya, bireylerin yönetimi ve yönlendirmesiyle içeriklerin meydana getirilmesi, diyalog ve iletişim sağlama olanağı, içerik meydana getirilmesi düzenlemesi, yorumlaması, tartışması, diğer içeriklerle birleştirmesi, kişiselleştirmesi ve paylaşması noktalarını kapsamaktadır. Sonuç olarak sosyal medya uygulamaları bireylere bu süreçleri yapma imkânı veren yeni medya mantalitesi şeklinde adlandırılabilir (Karadamar ve ark., 2015).

Sosyal medya kullanımı son yıllarda olağanüstü bir artış göstermiş ve özellikle en yaygın kullanım olarak da 18-29 yaş aralığında yoğunlaşmıştır. Bunlarla birlikte kullanıcıların sosyal medyayı ortalama olarak günde altı saat kaldıkları ve 2015'ten 2017'ye kullanım sıklığındaki artışın %21 seviyesinde meydana geldiği anlaşılmıştır (Moreno ve Whitehill, 2014: 91). Araştırmalara bakıldığında kullanıcıların %82'sinin sosyal medya araçlarına erişimi akıllı cep telefonlarından sağladığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla erken erişkinlik sürecinde teknolojinin kullanım yoğunluğunun çokluğuyla birlikte sosyal medya araçlarına ulaşımın kolaylaştığı söylenebilir. Bundan dolayı kişilerin profillerinin bulunduğu ve başka kullanıcıları takip ettikleri sosyal medya uygulamalarında Facebook, YouTube, Instagram, Twitter ve Pinterest gibi platformlar bulunmaktadır (Griffiths, 2012: 2).

Sosyal Medya Kullanımı

Sosyal medya siteleri, bireylerin genel açık kişisel profiller meydana getirebilecekleri, gerçek yaşamdaki arkadaşlarla etkileşim yaşayabilecekleri ve ortak ilgilerine göre başka bireylerle diyalog kurabilecekleri sanal topluluklardır. Sosyal medya uygulamaları kişilerin faaliyetler yapıp diğer

kullanıcılarla etkileşimine müsaade sunan web alt yapılı hizmetler şeklinde adlandırılmakla beraber:

- Kısıtlı bir şekilde genel veya yarı genel profil meydana getirme,
- Başka kullanıcılarla beraber içerik ve bağlantı paylaşımında bulunma,
- Başka kullanıcıların paylaştıklarının takip edilmesi şeklinde ele alınmaktadır (Atabay, 2020).

Sosyal medyaya yönelik esas durum, yeni ağların oluşturulmasından ziyade, kurulan ağların katılımcılarının halidir. Sosyal medya siteleri, kişilere medya içeriğini paylaşma imkanları vermektedir. İlk sosyal medya sitelerinden biri olan Facebook, günümüzde 500 milyondan fazla kullanıcı olan büyük bir site halini almıştır. Bu açıdan bakıldığında sosyal medya sitelerinin çekiciliği bugünün bireyci kültürünün yansıması şeklinde kabul edilmektedir (Rheingold, 1993; Akt. Atabay, 2020).

İnternet ve sosyal medya kullanımı kişilerin sosyal bağlılık seviyelerini yani sosyal bağlamda eğilim ve yönelimlerini yordamaktadır. Bundan dolayı da sosyal medyanın yeni bir sosyal alan olduğu söylenebilir (Savcı ve Aysan, 2017). Bu durum önemli bir avantaj şeklinde gözükse de, sosyal medyanın depresyona ve sosyal medya bağımlılığına neden olduğunu gösteren çalışmalar mevcuttur (Lin ve ark., 2016). Ayrıca sosyal medya kullanım zamanlarının artması uyku kalitesinin azalmasına neden olmaktadır (Bilgin, 2018: 240). Bununla birlikte, sosyal medya kullanımının bireyleri yalnızlaştırdığından ve genç yetişkinleri ele alan bir çalışmada uzun süre sosyal medya kullanan kişilerin kendileri ile çatışma yaşadıkları ve asosyal eğilim gösterdikleri anlaşılmaktadır (Çiftçi, 2018). Bunların yanı sıra, Mabe ve arkadaşlarının (2014) 960 kadın üniversite öğrencisi ile gerçekleştirdiği bir çalışmada, katılımcıların Facebook kullanımı ile düzensiz yeme tutumları arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, katılımcıların Facebook kullanım süreleri ile düzensiz yeme tutumları arasında küçük ama istatiksel olarak anlamlı bir korelasyon elde edilmiştir.

Akıllı telefonların ve mobil sosyal medyanın gündelik yaşama dahil olmasının, kullanıcıların yer ve zamandan bağımsız olarak başkalarıyla bağlantı kurmasını sağladığı ve iş ile yaşam arasındaki sınırları bulanıklaştırdığı söylenebilir. Sosyal medya üzerinden gelişen sosyal ilişkilerin sayısı arttıkça, bireyler aşırı kullanmaya eğilimli hale gelmektedir. Örneğin, sosyal medya aracılığıyla çok fazla iletişim kurmak, aşırı bilgi yüklenmesine ve dikkatin dağılmasına neden olabilir, çalışanların odaklanmasını karıştırabilir ve karar verme yeteneklerini engelleyebilir (Çaycı, 2019). Nitekim sosyal medyanın sorunlu ve sorumsuz, kullanıcıların büyük bir kısmı arasında yaygınlaşmakta ve bu durum bireyler ve kuruluşlar üzerinde ciddi olumsuz etkiler bırakmaktadır. Çalışanların sosyal medya kullanım davranışları zaman içinde değişse de bu değişikliğin performanslarını nasıl etkilediğine dair literatür görece azdır. Örneğin, van Zoonen ve ark. (2016), işle ilgili sosyal medya kullanımının çalışanlar arasında sınır çatışmasına neden olduğunu ve bunun da duygusal tükenme ile sonuçlandığını öne sürmüştür.

Medya ve gerçek bireysel etkileşim rekabet halindedir, bireyin ihtiyaçları ve doyumları doğrultusunda hangisini seçeceği belirsizdir ancak genel olarak insan etkileşimi daha öndedir. Bu çerçevede ele alınan bir çalışmada kişilerin tüketim, üretim ve katılıma yönelik davranışlar sergiledikleri anlaşılmaktadır. Süreç içinde günlük hayattaki farklılıklar sosyal medyadan takip edilebilmektedir. Böylelikle, sosyal medya kişilerin satın alma hareketlerini farklı şekillerde yönlendirmektedir. Birçok alanda olduğu gibi kişiler yedikleri yemekleri, nerede yediklerini, yaptıklarının tariflerini ve çeşitli faaliyetleri sosyal medyada paylaşmaktadırlar (Çaycı, 2019).

İnsan yaşamında bütün bunlar internet ve sosyal medya kullanımının alanını genişletmesi sebebiyle dijital ebeveynlik, çevrimiçi ebeveynlik gibi kavramlar ortaya çıkmıştır. Bu tür bir ebeveynliğin yapılması için de kişiler dijital okuryazarlık, farkında olma, kontrol, etik ve yenilikçilik gibi rolleri icra etmektedirler (Yurdakul ve ark., 2013). Bu noktadan bakıldığında ebeveynlerin sosyal medya kullanımları toplumsal cinsiyet eşitliği yönünden bir şeyler ortaya koymaktadır. Ayrıca sosyal medyanın üzerinde önemli bir etkisinin olmadığı alanlar da olabilmektedir (Bodur ve Korkmaz, 2017).

Yeme Bozuklukları

Yeme bozuklukları Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El kitabı olan DSM-V'de anormal beslenme şekilleri, fiziksel aktivitelerde ve günlük etkinliklerde aksamaya sebep olacak biçimde yeme alışkanlıklarında bozulma şeklinde tanımlanmıştır (DSM-V, 2013). DSM-V'de bebeklik ve çocukluğa ilişkin yeme bozukluklarıyla yetişkinlere ilişkin yeme bozuklukları birbirinden ayrılmıştı fakat DSM-

V'de çocukluk ve bebeklikte meydana gelen yeme bozukluklarıyla yetişkinlikte meydana gelen yeme bozukluklarının tanı ve tedavisinin benzer olması sebebiyle birleştirilmiştir.

Kişilerin normalden fazla yeme davranışı göstermesi veya normalden az yemek yemesi veya beden ağırlığıyla ilgili endişelenmesini de içeren, sağlıklı yeme biçiminden uzaklaşılan bir bozukluktur (Lafçı, 2021).

Yeme bozuklukları, beden ağırlığına odaklanılmış, yemek yeme davranışlarında çeşitli şekillerde farklılaşmayla beliren, genellikle devamlılık gösteren, tedavi yanıtlarının pek olmadığı, yanıt alınanlarda da bozukluğun tekrar etme olasılığının olduğu ve sonucunda ölüme kadar gidebilen ciddi bir ruhsal bozukluktur (Lafçı, 2021).

Yeme bozukluklarının sebeplerini tek bir durumla anlatmak kolay değildir. Sebepleri çok çeşitlidir. Bunlar biyolojik, psikolojik, sosyolojik olabilmektedir. Dünya Sağlık Örgütü yeme bozukluğunu, 'fizyolojik bozukluk fizyolojik faktörlerle belirtilen davranımsal bozukluklar' şeklinde tanımlamıştır (Öztürk,1993; Akt. Lafçı, 2021). Bununla birlikte mükemmeliyetçiliğin uzun zamandan beri yeme bozukluklarının merkezinde bir kavram olduğu hipotezi ileri sürülmüştür. Bruch (1978), tarafından yürütülen çalışmanın sonuçları da bu hipotezi destekler niteliktedir. Bu çalışmada, yeme bozukluğu tanımlanan hastalarda, mükemmeliyetçi, aşırı uysal ve süreli olarak saygı ve değer görmemekten korkmak gibi değerlere ulaşılırken, diğer yeme bozukluğu olan hastaların da mükemmeliyetçilik imajını vurgulayan ailelerde yetiştikleri sonuçlarına ulaşılmıştır (Asilyürek, 2020).

Düzensiz yeme davranışları, özellikle genç kadınlar arasında, son derece hızlı bir şekilde gözlemlenmektedir. Bu bozuk yeme tutumları, insanların yeme davranışlarında, düşüncelerinde ve duygularında ciddi bozulmalar yaşadıkları bir durum olarak tanımlanmaktadır. Bu şikayetlerden mustarip kişiler genellikle yemek ve kilo ile meşgul olmaktadır. Bu rahatsızlıklardan mustarip kişilerde genellikle tutum, davranış, kilo algısı ve fiziksel görünüm zaman içerisinde değişmektedir. Ayrıca, düzensiz yeme davranışları veya tutumları, sağlıksız yeme davranışları olarak tanımlanmaktadır. Bu davranışlara kısıtlama, aşırı yeme ve/veya kusma gibi davranışlar örnek verilebilir (Plateau ve ark., 2018).

Yeme bozukluklarını en temel kapsamda düşünecek olursak; pika, rüminasyon, anoreksiya nevroza, bulimiya nervozadan ve tıkınırcasına yeme bozukluğundan bahsedebiliriz. Yeme bozuklukları arasında ergen bireyleri ilgilendiren bozukluklar daha çok anoreksiya nevroza ve bulimiya nervozadır. Ergenlik döneminin hastalığı olarak kabul edilen yeme bozukluklarında anoreksiya başlangıç yaşı 14-18 iken bulimiya nevroza için 16-20'dir. Genç bireylerin ergenliğe girme yaşının daha erken yaşlarda olabilmesi bu rakamlarda değişiklik gösterebilmektedir. Ergenlerde yeme bozukluğu dağılımı farklılık gösterebilmektedir. DSM-5'e göre ergen kızlarda yeme bozukluğu görülme oranı %5,7-15,2, erkek ergenlerde ise bu oran %2-9,1,2 olarak bildirilmektedir (APA, 2013).

