

İGÜ Sosyal Bilimler Dergisi

IGU Journal of Social Sciences

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

*ISTANBUL GELİSİM UNIVERSITY
JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES*

Cilt/Volume: 3

Sayı/Issue: 2

Ekim/October 2016

© İstanbul Gelişim Üniversitesi Yayınları
© *Istanbul Gelisim University Press*
Sertifika No / *Certificate Number*: 23696
Her hakkı saklıdır. *All rights reserved.*

Baskı ve cilt:
Printing and binding:

Servet İşler
Sertifika No. 29956
Tel: +90 212 5939467
E-posta: islercopy@hotmail.com

İGÜ Sosyal Bilimler Dergisi Özetlenme, Harmanlanma ve İndekslenme Bilgileri:
IGU Journal of Social Sciences is Abstracted, Harvested and Indexed in:





İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
Uluslararası Hakemli Dergi
Cilt 3 • Sayı 2 • ISSN: 2148-4287 & e-ISSN: 2148-7189

İstanbul Gelişim Üniversitesi Adına sahibi
Prof. Dr. Burhan AYKAÇ

EDİTÖR

Doç. Dr. Ragıp Kutay KARACA

EDİTÖR YARDIMCISI

Yrd. Doç. Dr. Fatma Zeynep ÖZKURT

YAYIN KURULU

Prof. Dr. Esra HATİPOĞLU
Prof. Dr. Fevzi Rifat ORTAÇ
Prof. Dr. Barış ÖZDAL
Prof. Dr. Ahmet Ertan TEZCAN
Prof. Dr. Nimet Hülya TIRMANDIOĞLU TALU
Yrd. Doç. Dr. Sinem TUNA

YAZI KURULU

Uzman Ahmet Şenol ARMAĞAN
Ar. Gör. Akın Emre PİLGİR

Tasarım

Tarık Kaan YAĞAN, Ümit ÇEVİK

YAZIŞMA VE HABERLEŞME ADRESİ

İstanbul Gelişim Üniversitesi - Cihangir Mah.
Şehit Jandarma Komando Er Hakan Öner Sok. No: 1 34310

Avcılar / İstanbul / TÜRKİYE

Tel: +90 212 4227000 Dahili: 513-514

Belgeç: +90 212 4227401

E-posta: igusbd@gelisim.edu.tr

Ağ sayfası: <http://dergi.gelisim.edu.tr>

Twitter: [@IGUSBD](https://twitter.com/IGUSBD)

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.



ISTANBUL GELİŞİM UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES
International Peer-Reviewed Journal
Volume 3 • Issue 2 • ISSN: 2148-4287 & e-ISSN: 2148-7189

Owner on behalf of Istanbul Gelisim University

Prof. Dr. Burhan AYKAÇ

EDITOR

Assoc. Prof. Dr. Ragıp Kutay KARACA

ASSISTANT EDITOR

Asst. Prof. Dr. Fatma Zeynep ÖZKURT

EDITORIAL BOARD

Prof. Dr. Esra HATİPOĞLU

Prof. Dr. Fevzi Rifat ORTAÇ

Prof. Dr. Barış ÖZDAL

Prof. Dr. Ahmet Ertan TEZCAN

Prof. Dr. Nimet Hülya TIRMANDIOĞLU TALU

Asst. Prof. Dr. Sinem TUNA

PUBLICATION BOARD

Specialist Ahmet Şenol ARMAĞAN

Res. Asst. Akın Emre PİLGİR

Design

Tank Kaan YAĞAN, Ümit ÇEVİK

CORRESPONDENCE AND COMMUNICATION

Istanbul Gelisim University - Cihangir Mah.

Sehit Jandarma Komando Er Hakan Oner Sok. No: 1 34310

Avcilar / Istanbul / TURKEY

Phone: +90 212 4227000 Ext. 513-514

Fax: +90 212 4227401

E-mail: igusbd@gelisim.edu.tr

Web site: <http://dergi.gelisim.edu.tr>

Twitter: [@IGUSBD](https://twitter.com/IGUSBD)

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.