Yaşamın önemli bir bölümü olan ergenlik çağı; fizyolojik, duygusal ve bilişsel açıdan birçok farklılığın ortaya çıktığı hassas bir geçiş evresidir. Bu dönemde kimlik karmaşası yaşayan ergenler, bir taraftan bireyselleşmeye başlarken bir taraftan da vücudunda ortaya çıkan farklılıklara adapte olmaya çalışır. Dışarıdan diğer insanlara karşı nasıl bir izlenim verdiği ve nasıl göründüğü ile aşırı uğraşmaya başlar. Bundan dolayı diğer insanların vücudu üzerindeki yorumları oldukça önemli rol oynamaktadır. Başka bir taraftan da hayatımızda etkisi oldukça fazla olan medya tarafından zayıf bir kişi olmanın ideal olarak belirlenmesi, ayrıca zayıf ve incebiri olmanın toplum tarafından etkileyici, başarılı ve kabul görme ile bağlantılı olduğu yönünde yansıtılan algılar kişinin vücut imgesini belirlemeye uğraşan ergen tarafından özümsenmektedir (Asilyürek, 2020).

Son zamanlarda yürütülen araştırmalar, ruhsal ve genetik faktörlerin, ebeveynler ile olan etkileşimin ve sosyal hayatın yeme bozukluklarının gelişmesinde önemli etkenler arasında olduğunu belirtmektedir. Ebeveynler, beslenme biçimi, kilo ve yiyecek alımı gibi konularda çocuklarına örnek olmaktadır. Bunu baz alarak yürütülen araştırmalarda, ebeveynleri kendisini dış görünüşü açısından eleştiren çocukların, buna bağlı olarak kaygıları ve beden memnuniyetsizliği artmaktadır. Ayrıca ebeveynin çocuğun bedenine karşı eleştirel tutumları, katı diyet davranışları ve tıkınırcasına yeme davranışlarına yol açmaktadır (Çam ve Nur, 2015).

Zayıflık kavramı üzerinde yapılan bütün bu medya ve toplum baskısından sonra kişide kontrolsüz diyet, kiloyu kontrol altına almak için kusma eylemi, diüretik veya laksatif kullanımı gibi uygun

olmayan eylemler ortaya çıkabilmektedir. Yeme bozuklukları kritik tıbbi karmaşıklıkları olan, ölüme yol açabilen ve sağaltımı güç olan psikiyatrik rahatsızlıklardır. Bundan dolayı erken teşhis edilip tedavisine başlanması hayati önem taşımaktadır (Asilyürek, 2020).

Anoreksiya Nervoza (AN)

Gull ve Laseque (1873), ergenlik döneminde özellikle genç kızlarda görülmekte olan anoreksiya nervozayı klinik bir patoloji olarak tanımlamışlardır. Anoreksiya terimi iştah kaybı anlamına gelmektedir ve nevroza ise bu kaybın duygusal nedenlerden olduğunu belirtmektedir. DSM-V'de Yeme bozuklukları grubu altında yer alan anoreksiya nevroza kriterleri şu şekildedir: Çok düşük vücut kilosuna neden olan besin kısıtlaması, sağlıklı beden ağırlığına sahip olmayı engelleyen davranışlar, kilo almak ve şişmanlamaktan ciddi şekilde korkmak ve kişinin beden görünümünü algılamasıyla ilgili bozulmaları içerir (APA, 2013). Bunların anlamına baktığımızda bu kişilerin kilosunun yaş ve boyuna göre normal kabul edilen kilodan çok daha düşük olduğunu, tipik olarak diyet yaparak kilo kaybettiklerini, kilo alma korkusunun kilo kaybıyla azalmadığını ve beden algılarıyla ilgili bozulma sonucu aşırı zayıflasalar bile aşırı kilolu olduklarını iddia ettiklerini görmekteyiz. DSM-V Anoreksiya Nervoza'nın iki alt türünü tanımlamaktadır. Bunlardan ilki kısıtlayıcı türdür. Bu tür daha çok diyet yapar ve yeme alımını kısıtlar hatta neredeyse hiç yemeyerek ya da aşırı spor yaparak kilo kaybeder. İkincisi ise tıkınırcasına yeme/çıkarma türüdür. Kişinin son üç ay içerisinde tıkınırcasına yeme ve çıkarma dönemleri olmuştur (APA, 2013).

AN, ince bir vücut arzusu ile kilo almak ve şişmanlamaktan ciddi derecede korkmanın ileri geldiği bir bozukluk örüntüsüdür. Bedenin görünümüyle ilgili kişilere ciddi düzeyde bir algı bozukluğu vardır ve kendilerini olduklarından daha şişman olarak algılamaktadırlar (Gönenir Erbay ve Seçkin, 2014).

AN, genellikle ergenlikte başlar. Ergenlikte başlamasından dolayı bu dönemde gerçekleşen gelişimsel faktörlerin belirleyici etkiye sahip olduğu düşünülmektedir. Ergenlik döneminde yaşanan kimlik karmaşası, çalkantılı arkadaşlıklar, aile içi çatışmalar, cinsel yönden gelişim ve burada yaşanan çatışmalar ergenlerde sıklıkla baskı yaratmaktadır. Bütün bunların bozukluğun gelişimdeki etkisi olduğu düşülmektedir (Ünalan ve ark. 2009).

Küey (2008), Ergenlerde Yeme Bozuklukları kitabında kişinin kilosunun git gide azaldığını ve sağlığının risk altına girdiğini fakat kişinin beden algısındaki bozulmadan dolayı durumun ciddiyetini algılayamadığın ve bu durumu kabul etmediğini belirtmiştir. Bu kişiler genellikle yiyecekleri yemekleri çok minik parçalara ayırarak ve kalori hesabı yaparak tabaklarına koymak ve sık sık kilolarını kontrol etmek gibi takıntılı davranışlar sergilemektedirler. Ayrıca bu kişilerin tanısı görünümlerinden dolayı oldukça kolaydır (Akt. Gönenir Erbay ve Seçkin, 2014).

Anoreksiya nevroza olan bireylerin kiloları ve görünümleriyle ilgili ciddi derece zihinsel uğraşları vardır ve bu kişiler kilo alımını önüne geçmek için ağır antrenmanlar ve katı diyetler uygulamaktadırlar ve bunların sonucunda aşırı kilo kaybının ardından ortalama 1.5 sene içinde %30-50'sinde aşırı yeme atakları göstermektedirler. Bu bozukluğun oluşmasında gelişim dönemindeki aile yapıları ve biyolojik etmenler önemlidir. Ergenlik, bireylerin çok fazla biyolojik ve fiziksel değişim yaşadığı bir dönemdir ve bu dönemde bireylerin sosyal rollerinin artmasıyla beraber eklenen yaşamdaki stres faktörleri kişilerin yeme bozuklukları yaşaması için kritik bir dönemdir. Ayrıca anoreksik kişilerin ergenlik problemlerinin üstesinden gelmekte başarılı olamadıkları ve sosyal çevrelerinde önemli bir kriter olan inceliğin benlik değeri ve başarı sebebi olarak algılanmasıyla bu bozukluğa sahip oldukları belirtilmektedir (Vardar ve Erzengin, 2011: 207).

Aile, besin alımı, beden ağırlığı ve yeme alışkanlıklarıyla çocuklarına bu davranışlara yönelik bir modeldir. Yapılan birçok çalışma çocuğunun görünümünü ve beden ağırlığını aşırı kontrol etmeye çalışan ve bu konularda çocuğuna eleştirel yaklaşan ailelerin, çocuklarında beden görünümüyle ilgili olumsuz düşüncelerin arttığı ve buna yönelik katı diyet yapma gibi davranışlarda bulunduğu görülmüştür (Yurtsever ve Sütçü, 2017).

Epidemiyoloji

Anoreksiya genellikle erken ve orta ergenlik yıllarında, sıklıkla diyet yapma ve bir yaşam stresinin olması ardından başlamaktadır. Erken başlayan vakaların seyrinin daha kötü olduğu bildirilmektedir

(Asilyürek, 2020). Yetişkinlerde yaşam boyu görülme sıklığı %1-2 ve ergenlerde %0.3 - 0.7 olduğu bilinmektedir. Kadınlarda erkeklere oranla10 kat daha fazla görülmektedir (APA, 2013).

Kadınlarda görülme oranı %90 - 95'dir ve ergen ve genç kadınlarda görülme oranı %1-4 olduğu bilinmektedir. Günümüzde erkeklerde de anoreksiyanın arttığı görülmektedir. Bunun nedenini daha çok kaslı bir görünüme sahip olma arzusu oluşturmaktadır (Gönenir Erbay ve Seçkin, 2014).

Yöntem

Bu araştırmada adölasan (ergen) bireylerde sosyal medya kullanımının anoreksiya nervoza görülme sıklığına etkisi ile ilgili 2012 ile 2022 (Son 10 Yıl) yılları arasında yapılmış çalışmalar araştırılıp bir araya getirilmiştir. Be nedenle bu çalışma derleme yöntemi kullanılarak yapılmıştır.

Derleme yönteminde araştırılmak istenilen konunun amacına dair yapılmış araştırmaların bir araya getirilip ilgili bulgular ile desteklendiği bir yöntemdir. Derleme araştırmalar nitel araştırma desenleri içinde yer almakta olup alanyazında yapılmış araştırmalar üzerinde kurgulanmaktadır. Bu araştırma modelinde çeşitli dahil edilme ve dahil edilmeme kriterleri kullanılmakta olup ulaşılan bulguların sentezlendiği araştırma yöntemi olarak kullanılmaktadır (Karasar, 2015). Araştırmanın bulguları oluşturulurken ilgili bilimsel yayın organlarından elde edilen dokümanlar bir araya getirilmiştir. Doküman analizinde ulaşılmak istenilen araştırmalar yazılı olarak elde edilebilmektedir.

Çalışmanın evreninin adölasan dönemde bulunan bireyler oluşturmakta olup bu bireylerin sosyal medya kullanımlarının anoreksiya nervoza görülme sıklığına etkisini konu edinen araştırmalar oluşturmaktadır. Örneklem ise evrenden amaca uygun olarak seçilen 2012-2022 yılları arasını kapsayan 1 ulusal 9'da uluslararası toplamda 10 araştırma bulgusundan oluşmaktadır. İlgili bulgular elde edilirken bazı unsurlara dikkat edilmiş olup özellikle kitap ve yayınlanmamış tezler araştırma bulgularına dahil edilmemiştir. Araştırma bulgularının ilgili bilimsel platformlarda elde edilmesinde 'anahtar kelimeler' kullanılmıştır. Tarama yapılırken kullanılan anahtar kelimeler Tablo 2'de verilmiştir.

İşlem Süreci

Bu çalışmada elde edilen araştırma bulguları ilgili bilimsel araştırma platformları sentezlenerek elde edilmiştir. Bu bağlamda toplanan bulgular şu araştırma platformları kullanılarak elde edilmiştir:

- DergiPark-Ulusal düzeyde yayımlanan akademik araştırmaların elektronik ortamlarda tutulduğu ve paylaşıldığı yönetim hizmeti.
- Akademik veri tabanları (Google Akademik, Yandex Akademik)

Yukarıda belirtilen bilimsel araştırma platformlarından elde edilen bulgular bir araya getirildikten sonra ulusal ve uluslararası 10 araştırma bulgular bölümü için kullanılmıştır.

Araştırmaya Dahil Edilme ve Edilmeme Kriterleri

Bu çalışmanın dahil olma ve olmama süreci Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1. Araştırmaya Dahil Olma ve Olmama Kriterleri

Çalışmaya Dahil Olma Kriterleri	Adölasan (Ergen) bireyler üzerinde yapılması Sosyal medya kullanımı ve anoreksiya nervoza kavramlarının birlikte bulunması Yayınlanmış makale özelliği barındırması Sayısal (Nicel) araştırmaların kullanılması, Nitel araştırmalardan ise gözlem, görüşme gibi tekniklerin kullanılması
Çalışmaya Dahil Olmama Kriterleri	Adölasan (ergen) bireyleri kapsamıyor olması Sosyal medya kullanımı ya da anoreksiya nervoza kavramlarının bir arada bulunmaması Yayınlanmamış tezler olması Meta analiz, derleme ya da kitap özelliği taşıması

Araştırmaya dahil olma ve olmama kriterlerinden sonra ilgili bulguların toplanması sürecine geçilmiş olup, bazı anahtar kelimeler yardımıyla araştırmalar elde edilmiştir. Toplanan çalışmaların elde edilmesinde Tablo 2'de gösterilen anahtar kelimeler kullanılmıştır.

Tablo 2. Araştırma Anahtar Kelimeleri

Anahtar Kelimeler	Adölasan, Ergen, Sosyal Medya Kullanımı, Sosyal Medya Bağımlılığı, İnternet, İnternet Bağımlılığı, Sosyal Görünüş Kaygısı, Yeme Bozuklukları, Anoreksiya Nervoza

Tablo 2'ye göre araştırma konusu olan sosyal medya kullanımı ve anoreksiya nervoza anahtar kelimeler bir arada taratılmıştır. Anahtar kelimelerden elde edilen sonuçlarla 2012-2022 yılları arasında yapılmış çalışmalar elde edilmiştir. Özellikle ücretsiz erişimi bulunan yayınlanmış araştırmalar çalışmada kullanılmıştır. Elde edilen araştırmalar Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3. Araştırma Kapsamında Ulaşılan Çalışmalara Ait Genel Bilgiler

Yazar, Yıl	**Araştırma Adı**	**Türü**
Carson ve ark., 2012.	Body Image, Eating Disorders, and the Relationship to Adolescent Media Use (Beden İmajı, Yeme Bozuklukları ve Ergen Medya Kullanımı ile İlişkisi)	Makale
Syed-Abdul ve ark., 2013	Misleading Health-Related Information Promoted Through Video-Based Social Media: Anorexia on YouTube (Video Tabanlı Sosyal Medya Aracılığıyla Tanıtılan Sağlıkla İlgili Yanıltıcı Bilgiler: YouTube'da Anoreksiya Etkisi)	Makale
Reid ve Weigle, 2014.	Social Media Use among Adolescents: Benefits and Risks (Ergenler Arasında Sosyal Medya Kullanımı: Faydalar ve Riskler)	Makale
Schlegl ve ark., 2015.	The Potential of Technology-Based Psychological Interventions for Anorexia and Bulimia Nervosa: A Systematic Review and Recommendations for Future Research (Anoreksiya ve Bulimia Nervoza için Teknolojiye Dayalı Psikolojik Müdahalelerin Potansiyeli: Gelecekteki Araştırmalar için Sistematik Bir İnceleme ve Öneriler)	Makale
Sidani ve ark., 2016	The Association between Social Media Use and Eating Concerns among U.S. Young Adults (ABD'li Genç Yetişkinler Arasında Sosyal Medya Kullanımı ile Yeme Bozukluğu Arasındaki İlişki)	Makale
Rodgers ve Melioli, 2016.	The Relationship Between Body Image Concerns, Eating Disorders and Internet Use. (Beden İmajı Endişeleri, Yeme Bozuklukları ve İnternet Kullanımı Arasındaki İlişki)	Makale
Mento ve ark., 2021.	Psychological Impact of Pro-Anorexia and Pro-Eating Disorder Websites on Adolescent Females. (Anoreksiya ve Yeme Bozukluğu Yanlısı Web Sitelerinin Ergen Kadınlar Üzerindeki Psikolojik Etkisi)	Makale
Logrieco ve ark., 2021.	The Paradox of Tik Tok Anti-Pro-Anorexia Videos: How Social Media Can Promote Non-Suicidal Self-Injury and Anorexia (Tik Tokta Anoreksiya Karşıtı Videoların Paradoksu: Sosyal Medyada İntihara Meyilli Olmayan Kendine Zarar Vermenin Anoreksiya Etkisi)	Makale
İnal, 2022.	Covid-19 Döneminde Yetişkin Bireylerde Yeme Bozukluğu, Duygusal Yeme, İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı	Makale
Gilsbach ve ark., 2022.	Increase in admission rates and symptom severity of childhood and adolescent anorexia nervosa in Europe during the COVID-19 pandemic: data from specialized eating disorder units in different European countries (COVID-19 salgını sırasında Avrupa'da çocukluk ve ergen anoreksiya nervozasının kabul oranlarında ve semptom şiddetinde artış: Avrupa Örnekleminde)	Makale

Bulgular

Çalışmanın bu kısmında elde edilen ulusal ve uluslararası çalışmaların bulgularına yer verilmiştir.

Carson ve arkadaşları (2012) tarafından 109 ergen birey üzerinde yaptıkları bir araştırmada sosyal medya kullanımının beden imajı ve yeme bozuklukları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırma sonucunda anoreksik özellikler gösteren bireylerde olumlu beden imajları düşük düzeyde çıkarken, bu bireylerin sosyal platformlarda (facebook) görsel içerik paylaşmaktan kaçındığı saptanmıştır. Anoreksik bireylerde beden memnuniyetsizliğinin sosyal platformlarda sahte iyilik haline (fotoğraflar ile oynama) dönüştüğü bildirilmiştir.

Yemen'de lise öğrencileriyle yapılan bir araştırmada öğrencilerin youtube platformlarında anoreksiya nevroza ile ilgili paylaşmış oldukları yanıltıcı bilgilerin içerikleri incelenmiş ve araştırma sonucunda beden memnuniyetsizliği ve olumsuz duygu durumu yaşayan lise öğrencilerinde paylaşmış oldukları videolarda anoreksiyayı özendirici bilgilere yer verdikleri saptanmıştır. Özellikle zayıf görünmenin kusursuzluğu, aşırı kilo alımının engellenmesi gerektiği ve sıfır beden ideal beden algısının ön plana çıktığı bulunmuştur (Syed-Abdul ve ark., 2013).

Reid ve Weigle (2014) tarafından Norweç'te yaşayan 14-18 yaş arasındaki 364 ergen birey üzerinde yaptığı araştırmalarında sosyal medya kullanımının faydaları ve riskleri üzerinde durmuşlardır. Araştırmada beden memnuniyetsizliği yaşayan bireylerde sosyal medya kanallarında beğenilme arzusu içinde oldukları ve bu bireylerde yüksek düzeyde zayıf görünme çabasının olduğu saptanmıştır. Aynı zamanda araştırmada ideal kiloda olmasına rağmen daha da zayıf olmak isteyen kızlarda intihar (suisit) düşüncesinin de yüksek düzeyde olduğu saptanmıştır.

Schlegl ve arkadaşları (2015) tarafından 3646 bulimiya ve anoreksiya nevroza tanılı ergen bireyler üzerinde yaptıkları bir araştırmada teknolojiye dayalı psikolojik müdahaleler incelenmiştir. Araştırmada anoreksiya nevroza tanısı almış ergen bireylerde teknolojik müdahalelerin yüksek düzeyde etkisi olduğu bulunmuştur. Özellikle sürece istekli katılım sağlayan ergenlerde anoreksik düşüncelerin azaldığı da bulunmuştur.

Amerika'da yaşları 19 ile 32 arasında değişen 1765 genç birey üzerinde yapılan bir araştırmada sosyal medya kullanımı ile yeme bozukluğu arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırmada anoreksik özellikler gösteren bireylerin yüksek düzeyde sosyal medya kullandıkları görülürken aynı zamanda bu bireylerde sosyal ortamlardan uzaklaşma yaşandığı da bildirilmiştir. Aynı araştırmada beden memnuniyetsizliği yaşayan bireylerde sosyal medya kullanımları esnasında farklı paylaşımlar (başka resimler kullanma, resimleri olduğundan daha zayıf gösterme, sıfır beden takıntısı) içinde oldukları da bulunmuştur (Sidani ve ark., 2016).

Rodgers ve Melioli (2016) tarafından 67 anoreksiya nevroza tanısı almış kadın üzerinde yaptıkları bir araştırmada beden imajı, yeme bozuklukları ve internet kullanımları arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma sonucunda anoreksik kadınlarda olumsuz beden imajının yüksek düzeyde olduğu bulunmuştur. Aynı zamanda bu kadınlarda internet ortamında çekici, seksi ve güzel kadın görüntüleri ile çeşitli resimleri değiştirme programları kullanarak bunları gerçekmiş gibi sunduklarını bildirmiştir.

Mento ve arkadaşları (2021) tarafından anoreksiya ve yeme bozukluğu yanlısı web sitelerinin ergen kadınlar üzerindeki psikolojik etkisi incelenmiştir. Araştırmaya 24 web site ve yaşları 16 ile 32 arasında değişen 161 kadın katılmıştır. Araştırma sonucunda anoreksiya ve yeme bozukluğu yanlısı sosyal medya sitelerinin kadınlar üzerinde beden memnuniyetsizliği ve özgüven kaybı oluşturduğu bulunmuştur. Bunun yanında bu web siteleri, özellikle adölasan bireylerde anoreksik davranışları teşvik ettiği de saptanmıştır.

Logrieco ve arkadaşları (2021) tarafından Brezilya da yaşayan yaşları 14-18 arasında değişen 517 lise öğrencisi üzerinde yaptıkları araştırmalarında anoreksik bireylerde sosyal platformlarda (tik tok) intihara meyilli olmayan zarar vermenin etkisi incelenmiştir. Araştırma sonucunda anoreksik bireylerde tik tok üzerinden patolojik olarak nasıl kilo verecekleri konusunda tavsiye alışverişinde bulundukları anoreksiya yanlısı videoların çoğu uygulama tarafından sansürlenmesine rağmen, resmi olarak anoreksiyanın sonuçları hakkında farkındalık yaratmayı amaçlayan diğer videolar, giderek daha popüler hale geldi. Buna rağmen oluşturulan videolar anoreksiya nevroza konusunda özendirici olmaya devam ettiği bildirilmiştir.

İstanbul da yaşları 18-65 arasında değişen 208 birey üzerinde yapılan bir araştırmada sosyal medya bağımlılığının yeme bozukluğu üzerindeki etkisi araştırılmış ve araştırma sonucunda yeme bozukluğu, anoreksiya nevroza, bulimiya nevroza ve tıkanırcasına yeme bozukluğu ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır. Aynı zamanda kadınlarda erkeklere oranla daha yüksek düzeyde yeme bozukluğu olduğu bulunmuştur (İnal, 2022).

Gilsbach ve arkadaşları (2022) tarafından yaptıkları bir araştırmada İngiltere (214 katılımcı), Fransa (194 katılımcı) ve Almanya (271 katılımcı) da yaşayan yaşları 10 ile 18 arasında değişen 679 çocuk ve ergen birey üzerinde yaptıkları araştırmada Covid 19 pandemi döneminde bireylerdeki anoreksiya nevroza semptom şiddetindeki artışı incelemişlerdir. Araştırma sonucunda çocuk ve ergenlerde Covid-19 pandemi döneminde uygulanan yasaklarla birlikte sosyal platformlara çok fazla yönelme gerçekleştiği bu durumunda çocuk ve ergenlerde anoreksiya şiddetini arttırdığı bulunmuştur.

Tartışma ve Sonuç

Bu araştırmada, adölesanlarda sosyal medya kullanımının anoreksiya nevroza görülme sıklığına etkisinin ilgili alanyazın ışığında ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu kapsamda ulusal ve uluslararası alanyazın incelendiğinde konu ile ilgili yapılmış araştırmaların çok sınırlı kaldığı görülmüştür. Özellikle konu ile ilgili yapılmış ulusal araştırmaların uluslararası araştırmalara göre daha da az olduğu da dikkat çeken başka bir durum olarak görülmüştür. Bu kapsamda elde edilen bulgular aracılığıyla, sosyal medya kullanım sıklığındaki artışın anoreksiya nevroza üzerinde önemli etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Sosyal medya, modern yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiş durumda ve bireylerin düşünce ve davranışları üzerinde büyük bir etkiye sahip olabilir. Ancak, bu platformlarda sıkça görülen gerçeklikten uzak idealize edilmiş görüntüler, reklamlar ve mesajlar, kişilerin fiziksel ve zihinsel sağlığını olumsuz etkileyebilir. Beden imajı sorunları, özsaygı eksikliği, anksiyete ve depresyon gibi psikolojik sorunlar, sosyal medyanın yarattığı baskılar sonucunda artabilir. Aynı zamanda, sürekli çevrimiçi olma alışkanlığı da zihinsel sağlık sorunlarına katkıda bulunabilir. Bu nedenle, sosyal medyanın bilinçli bir şekilde kullanılması ve gerçekçi beklentilerin korunması önemlidir. Bu durum adölasan bireylerde anoreksik davranma ve düşünme eğilimini arttırmaktadır. Yapılan araştırmalara göre anoreksik bireylerde gerçekçi olmayan görüntüler ve imajlar sosyal medya da sıkça paylaşılmaktadır (Carson ve ark., 2012; Sidani ve ark., 2016; Rodgers ve Melioli, 2016).

Bazı Sosyal Medya türleri, Sosyal medyanın farklı türleri, anoreksiya nervoza gibi yeme bozukluklarına sahip bireyler üzerinde düzensiz yeme davranışlarını teşvik edebilir. Özellikle "thinspiration" adı verilen içerikler, aşırı zayıf vücutları idealize ederek gençleri olumsuz şekilde etkileyebilir. Aynı zamanda diyet önerileri, açlık hikayeleri ve kilo kaybı takipçileri gibi içerikler, düzensiz yeme alışkanlıklarını teşvik edebilir. Bu tür sosyal medya içerikleri, anoreksiya nervoza riskini artırabilir ve bu hastalığı olan bireyler için tehlikeli olabilir. Bu nedenle, sosyal medya platformlarında bu tür içeriklere karşı duyarlılık ve önlemler alınması önemlidir. Arkadaşlardan, aileden veya akranlardan gelen özel olarak üzerinde oynanmış bu görüntüler ve diyet promosyonları düşük özgüvene, aşırı bir yiyecek kısıtlamasına, ayrıca yiyeceklerle görünüm arasında sağlıksız bir ilişkiye yol açmaktadır (Mento ve ark., 2021; Logrieco ve ark., 2021).

Adölasan dönemdeki anoreksik bireylerde idealize edilmiş versiyonlarının paylaşılması Sosyal Medyada oldukça yaygındır. Ancak neyin gerçek olduğunu ve nerede aşırı derecede oynama yapılmış olduğunu söylemek zor olabilir. Adölesan dönem, gençler için hem fiziksel hem de psikolojik değişimlerin yoğun yaşandığı bir süreçtir. Bu dönemde sosyal medya, gençlerin kendilerini ifade etme ve sosyalleşme biçimlerini önemli ölçüde etkiler. Özellikle anoreksiya gibi yeme bozukluklarına sahip bireyler için sosyal medyanın etkileri daha da belirginleşebilir. Bu gençler, sıklıkla sosyal medyada idealize edilmiş vücut imajlarına maruz kalır ve bu durum, onların kendi beden algıları üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir. Anoreksik gençler, genellikle kendi fotoğraflarını paylaşırken bu idealize imajlara ulaşma çabası içinde olabilirler. Bu süreç, onların hastalıklarını daha da derinleştirebilir ve tedavi süreçlerini olumsuz yönde etkileyebilir. Ayrıca, bu idealize imajlar, anoreksiya hastalığına sahip olmayan gençler üzerinde de zararlı etkiler yaratarak, onları da bu tür sağlıksız beden algılarına yönlendirebilir. Bu nedenle, sosyal medyanın gençler üzerindeki etkilerinin farkında olmak ve bu platformları daha sağlıklı bir şekilde kullanabilmek adına bilinçli davranışlar geliştirmek büyük önem taşımaktadır (Reid ve Weigle, 2014; Logrieco ve ark., 2021).

Sosyal medya, kullanıcılarına sürekli olarak "mükemmel" olarak algılanan beden imajlarını sunar ve bu durum, özellikle genç bireyler üzerinde önemli psikolojik etkilere neden olabilir. Anoreksiya nervoza, aşırı zayıflama arzusu ve beden algısı bozukluğu ile karakterize bir yeme bozukluğudur ve sosyal medya, bu hastalığın tetiklenmesinde veya şiddetlenmesinde önemli bir rol oynayabilir. Sosyal medya platformlarında sürekli olarak maruz kalınan idealize edilmiş beden imajları, kullanıcıların kendi bedenlerini bu imajlarla karşılaştırmalarına ve yetersiz hissetmelerine neden olabilir. Bu durum, özellikle kendilerine güvensizlik ve beden imajı konusunda hassasiyeti olan bireylerde, aşırı diyet yapma veya yeme bozukluklarına yönelme eğilimini artırabilir. Anoreksiya nervoza, bireyin sağlıklı bir beden ağırlığını sürdürememesi ve sürekli kilo kaybına odaklanmasıyla ilerler. Sosyal medyanın bu bağlamda rolü, genellikle gerçekçi olmayan ve ulaşılması zor beden standartlarını normalleştirmesi ve bu standartlara ulaşma çabasının, bireylerin kendilerini sürekli olarak bu standartlarla karşılaştırmalarına yol açmasıdır. Bu sürekli karşılaştırma ve idealize edilmiş imajlara ulaşma çabası, anoreksiya nervoza gibi yeme bozukluklarının gelişmesine zemin hazırlayabilir ve var olan durumları kötüleştirebilir. Bu nedenle, sosyal medya kullanımının bu tür olumsuz etkileri konusunda farkındalık yaratmak ve bireylerin sağlıklı bir beden algısı geliştirmelerine yardımcı olmak önemlidir. Yapılan araştırmalar Sosyal Medyanın, anoreksiya nervozaya katkıda bulunduğunu ve bu zararlı mesajlara ilişkin istatistikler endişe verici boyutlara ulaştığını ortaya koymuştur (Syed-Abdul ve ark., 2013; Logrieco ve ark., 2021; İnal, 2022). Sosyal medya, vücutlarıyla ilgili endişeleri olan bireyler için bir geri bildirim aracı olarak sıkça kullanılmaktadır. Bu kişiler, kendi görünüşleri hakkında hem olumlu hem de olumsuz yorumlar almak amacıyla fotoğraflarını ve gönderilerini paylaşabilirler. Bu süreç, bazı durumlarda kendilerine olan güvenlerini artırabilirken, diğer durumlarda aşırı eleştirel ve hatta zararlı yorumlarla karşılaşmalarına neden olabilir. Sosyal medyada, genellikle insanlar en iyi hallerini sergileme eğilimindedirler ve bu durum, gerçekçi olmayan beklentiler yaratarak bireylerin kendi bedenleriyle ilgili gerçek dışı algılar geliştirmelerine yol açabilir. Özellikle genç ve kendine güven konusunda hassas olan bireyler için, sosyal medyadan alınan geri bildirimler, onların kendilerini algılama biçimlerini önemli ölçüde etkileyebilir. Olumsuz yorumlar, kişinin zaten var olan vücut imajı endişelerini daha da kötüleştirebilir ve bu da kaygı, depresyon ve yeme bozuklukları gibi psikolojik sorunlara yol açabilir. Bu nedenle, sosyal medyanın bu tür kullanımının bireyler üzerindeki olası etkilerinin farkında olmak ve sağlıklı bir vücut algısı ve özsaygı geliştirebilmek için gerekli destek ve rehberliğin sağlanması büyük önem taşımaktadır. Araştırmalar yüksek miktarda Sosyal Medya kullanımının, bireylerde anokresiya nervozayı daha büyük oranlarda arttırma ihtimaliyle bağlantılı olduğunu göstermiştir (Sidani ve ark., 2016; Rodgers ve Melioli, 2016; Syed-Abdul ve ark., 2013).

Sosyal medya, sadece insanların beden algıları üzerinde etkili olmakla kalmaz, aynı zamanda kişisel öz-saygılarını da derinden etkileyebilir. Öz-saygı, bir bireyin kendisini ne kadar değerli ve saygın bulduğuyla ilgilidir ve sosyal medya, bu algı üzerinde oldukça güçlü bir etkiye sahip olabilir. Kullanıcılar, sürekli olarak başkalarının hayatları, başarıları ve görünüşleriyle kendi deneyimlerini karşılaştırma eğilimindedirler. Bu sürekli karşılaştırma, özellikle sosyal medya platformlarında sergilenen mükemmelleştirilmiş ve düzenlenmiş içerikler nedeniyle, bireylerin kendi değerlerini düşürmelerine ve kendilerine olan saygılarını kaybetmelerine neden olabilir. Birçok kişi, sosyal medyada gördükleri hayatların ve başarıların gerçek olmadığını bilse de, bu platformlarda geçirilen zamanın artmasıyla birlikte kendi gerçeklikleriyle karşılaştırmalar yapmaya başlayabilirler. Bu durum, özellikle genç ve kendini bulma sürecinde olan bireyler için, kendi yeteneklerini ve değerlerini sorgulamalarına yol açabilir. Öz-saygının düşmesi, depresyon, kaygı ve sosyal izolasyon gibi psikolojik sorunlara yol açabilir ve bu da bireyin genel sağlığı ve mutluluğu üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir. Bu nedenle, sosyal medya kullanımının bu tür etkilerinin farkında olmak ve bireylerin sağlıklı öz-saygı düzeylerini koruyabilmeleri için destekleyici stratejiler geliştirmek büyük önem taşır. Yapılan araştırmalar da ergen bireyler üzerinde anoreksiya nevroza şiddetinin sosyal medya kullanımının da etkisiyle arttığı ve bu durumda anoreksik bireylerde özgüven sorunlarının yaşandığı bildirilmiştir (Mento ve ark., 2021; Logrieco ve ark., 2021).

COVID-19 pandemisi sırasında yaşanan karantina ve sokağa çıkma kısıtlamaları, insanların günlük rutinlerinde büyük değişikliklere neden oldu. Özellikle gençler ve adölesanlar için bu dönem, sosyal etkileşimlerin kısıtlanması ve eğitim kurumlarından uzaklaşma gibi faktörlerle zorlu geçti. COVİD-19 pandemi döneminde yaşanılan eve kapanma durumları beraberinde sosyal platformlara yönelmeyi

getirmiştir. Bu süreçte, gençlerin sosyal medya kullanımında önemli bir artış gözlendi. Evde geçirilen zamanın artması ve fiziksel sosyal etkileşimlerin azalması, adölesanların sosyal medya platformlarına daha fazla yönelmelerine neden oldu. Bu artan sosyal medya kullanımı, özellikle anoreksiya nervoza gibi yeme bozukluklarına yatkınlığı olan gençlerde risk faktörlerini artırdı. Sosyal medyada yaygın olan idealize edilmiş beden imajlarına ve sağlıksız beslenme trendlerine maruz kalmak, adölesanların beden algılarını ve yeme davranışlarını olumsuz yönde etkileyebilir. Pandemi sırasında fiziksel aktivitelerin kısıtlanması ve evde daha fazla zaman geçirilmesi, vücut ağırlığı ve görünümüne dair endişeleri tetikleyebilir. Ayrıca, bu dönemde gençlerin psikolojik stres seviyelerinde gözlenen artış, yeme bozukluklarına yatkınlığı olan bireylerde durumu daha da kötüleştirebilir. Bu nedenle, pandemi döneminde gençlerin sosyal medya kullanımı ve bu kullanımın anoreksiya nervoza üzerindeki etkilerinin dikkatle incelenmesi, önleyici stratejilerin geliştirilmesi ve gençlerin bu zorlu dönemde desteklenmesi büyük önem taşır. Adölasan dönemde bulunan bireylerde de Covid 19 pandemi döneminde sosyal medya kullanımı arttıkça anoreksiya nervozaya karşı yönelim gösterdikleri görülmüştür (Gilsbach ve ark., 2022).

Sonuç olarak adölasan bireylerde sosyal medya kullanımının anoreksiya nevroza görülme sıklığına etki ettiği saptanmıştır. Sosyal medya kullanımının anoreksiya nevroza yönelik etkisi çeşitli açılardan incelenmiş ve iki değişken arasında kompleks bir ilişki olduğu yapılan araştırmalar ile desteklenmiştir. Sosyal medya da ideal benlik algısı, zayıf görünme çabası, beden memnuniyetsizliği, beğenme ve beğenilme dürtüsü, sıfır beden düşüncesi gibi kavramların anoreksiya nervoza üzerinde etkili olduğu bulunmuştur. Sosyal medya da ortaya çıkan bu düşünceler ergen bireylerin üzerinde olumsuz etkileri olabilmekte ve onlar için risk oluşturabilmektedir. Bu kapsamda adölasan bireylerde sosyal medya kullanımlarının anoreksiya nervoza görülme sıklığı üzerindeki etkisi ilgili literatür bağlamında irdelenmiştir.

Bu araştırmada adölasan bireylerde sosyal medya kullanımının anoreksiya nervoza görülme sıklığına etkisi incelenen çalışmalar ile sınırlıdır. Bu bağlamda ulusal ve uluslararası düzeyde incelenen toplamda 10 çalışma araştırmanın önemli bir sınırlılığını oluşturmaktadır.

İlgili alanyazın incelendiğinde adölasan bireylerde sosyal medya kullanımının anoreksiya nervoza görülme sıklığına etkisini ortaya koyan böyle bir derleme yapılmadığı görülmüştür. Araştırma bu güçlü yönüyle ilgili alanyazına katkı sağlaması adına önem oluşturmaktadır.

İlgili alanyazın incelendiğinde adölasan bireylerde sosyal medya kullanımının anoreksiya nervoza görülme sıklığına etkisini ortaya koyan araştırmaların sayısının çık sınırlı olduğu görülmüştür. Bu bağlamda bundan sonra yapılacak araştırmalarda bu konuya daha fazla yer verilmesi önerilmektedir.

Kaynakça

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION (APA). (2013). Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (5th edn)(DSM-5). American Psychiatric Publishing: Arlington, VA, USA.

ASİLYÜREK, H. (2020). 14-17 Yaş Grubu Öğrencilerin Beslenme Alışkanlıklarının Obezit Durumu İle İlişkisi: Batman İli Örneği. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Okan Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

ATABAY, E. U. (2020). Lise Öğrencilerinin Yaşam Memnuniyeti, Yeme Bozukluğu ve Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Doktora tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Samsun.

BİLGİN, M. (2018). Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik Bozukluklar Arasındaki İlişki. The Journal of International Scientific Researches, 3(3), 237-247.

BODUR, H. ve KORKMAZ, S. (2017). İlahiyat Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Dindarlık İlişkisi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 30, 329-351.

CARSON, A., BENOWITZ-FREDERICKS, B. A., KAYLOR GARCIA, B. A., MEREDITH M., DINA, L. G., ve BORZEKOWSKI, E. (2012). Body Image, Eating Disorders, and the Relationship to Adolescent Media Use, Pediatr Clin N Am, 59, 693–704.

ÇAM, H. H., & NUR, N. (2015). Adölesanlarda İnternet Bağımlılığı Prevalansı İle Psikopatolojik Semptomlar Ve Obezite Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. TAF Preventive Medicine Bulletin, 14(3), 181-188.

ÇAYCI, A. E. (2019). Sosyal Medyada Dijital Yemek Kültürü. Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD), 5(1), 120-136.

ÇİFTÇİ, H. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(4), 417-434.

GILSBACH, S., PLANA, M. T., FORNIELES, J., GATTA, M., ve DAHLMANN, B. H. (2022). Increase İn Admission Rates And Symptom Severity Of Childhood And Adolescent Anorexia Nervosa İn Europe During The COVID-19 Pandemic: Data From Specialized Eating Disorder Units İn Different European Countries. Child and Adolescent Psychiatry and Mental Health, 16 (46), 1-7.

GÖNENİR ERBAY, L., SEÇKİN, Y. (2016). Yeme Bozuklukları. İnönü Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi, 473-477.

GRIFFITHS, M. D. (2012). Social Networking Addiction: Emerging Themes and Issues. Journal of Addiction Research and Therapy, 4(5), 1-7.

GÜL, A. ve YILMAZ AKYÜZ, E. (2019) The Use of Social Media: Can The Eating Disorder Cause? Journal Health Professians Research, 1(1), 28-32.

HAZAR, Ç. M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (32), s. 151-175.HAZAR, F. ve TAŞMEKTEPLİGİL, Y. (2008). Puberte Öncesi Dönemde Denge ve Esnekliğin Çeviklik Üzerine Etkilerinin İncelenmesi. Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 6(1), 9-12.

HOEK, H. W. ve VAN HOEKEN, D. (2003). Review Of The Prevalence and Incidence of Eating Disorders. International Journal of Eating Disorders, 34(4), 383-396.

İNAL, Ö. (2022). Covid-19 Döneminde Yetişkin Bireylerde Yeme Bozukluğu, Duygusal Yeme, İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı. Akademik Tıp Dergisi, 8(3), 291 – 297.

İNANÇ, B. Y., BİLGİN, M., & ATIÇI, M. K. (2004). Gelişim Psikolojisi Çocuk ve Ergen Gelişimi. Adana: Nobel Kitabevi.

KARADAMAR, M., YİĞİT, R., & SUNGUR, M. A. (2015). Ergenlerin kiloları ile ilgili algıları ve kilo kontrolüne yönelik davranışlarının incelenmesi. Hemşirelikte Araştırma Geliştirme Dergisi, 17(1), 51-61.

KILINÇ, F. N., & DENİZ, Ç. (2012). Sağlık Meslek Lisesi Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıklarının, Beslenme Bilgi Düzeylerinin Ve Vücut Bileşimlerinin Değerlendirilmesi. Türk Pediatri Arşivi Dergisi, 47, 181-188.

LAFÇI, E. (2021). Yeme Bozukluğu Görülen 7-12 Yaş Aralığındaki Çocuklarda Anne Tutumunun Yeme Davranışına Etkisi. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

LIN, L. ve SOBY, M. (2016). Appearance Comparisons Styles and Eating Disordered Symptoms in Women. Eating Behaviors, 23, 7-12.

LOGRIECO, G.; MARCHILI, M.R.; ROVERSI, M.; VILLANI, A. (2021). The Paradox of Tik Tok Anti-Pro-Anorexia Videos: How Social Media Can Promote Non-Suicidal Self-Injury and Anorexia. Int. J. Environ. Res. Public Health, 18, 1041.

MABE, A. G., FORNEY, K. J. ve KEEL, P. K. (2014). Do You "Like" My Photo? Facebook Use Maintains Eating Disorder Risk. International Journal of Eating Disorders, 47(5), 516-523.

MENTO, M., SILVESTRI, M. C., MUSCATELLO, A., RIZZO, A., CELEBRE, L., PRATICÒ, M., ZOCCALI, R. A., ve BRUNO, A. (2021). Psychological Impact of Pro-Anorexia and Pro-Eating Disorder Websites on Adolescent Females. Int. J. Environ. Res. Public Health, 18, 2186.

MORENO, M. A. ve WHITEHILL, J. M. (2014). Influence of Social Media on Alcohol Use in Adolescents and Young Adults. Alcohol Research: Current Reviews, 36(1), 91.

PLATEAU, C. R., BROOKES, F. A. ve PUGH, M. (2018). Guided Recovery: An Interpretative Phenomenological Analysis of Service Users Experiences of Guided Self-Help For Bulimic and Binge Eating Disorders. Cognitive and Behavioral Practice, 25(2), 310-318.

REID, D., ve WEIGLE, P. (2014). Social Media Use among Adolescents: Benefits and Risks. Adolescent Psychiatry, 4, 73-80.Rodgers, R. F., ve Melioli, T. (2016). The Relationship Between Body Image Concerns, Eating Disorders. *Adolescent Res Rev,* 1, 95–119.

SAVCI, M. ve AYSAN, F. (2017). Teknolojik Bağımlılıklar ve Sosyal Bağlılık: İnternet Bağımlılığı, Sosyal Medya Bağımlılığı, Dijital Oyun Bağımlılığı ve Akıllı Telefon Bağımlılığının Sosyal Bağlılığı Yordayıcı Etkisi. Düşünen Adam Dergisi, 30(3), 202-216. Doi: 10.5350/DAJPN2017300304

SCHLEGL, S., PSYCH, D., BÜRGER, C., SCHMIDT, C., HERBST, N., ve VODERHOLZER, U. (2015). The Potential of Technology-Based Psychological Interventions for Anorexia and Bulimia Nervosa: A Systematic Review and Recommendations for Future Research. Journal Of Medical Internet Research, 17 (3), e85.

SIDANI, J. E., SHENSA, A., HOFFMAN, B., HANMER, J., ve PRIMACK, B. A. (2016). Association Between Social Media Use And Eating Concerns Among U.S. Young Adults. Journal Of The Academy Of Nutrition And Dietetics, 116 (9), 1465-72. DOI: 10.1016/j.jand.2016.03.021

SYED-ABDUL, S., FERNANDEZ-LUQUE, L., JIAN, W. S., LI, Y. C., ve LIOU, D. M. (2013). Misleading Health-Related Information Promoted Through Video-Based Social Media: Anorexia on YouTube. Medical Internet Research, 15 (2), e30) doi:10.2196/jmir.2237.

ÜNALAN, D., ÖZTOP, D. B., ELMALI, F., ÖZTÜRK, A., KONAK, D., PIRLAK, B. ve GÜNEŞ, D. (2009). Bir Grup Sağlık Yüksekokulu Öğrencisinin Yeme Tutumları ile Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışları Arasındaki İlişki. Journal Of Turgut Ozal Medical Center, 16(2), 75-82.

VARDAR, E. ve ERZENGİN, M. (2011). Yeme Bozukluklarının Yaygınlığı ve Psikiyatrik Eş Tanıları İki Aşamalı Toplum Merkezli Bir Çalışma. Türk Psikiyatri Dergisi, 22(4), 205-212.

YURDAKUL, K. I., DÖNMEZ, O., ALTINOK, A. ve ODABAŞI, H. F. (2013). Dijital Ebeveynlik ve Değişen Roller. Gaziantep University Journal Of Social Sciences, 12(4), 883-896.

YURTSEVER, S. S. ve SÜTÇÜ, S. T. (2017). Algılanan Ebeveynlik Biçimleri ile Bozulmuş Yeme Tutumu Arasındaki İlişkide Erken Dönem Uyumsuz Şemaların ve Duygu Düzenleme Güçlüğünün Aracı Rolü. Türk Psikoloji Dergisi, 32(80), 20-43.

Summary

The pervasive influence of social media on adolescents, particularly in relation to eating disorders such as anorexia nervosa, is a topic of growing concern and significance. Adolescence is a critical period marked by intense physical and psychological changes. During this phase, social media platforms significantly impact how adolescents express themselves and interact socially. The constant exposure to idealized body images on these platforms can profoundly affect their body image perceptions and contribute to the development or exacerbation of eating disorders.

Social media serves as a platform where individuals, especially those with concerns about their body image, seek validation through positive or negative feedback. This pursuit often leads to a comparison with the unrealistic, edited, and idealized images prevalent on these platforms, potentially worsening body image concerns and fostering unhealthy body perceptions. For adolescents already grappling with self-esteem and body image issues, these comparisons can be particularly detrimental, increasing the risk of developing disorders like anorexia nervosa.

Anorexia nervosa, characterized by an excessive desire to lose weight and a distorted body image, is significantly influenced by the portrayal of ideal body standards on social media. Individuals with this disorder often engage in extreme dieting and exercise regimes, driven by the relentless comparison with the idealized images they encounter online. The constant bombardment of such images can

reinforce their distorted perception of a healthy body, pushing them further into the depths of the disorder.

During the COVID-19 pandemic, the shift to increased social media use was more pronounced due to lockdowns and social distancing measures. This heightened engagement with social media platforms has been particularly impactful among adolescents. The reduction in physical activities, combined with increased online exposure to idealized physical standards, exacerbated concerns about body image and weight. This situation was particularly challenging for adolescents prone to eating disorders, as the pandemic-induced stress and isolation further fueled their pre-existing vulnerabilities.

Moreover, social media's impact extends beyond just body image concerns; it also plays a significant role in shaping adolescents' self-esteem. The constant comparison with the seemingly perfect lives and bodies of others can lead to feelings of inadequacy and low self-worth. This can trigger or worsen mental health issues such as depression, anxiety, and particularly eating disorders like anorexia nervosa. The virtual validation sought and sometimes dependent upon, can be a double-edged sword, offering temporary boosts to self-esteem but potentially causing long-term harm.

Preventive strategies and supportive measures are essential to mitigate the negative impact of social media on adolescent mental health and eating disorders. Raising awareness about the unrealistic nature of many social media portrayals and encouraging healthy, realistic body image perceptions are crucial steps. Parents, educators, and mental health professionals play vital roles in providing the necessary support and guidance to help adolescents navigate the complex world of social media healthily.

In conclusion, social media's influence on adolescent eating disorders, particularly anorexia nervosa, is multifaceted and profound. The interplay of increased social media use, exposure to idealized body images, and the search for validation and comparison can significantly impact adolescents' body image, self-esteem, and overall mental health. As society continues to grapple with the ever-evolving digital landscape, understanding and addressing the implications of social media on adolescent well-being remains a critical challenge.

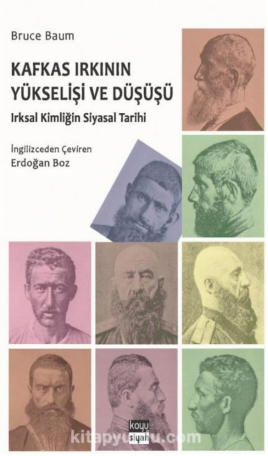
Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);431-434

KİTAP İNCELEMESİ / BOOK REVIEW

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Kafkas Irkının Yükselişi Ve Düşüşü: Irksal Düşüncenin Siyasi Tarihi

Hazırlayan:
[1]Keisuke WAKIZAKA
[2]Hüseyin AYTUN



Yazar: Bruce BAUM,

Kafkas Irkının Yükselişi ve Düşüşü: Irksal Kimliğin Siyasal Tarihi (The Rise and Fall of the Caucasian Race: A Political History of Racial Identity)

Erdoğan Boz (çev.)

Ankara: Koyusiyah Yayıncılık

2023, 389 sayfa

ISBN:978-605-72906-3-2

Kafkas Irkının Yükselişi ve Düşüşü: Irksal Düşüncenin Siyasi Tarihi kitabı, değişen ırksal teori ve ırksal kimlik siyaseti ışığında, "Kafkas ırkı" teriminin ve kategorisinin tarihini irdelemektedir. Ayrıca kapsamlı bir literatür taramasıyla Orta Çağ'dan günümüze kadar bilimsel ve entelektüel ırk anlayışındaki başlıca eğilimleri incelemektedir. Kitap, ırk anlayışı ve tarih boyunca "Kafkas ırkının" nasıl icat edildiğine ve ırk inşasının günümüze kadar olan sürecine post-modernist teori açısından ışık tutmaktadır. Baum'uın kitabı yazmaktaki hedefi, eleştirel sosyal kimlik teorisine katkıda bulunmaktır. Tarihsel olayların ilerleyişinde kimlik teorisine katkıda bulunduğu görülmüş olup değişen Kafkas ırkı anlamlandırmalarını tarafsız şekilde aktardığı görülmektedir.

Giriş bölümünde, Baum ilk olarak Kafkas ırkının modern çağın bir icadı olduğunu ve 18. yüzyıldan 21. yüzyıla kadar olan dönemde pek çok etkili ırksal sınıflandırmanın bir parçası olduğunu belirtmiştir. 13. ve 15. yüzyıllar arasında henüz bir Kafkas ırkı tanımı yokken Kafkas halklarının köle olarak alınıp satıldığından bahsedilmiştir.

Johann Blumenbach'ın 1795'teki *İnsanlık Tarihi Ana Hatları* adlı eserinden alıntı yapan Baum, Blumenbach'ın Kafkas varyetesiyle

[1]Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İstanbul, Türkiye.
✉ kwakizaka@gelisim.edu.tr

[2]Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, İstanbul, Türkiye.
✉ bigoskocyigitoo@gmail.com

Keisuke Wakizaka, "Kitap İncelemesi – 1: Hüseyin Aytun, Kafkas Irkının Yükselişi Ve Düşüşü: Irksal Düşüncenin Siyasi Tarihi", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 431-434.

alakalı yapılan tariflerden sonra Kafkas ırkı fikrinin Avrupa ve Amerika'da büyük bir kabul gördüğünü belirtmiştir. Baum, Kafkas ırkı kategorisinin zaman içerisinde ırk bilimindeki iyileştirmelerle birlikte değil, sosyal ve siyasi iktidarların ırk bilgisini ince ve kaba yollarla şekillendirmeleri sonucu oluştuğu tezini savunmaktadır. Nihayetinde Kafkas ırkı temelde bir iktidar incelemesi olmakla birlikte sosyal ve siyasi iktidarların ırk bilgisini nasıl ürettiğinin ve ırksal bilgi tarihinin modern iktidar ile ilişkisinin gayet etkili olduğu görülmüştür ve Baum bu değerlendirmede haklı görülmektedir.

Baum "ırk" kavramının sosyal ve siyasal ırksallaştırma ya da ırk inşası süreçleri bağlamında daha iyi anlaşılabilmesinin kitabın en önemli hedeflerinden biri olduğundan bahsetmektedir. Çalışma, ırk ve ırkçılık teorisine ve siyasetine farklı fakat tamamlayıcı bir açıdan bakmaktadır.

Birinci bölümde, kabaca 1000-1684 arasındaki dönemde Orta Çağ ve erken modern Avrupa'sı içindeki ve ötesindeki halklar arasında daha sonradan gelişen ırk düşüncesinin habercisi olan ve ardından modern ırksal kategorilerin ana hatlarını etkileyen fiziksel, sosyal, dinsel ve kültürel farklılıklar hakkındaki inançlar incelenmektedir.

Ayrıca Kafataslarının diğer özelliklerden daha kalıcı olduğu ve bunun ırksal ayrımda daha doğru bir gösterge olduğu teorisine dayanmıştır. Buna ek olarak ilk varyetesini büyük ölçüde daha sonraki "Kafkas ırkı" kategorisini tanımlayacak şekilde yeniden düzenlemiştir. Baum'un aktardığına göre, Blumenbach, *On the Natural Variety of Mankind [İnsanoğullarının Doğal Çeşitliliği Üzerine]* adlı eserinde Kafkasyalı varyetesinin "birincil" insan varyetesi olduğunu iddia etmiş ve Kafkas varyetesinin zarafet ve çekici yönden diğer insan varyetelerinden daha önde olduğunu belirtmiştir.

İkinci bölümde, 1600'lü yılların sonları ve 1700'lerin sonları arasında Blumenbach'ın 1795 tarihli Kafkas ırkı kategorisinin açıklanmasına yardımcı olan sosyal ve siyasal güçler ile bilimsel gelişmeler irdelenmektedir. Bu zaman aralığında insanların da içinde bulunduğu doğanın sınırlandırılmasında doğa tarihinin de olgunlaştığı görülmektedir. Ayrıca, Avrupalı ırk bilimciler bu devirde genel olarak beyaz insanları beyaz olmayan halklardan bilimsel ve hiyerarşik olarak ırksal sınıflandırmalar eğilimindedir.

Kafkas ırkı kategorisi Avrupa Aydınlanması sürecinin ve 18. yüzyılın sonunda doğa tarihinin bir ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Blumenbach'ın Kafkas ırkı, Avrupa'nın ötesine kadar uzanmıştır. Blumenbach'ın Kafkas ırkı söylemi ırksal beyazlık ve beyazın üstünlüğüne bilimsel bir itibar göstermesi bu dönemde göze çarpmaktadır. Avrupa ve Kuzey Amerika'da bilimsel ırkçılık ve popüler ırkçılığın gelişimi, evrenselci insan özgürlüğü ve eşitliği ideallerinin yükselişi ile aynı döneme denk geldiği yazar tarafından aktarılmaktadır. Nitekim Bernier dünya halklarını bir avuç farklı türe ayırsa da Locke tüm insanlığın doğası gereği eşit ve bağımsız olduğunu ilan etmiştir.

Blumenbach ise 1700'lerin sonunda kendi çalışmalarına insan varyetelerini veya ırklarını tanımlama açıklama ve sınıflandırma projesini devam ettirmiştir. Bu bölümde Baum'un Blumenbach ile alakalı birçok bilgi verdiği görülmektedir. Nitekim Blumenbach, insan varyetelerini yüz yapıları, deri rengi, saç rengi gibi özelliklerine ayırmıştır. Kendi Kafkasyalı varyetesinde Kafkasyalıların birincil insan varyetesi olduğunu iddia eden Blumenbach, Kafkasyalıların estetik açıdan diğer varyetelerden üstün olduğunu söylemiştir. Bu bölümde birçok atıf veren Baum kanıtlarıyla birlikte beyaz üstünlüğünün bilimsel ırkçılığa neden olduğunu belirtse de sosyal inşaya değinmemiştir. Nitekim sosyal inşa birinci bölümde daha bilimsel ırkçılık yeni başlaması dolayısıyla değinilmesi gereken bir konu olarak öne çıkmaktadır.

Üçüncü bölümde, 18.yüzyılın sonu ve 19. yüzyılın ortaları arasındaki dönem incelenmiştir. Blumenbach'ın "Kafkas ırkı" tanımı bu dönemde hızla Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'ndeki bilimsel söyleme ve günlük kullanıma dâhil olduğu yBaum tarafından belirtilmiştir. Blumenbach'a atıfta bulunan Baum, Blumenbach'ın Kafkas ırkı kategorisini beş temel insan varyetesinden birine atıfta bulunmak için kullandığını anlatmıştır. Baum; Cuvier, Lawrence ve Morton gibi ırk bilimcilerin ise Kafkas ırkının üstünlüğünden bahsettiğini anlatmaktadır. Her ne kadar Prichard ve Latham, Kafkas ırkının üstünlüğü konusuna şüpheci yaklaşsa da Kafkas ırkı terimi hem bilimsel hem de günlük söylemlerde yerleşik hale gelmiştir.

Baum'a göre 19. yüzyılda Avrupalı ve Kuzey Amerikalı ırk bilimciler "Kafkas ırkı" kategorisini yaygın olarak benimsemiştir. Cuvier de Kafkas ırkı kategorisini benimsemiştir. Buna ek olarak Cuvier, *Hayvanlar Âlemi* adlı eserinde Kafkas, Moğol ve Habeş olmak üzere 3 insan türü belirlemiştir. Bu bağlamda Cuvier'in dünya halklarını Nuh'un 3 oğlu olan Ham, Sam ve Yafes'in soyundan gelenlere göre ayırdığı görülmektedir.

Baum, Avrupa'nın ve komşu bölgelerin halklarının Kafkas ırkına ait olduklarına ve gelenek ve ulusların modern Kafkas ırkından geldiğine inanmalarını doğru bulmaktadır. Nitekim Avrupa halkı ve diğerleri Kafkasya bölgesinden daire şeklinde yayıldıklarını söylemek doğrudur. Lawrence ise sadece esmer veya beyaz ırklar arasında değil, aynı zamanda insanların "Kafkas varyetesini" oluşturan beyaz ırklar arasında da ahlaki ve entelektüel farklılık olduğunu savunmuştur.

Her ne kadar Prichard, ırklar arasındaki gözlemlenebilen fiziksel farklılıklara yapılan vurguyu beyazların üstünlüğüne dair açık varsayımlarla birleştirse de, Latham Blumenbach'ın "Kafkas" kategorisini bilim dışı bulmuş ve reddetmiştir. Chambers'ın 1875 tarihli makalesinde Blumenbach'ın "Kafkas ırkı" terimini kullanması ve bu ırk için ahlaki duygu ve akıl bakımından üstün olduğu savını yineleyerek ortaya atması Kafkas ırkı teriminin bilimsel anlamda da açıkça kullanıldığının bir göstergesidir.

Dördüncü bölümde ise yaklaşık olarak 1840'tan 1940'a kadarki dönemde ırk biliminde Kafkas ırkının kısmen gölgede kalışı Baum tarafından anlatılmaktadır. Bu dönemde fiziksel antropoloji ile Avrupa siyaseti ve demografisindeki karmaşık bir dizi gelişme meydana gelmiştir. Baum Avrupa halklarının büyük göçleri, Avrupa milliyetçiliğinin yükselişi, "Sefalik indeks" icadı ya da Ari ırk teorisinin yükselişini içeren yaygın ırksal sınıflandırma söylemini radikal bir şekilde değiştirecek şekilde bir araya geldiklerini belirtmiştir. Bu dönemde Avrupalı ırk bilimciler bundan böyle enerjilerini sözde beyaz ırklardan türeyen Avrupalı ırkların tanımlanmasına harcama eğiliminde bulundukları görülmüştür. Bu arada Kafkas ırkı kategorisi, renkli halkların yükselen bir dalgası olarak görülmüş ve kendilerini ırktaşları olan Avrupalıları birleştirmekle meşgul olmuşlardır.

Bu bölümde Avrupalı ırk bilimciler, Avrupa merkezli Kafkas ırkını diğer birincil ırktan ayırarak beyaz üstünlüğünü pekiştirmişlerdir. 19. Yüzyılda ise Avrupalı etnologlar frenolojiyi Avrupa halkları arasındaki ırksal farklılıkları ayırt etmek için kullanmışlardır. 1840-1935 arasında Avrupa ırkları hakkında yeni teoriler ortaya çıkmış, nitekim bunlar Blumenbach'ın Kafkas ırkı tanımlamasının yerini almıştır. Her ne kadar Kafkas ırkı kategorisi tamamen kaybolmasa da Avrupa ırkları teorileri aracılığıyla daha önce Kafkas olarak gruplandırılan beyaz halklar arasında ırksal hiyerarşiler kurulmuştur.

Baum'a göre Rezitus'un sefalik indeksi icat etmesi ile birlikte ırk bilimi bilimsel gelişmelerle paralel ilerlemiştir. Bu bağlamda Kafkas ırkının "Asyatik dolikosefali" olarak adlandırılması da Baum'un bu konuda haklı beyanda bulunduğunun bir göstergesidir. Rezitus'un çalışması sonrasında Blumenbach'ın Kafkas ırkı tanımı kısmen gölgede kalmıştır. Bir başka önemli husus ise Keane'in, Blumenbach'ın Kafkas ırkı nitelendirmesini gereksiz bulmasıdır. Yazara atfettiği üzere bu kelime geleneksel olmaktan başka bir şey değildir. Yine de Kafkas ırkı teriminin yerini dolduracak bir kelime bu dönemde bulunamamıştır.

Londra'daki 1911 tarihli Evrensel Irklar Kongresi'nde katılımcılar her ne kadar ırkın bilimsel geçerliliğini kabul etseler de ırk farklılığının karakter veya zekâ farklılıklarına karşılık geldiğini reddetmişlerdir. Kongreden çıkan en önemli sonuç ise bir ırkın belirli zamandaki durumu onun doğuştan gelen veya kalıtsal kapasitelerine ilişkin bir gösterge sunmadığıdır. Bu bölümün sonucunda "Kafkas" ırkı kategorisi kısmi tutulma içerisinde olmasına karşılık, bilimsel ırkçılık başka kategorilerin altında güçlenmeye devam ediyor demek doğru olacaktır.

Beşinci bölümde, kabaca 1935-1952 arasında Kafkas ırkı kategorisinin yeniden gün yüzüne çıkmasını sağlayan sosyal ve siyasal güçler ele alınmaktadır. Küresel jeopolitikteki önemli değişimlerle birlikte Nazizm ortaya çıkmış ve bu olay sonucunda Avrupalı ve Kuzey Amerikalı antropologlar yaygın ırk fikirlerini ve ırksal sınıflandırmalarını revize etmeye teşvik edilmiştir. Bu yeni ırksal yürütme, 1950 ve 1951'de UNESCO bildirgesi ile sonuçlanmıştır.

Baum'a göre Kafkas ırkı kategorisi 1848-1935 yılları arasında Avrupa'da Avrupa ırkları kategorisinin gölgesi altında kalmıştır. Fakat 1920-1930 arasında ise Kafkas ırkı kategorisi "renk çizgisinin" ırk bilimsel bir yorumuyla birlikte beyaz, sarı ve siyah ırklar şeklinde adlandırılan ırkların yeniden vurgulanmasıyla geri dönüş yapmaya başlamıştır. Bu dönemde bilimsel ırkçılık kafatasına değil, saç dokusu ve burun indeksine yönelmiştir.

1930'lara gelindiğinde, bilim insanları 3 ana soy ya da 3 ırk görüşünü onaylamışlardır. Bu zaman içerisinde Huxley ve Haddon da ırk terimi yerine "etnik grup" terimini daha uygun bulmuşlar, ırk teriminin ise tipik Zenci, Moğol ve beyaz derili teriminin karşılığı olan Kafkas kelimesini kullanmışlardır. Nitekim ırkların belirgin coğrafi ırklar açısından değeri olduğunu belirtmişlerdir.

1951 yılında U klerin içsel bir önemi görülmemiştir. İkincisi ise ırk içi çeşitlilik ırklar arası çeşitlilikten daha belirgin olmuştur.

Çalışmadan anlaşılacağı üzere, Ana akım ırk bilimi kendisini ırkçı siyasetten uzak tutmaya çalışsa da, ırk biliminin artık siyasetten bağımsız ilerlediği sonucuna varmak yanlış bir önerme olacaktır.

Yedinci bölümde, bilhassa Çeçenya-Rusya Savaşları esnasında Rusların "kara derili" Çeçen ve başka Kafkas halklarını ırksallaştırmasını anlamak adına Kafkasya bölgesinde Rus yayılması tarihi özet olarak ele alınmıştır. Baum Çeçenlerin mücadelesi, Kafkasya bölgesinin halkları ve Kafkas ırkı kategorisinin tarihi arasında tarihsel olarak rastlantısal ve paradoksal olan ilişkiyi gözler önüne sermektedir. Bu bağlamda Baum ırk ve millet söylemlerinin hiçbir zaman çok ayrı olmadıklarını belirtmektedir.

Her ne kadar Kafkas ırkı ile alakalı Avrupa'da birçok çalışma yapılmışsa da, Rusya'daki ırk söylemi farklı bir şekilde ilerlemiştir. Son yıllarda Ruslar, (özellikle de Çeçenya-Rusya Savaşları sonrasında) Kafkasya halklarından "siyah" olarak bahsetmeye başlamışlardır. Bu durum sonucunda tipik bir ırk inşası veya ırksallaştırma modeli gözümüze çarpmaktadır. Çalışma bu bölümde "bir zamanlar örnek beyazlar olarak gösterilen insanlar nasıl siyah olarak tanımlanıyor?" sorusuna cevap aramaktadır.

Rusya'nın ırk bilimi tarihine bakıldığında 1930-1950 yılları arasında Victor Bunak ve diğer Sovyet antropologların Gürcistan'da ve Kuzey Kafkasya'da ayrı bir Kafkas ırkı söyleminde bulunduğu görülmüştür. **"**Siyah" ifadesinin kullanımı derin bir ırksal farklılık olduğunun öne sürülmesini sağlamıştır. Bu ifade Rusların Kafkas halklarının esmerlik imgesini besleyen birikmiş Kafkasya karşıtı ön yargıları ve bu imgenin belirgin bir şekilde ırksal ötekileştirme veya ırksallaştırma sürecinde kullanıma sokmak için kullanılmıştır. Irkçı fikirleri savunan bazı Ruslar, ırksal siyahlığın eski ve yaygın estetik ve ahlaki çağrışımlarını benimseyerek bunları Kafkasyalılara yansıtmışlardır.

1970'lere kadar olan dönemde Sovyet ırk bilimcileri Kafkas halklarını Slav Ruslardan farklı görmüşlerdir. Rusların aşağılayıcı olarak "siyah" kelimesini kullanmaları Sovyet ırk bilimi çalışmalarını da etkilemiştir. Bu bağlamda Kafkasya'da yaşanan savaşlar ırklar arasında olmasa da Rusya bölgeyi ırklar arasındaki bir savaş olarak görmektedir. Baum bu bölümde Rus etno-ırksal düşünce tutarsızlığının sonsuza kadar sürmeyeceğinden bahsetmiştir.

Sonuç bölümünde ise, Baum Kafkas ırkı fikrinin ırk bilimi tarihinde önemli bir yere sahip olmasına rağmen Kafkas ırkının olmadığından bahsetmektedir. Yine de görüleceği üzere Kafkas ırkı kavramı politik ve siyasi açıdan oldukça önemlidir ve tarihi süreçlere bakıldığında bu fikrin derin etkilere neden olduğu görülmektedir.

Kitaptan anlaşılacağı üzere, Kafkas ırkı kategorisinin tarihi ırk kavramının ve ırk kategorilerinin her zaman sosyal sömürü, dışlama ve baskı uygulamalarına içkin olmuştur ve bunların ilki olarak sayılmaktadır. İnsan ırklarından bahsederken tür içinde temel biyolojik bölünmeler aslında olmadığı anlaşılmıştır. Biyolojik anlamda beyaz ırk ya da siyah ırk diye bir şey aslında yoktur. Fakat ırksallaştırılmış bir beyaz grup göze çarpmaktadır. Dahası, sosyal adalet amaçları için bu kollektifliğin sosyal ve siyasi olarak inşası, seferber edilmesi ve sürdürülme şekliyle yüzleşmek büyük önem taşımaktadır. Modern zamanlarda çeşitli Avrupa halkları zaman zaman ortak Kafkas ırkı fikriyle bir araya gelebilmişlerdir. Baum'un varmak istediği sonuç, ırk kavramıyla ilgili olarak bazen dışlayıcılık bazen ise yarı ırksalcılık olarak adlandırılan şeyin bir biçimidir.

Nihayetinde ırk ayrışmalarının biyolojik bir gerçekliği yoktur, fakat yine de böyle inançlar üzerine inşa edilen ırk ve sosyal uygulamalar gerçeği ile ilgili ön yargılar ile birlikte önemli sosyal ve siyasi etkilere sebep olmuşlardır. Bu durumda ırksallaştırılmış kimliklerden bahsetmek, gerçek insan ırklarıyla karşılaşmadığımızı fakat toplumsal ve politik ırksallaştırma süreçlerinin etkileriyle yüzleştiğimizi gösterir. Buna ek olarak ortaya çıkan sonuç, Kafkas ırkı kategorisinin tarihinin incelenmesinden ortaya çıkan sonuç ırkın başka şeylerin yanı sıra bir iktidar biçimi olduğudur. Bu çalışmada Baum "ırk ayrışmalarının" da aslında iktidar tarafından sübjektif ve yapay şekilde oluşturulduğunu ve "Kafkas ırkının üstünlüğünün" Avrupalıların dünya sistemi üzerindeki hegemonyasından dolayı söylemler üzerinde kurulmuş bir kavram olduğunu vurgulamaktadır. Böylece Baum ırk ile ilgili geleneksel söylemleri eleştirmiş ve etnisite milliyetçilik çalışmalarına önemli katkı sağlamıştır.

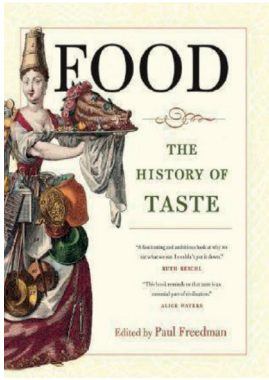
Istanbul Gelisim Univ J Soc Sci 2025:12(1);435-438

BOOK REVIEW / KİTAP İNCELEMESİ

Copyright@Author(s) - Available online at dergipark.org.tr/en/pub/igusbd.Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Food: The History of Taste by Paul Freedman

Hazırlayan:
Ceyhun UÇUK



Author: Paul Freedman,

(FOOD: The History of Taste)

Berkeley: University of California Press 2007, 368 s.

ISBN: 9780520254763

Abstract

Paul Freedman, in his book Food: A History of Taste, explores the social, aesthetic, and historical dimensions of food. He examines cultural diversity, showing that individuals are shaped not just by their biological traits but also by their cultural and linguistic backgrounds. Spanning from hunter-gatherer societies to modern-day food culture, the book delves into how social status, rituals, and cultural changes have influenced what people eat. Ten chapters, each written by different authors based on thorough research, offer diverse perspectives. This review is based on the Turkish edition of the book. Freedman's interdisciplinary approach, incorporating education, science, and technology, has led to the creation of many innovative ideas.

Keywords

Taste history, Food History, Paul Freedman, Gastronomy History

Gastronomy and Culinary Arts, University of Gaziantep, Gaziantep, Türkiye.
✉ ceyhunucuk@gmail.com

Asst. Prof. Dr. PhD., Tekirdag Namik Kemal University, Sarkoy Vocational School, Tekirdağ, Türkiye.
✉ ceyhunucuk@gmail.com

Asst. Prof. Dr. PhD., Istanbul Gelisim University, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Istanbul, Turkiye.
✉ ceucuk@gelisim.edu.tr

Ceyhun Uçuk, "Kitap İncelemesi – 2: Food: The History of Taste by Paul Freedman", Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences, 12 (1), April 2025, pp. 435-438.

Paul Freedman is a history professor at Yale University who is particularly well-known for his research on medieval Europe. Freedman, who studies the linkages between history and gastronomy, is also known for his research on social hierarchy, religion, and agrarian communities. In 2007, one of the most important books Freedman published was Food: A History of Taste. This book examining how taste has evolved through different periods and cultures. Yemek, Damak Tadının Tarihi is the Turkish version, published by Oğlak Yayınları in 2008, which this review focuses on. The main objective of Food: A History of Taste is to trace the historical evolution of cuisine, examining both the sensory qualities of food and its social, artistic, and cultural significance. The book aims to demonstrate that attitudes toward food preparation, consumption, and presentation provide insights into social identities across different historical periods and cultures. Food: A History of Taste emphasizes that food is not just about taste but reflects human identity, culture, and communication between societies. Freedman combines insights from disciplines like history, sociology, anthropology, archaeology, classics, economics, and medical texts to present an encyclopedic view of how meals have been deeply connected to social structures throughout history.

The chapters of the book present coherent assessments of culinary cultures across essential historical periods. Each chapter focuses on a specific era or region, illustrating how food held cultural and social significance within that society. The section on Alan K. Outram's work examines prehistoric food production, consumption, and social organization, shedding light on how early humans obtained and consumed food, as revealed by archaeological evidence such as cut marks on animal bones and stone tools. Outram explores the hunter-gatherer lifestyle and its impact on social structure. In this section, food is shown to have played a role not only in survival but also in establishing social hierarchies in early communities. This narrative suggests that food culture has always been a social foundation, extending beyond its role as mere sustenance.

HUNTER-GATHERERS AND THE FIRST FARMERS: The Evolution of Taste in Prehistory

In this section, Outram explores how environmental constraints and the evolution of kitchen tools influenced the dietary habits of prehistoric humans, focusing on how these factors shaped their food choices. Archaeological evidence, such as bone remains and tools, provides key insights. Outram highlights the transition from hunting to agriculture, showing how early humans developed distinct diets driven by both cultural preferences and practical needs. New isotope analysis methods offer detailed revelations about historical diets, demonstrating that taste is not purely a biological phenomenon but also significantly shaped by cultural contexts.

THE GOOD THINGS THAT LAY AT HAND: Tastes of Ancient Greece and Rome

In this chapter, Grimm discusses the deep connections between ancient Greek and Roman culinary traditions and their social and religious customs. While food was essential for sustenance, it also played a vital role in rituals and hospitality. The lavish feasts of Homer's heroes, with tables overflowing with meats and drinks, symbolize social hierarchies and communal bonds. In this era, food was not merely a necessity but a cornerstone of social interaction and community life.

THE QUEST FOR PERFECT BALANCE: Taste and Gastronomy in Imperial China

Waley-Cohen describes food preparation, serving, and consumption as having monumental significance, integral to all aspects of life, especially within Chinese culture, which is known for its deep appreciation of food. Early texts suggest that food preparation is a marker of civilization and closely linked to governance. Influential figures such as Yi Yin drew parallels between philosophical concepts and culinary practices, asserting that effective governance is akin to good cuisine, requiring balance, attention, and skill.

THE PLEASURES OF CONSUMPTION: The Birth of Medieval Islamic Cuisine

Miller explains that the concepts of halal and haram as outlined in the Quran and Hadith form the basis of Islamic cuisine. Early Islamic food mirrored the Prophet's simple, rural eating habits, but as Islam expanded and interacted with Greek, Egyptian, and Persian cultures, the cuisine became more refined. Halal meats, grains, and dairy products formed the foundation of this culinary tradition.

FEASTING AND FASTING: Food and Taste in Europe in the Middle Age

Woolgar explains that in medieval Europe, social status and religious rituals were closely linked to food culture. While aristocratic tables were filled with lavish meals and extravagant foods, the lower classes often struggled to find sufficient sustenance. Insights into the dietary habits of the upper classes, especially during the 1200–1500 period, are revealed through historical records and archaeological findings.

NEW WORLDS, NEW TASTES: Food Fashions after the Renaissance

Cowan argues that geographical discoveries profoundly transformed European food culture. The introduction of new foods and spices significantly altered European eating habits. These new flavors were swiftly adopted by the aristocracy, enhancing culinary culture, and their spread was supported by humanist ideals and growing trade networks.

THE BIRTH OF THE MODERN CONSUMER AGE: Food Innovations from 1800

Teuteberg examines how technological advancements in the 19th and 20th centuries impacted culinary culture. Industrialization and urbanization brought significant changes to food culture, with new technologies and food production methods shaping daily eating habits. In the modern consumer era, both food production and consumption processes have seen substantial improvements.

CHEFS, GOURMETS AND GOURMANDS: French Cuisine in the 19th and 20th Centuries

Drouard explains that, beginning in the 19th century, French cuisine evolved as a system of interactions between chefs, gourmets, and customers. Notable figures such as Carême and Brillat-Savarin made significant contributions to gastronomy, laying the foundation for modern French cuisine. During this period, gastronomy became closely tied to social status.

DINING OUT: The Development of the Restaurant

Shore explains that restaurant culture originated in Paris in the mid-18th century and gradually evolved into the modern concept of restaurants over a span of 250 years. Initially serving only the wealthy, restaurants began to cater to a broader clientele over time. The rise of restaurants played a key role in shaping culinary culture and had a profound impact on social life.

NOVELTY AND TRADITION: The New Landscape for Gastronomy

Scholliers points out that social and cultural changes in the late 20th century were tied to shifts in culinary practices and taste. After 1945, food innovations and choices became a way for individuals to express their social and cultural identities. Changing consumer preferences reflected broader societal shifts, as new cuisines and tastes were embraced. Freedman's work demonstrates how social transformations, technological advancements, and global exchanges have shaped how people perceive food and taste. It shows that food is more than just a biological necessity, serving as a marker of social status, cultural identity, and aesthetic experience. The book explores the evolution of food production methods, their influence on cuisine, and the increasing globalization of food, especially since the industrial revolution and modern technology. One striking aspect is how food has become a cultural symbol in contemporary societies. The final chapters offer insightful analysis of modern challenges related to food, globalization, and its perception as a status symbol. Freedman's analysis deepens our understanding of how food shapes identities, social standing, and cultural connections.

Declaration of Interest Statement

The author declare that they have no known competing financial interests or personal relationships that could have appeared to influence the work reported in this paper.

The author is an Editorial Board Member/Editor-in-Chief/Associate Editor/Guest Editor for [Global Food History] and was not involved in the editorial review or the decision to publish this article.

References

FREEDMAN, P. (2008). Yemek damak tadının tarihi. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.

FREEDMAN, P. (2007). Food: the history of taste. University of California Press.

Summary

Paul Freedman, a professor of medieval history at Yale University, is known for his research on the intersection of gastronomy and history. His 2007 book, Food: A History of Taste (translated into Turkish in 2008 as Yemek, Damak Tadının Kitabı), examines how our sense of taste has evolved through human history, exploring how food has served as more than just sustenance, but as a symbol of social identity, culture, class, and communication between societies.

The primary purpose of Food: A History of Taste is to follow the evolution of food, looking at not just its sensory qualities but also its sociological, artistic, and cultural significance. Freedman draws from history, sociology, anthropology, archaeology, and economics to analyze how meals have been intertwined with social structures throughout history. Each chapter is dedicated to a specific period or region, offering a holistic explanation of culinary traditions and their societal and cultural impact.

For example, in the chapter on prehistoric food practices, Alan K. Outram explores the shift from hunter-gatherer lifestyles to agriculture, showing how early humans' food choices were influenced by environmental constraints and cultural preferences. Similarly, the chapter on ancient Greece and Rome illustrates how food was integral to social and religious rituals, with feasting playing a significant role in symbolizing status and social bonds.

The book also covers key periods like Ming China, medieval Islamic cuisine, and medieval European food cultures. Christopher Woolgar, for instance, discusses how medieval European cuisine linked food to social status and religious practices, showing how eating became tied to identity.

As the book moves into modern history, it examines how the age of exploration introduced new tastes and foodstuffs to Europe, and how industrialization and technological advancements transformed food production and consumption, leading to a globalized food culture. Freedman also explores the development of French haute cuisine and the restaurant industry, highlighting how these changes reflected shifts in social norms and economic conditions.

The final chapters address contemporary issues like globalization, food as a cultural symbol, and modern consumption challenges. Overall, Food: A History of Taste argues that food is not just a biological necessity but a symbol of social status, cultural identity, and aesthetic expression, capturing the broader transformations in society over time.

Conflicts of Interest

The author declares that they have no known competing financial interests.