DANIŞMA KURULU

Prof. Dr. Ahmet AKSOY (Gazi Üni.)
Prof. Dr. Nuray ALTUĞ (Marmara Üni.)
Prof. Dr. Muhammed Ali AZERCHAB (Tahran Uni.-İran)
Prof. Dr. Ömür Şakir BABAOĞLU (Brüksel Başkent Üni.-Belçika)
Prof. Dr. Nedim BAHÇEKAPILI (Avrupa İslam Üni.-Hollanda)
Prof. Dr. Ahmet BEŞKAYA (Bülent Ecevit Üni.)
Prof. Dr. Mesut Hakkı CAŞIN (Yeditepe Üni.)
Prof. Dr. Hamza ÇEŞTEPE (Bülent Ecevit Üni.)
Prof. Dr. Altan ÇETİN (Gazi Üni.)
Prof. Dr. Şenol DURGUN (Gazi Üni.)
Prof. Dr. Ertan EĞRİBEL (İstanbul Üni.)
Dr. Giovanni ERCOLANI (Muncia Uni.-İspanya)
Prof. Dr. Tevfik ERDEM (Gazi Üni.)
Prof. Dr. Seyfettin ERDOĞAN (İstanbul Medeniyet Üni.)
Prof. Dr. Neşe Hatice ERİM (Medeniyet Üni.)
Prof. Dr. Fawaz GERGES (London School of Economics-İngiltere)
Prof. Dr. Sabahattin GÜLLÜLÜ (Maltepe Üni.)
Dr. Syed HASANAT (Jilin University-Çin Halk Cumhuriyeti)
Prof. Dr. Naim KAPUCU (University of Central Florida-ABD)
Prof. Dr. Neşe KARS TAYANÇ (İstanbul Üni.)
Prof. Dr. Hikmet KAVRUK (Gazi Üni.)
Prof. Dr. Ronald C. KEITH (Griffith Üni.-Avustralya)
Prof. Dr. Ulvi KESER (Uluslararası Kıbrıs Üni.-K.K.T.C.)
Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN (Trakya Üni.)
Prof. Dr. Wang LI (Jilin Üni.-Çin Halk Cumhuriyeti)
Prof. Dr. Nurcan METİN (Trakya Üni.)
Prof. Dr. Masanori NAITO (Doshisha Uni.-Japonya)
Prof. Dr. Tlemcani Ben OUCEF (Cezayir Üni.-Cezayir)
Prof. Dr. Nail ÖZTAŞ (Gazi Üni.)
Dr. Ash Narain ROY (Yeni Delhi Sosyal Bilimler Enst.-Hindistan)
Prof. Dr. Torsten J. SELCK (Almanya)
Prof. Dr. Udo STEINBACH (Philipps Üni.-Almanya)
Prof. Dr. Sadi UZUNOĞLU (Trakya Üni.)
Prof. Dr. Hayri ÜLGEN (İstanbul Üni.)
Prof. Dr. Mithat ÜNER (Gazi Üni.)
Prof. Dr. Hasan VERGİL (Bülent Ecevit Üni.)
Prof. Brantly WOMACK (Virginia Üni.-ABD)
Prof. Dr. Binnur YEŞİLYAPRAK (Ankara Üni.)
Prof. Dr. Ahmet YILMAZ (Marmara Üni.)
Prof. Dr. Gülay YILMAZ (Marmara Üni.)

BU SAYININ HAKEMLERİ

Prof. Dr. Cengiz ANIK
Prof. Dr. Şenol DURGUN
Prof. Dr. Nadir EROĞLU
Prof. Dr. Wang LI
Prof. Dr. Fevzi Rifat ORTAÇ
Prof. Dr. Muharrem ÖZDEMİR
Prof. Dr. Nimet Hülya TIRMANDIOĞLU TALU
Prof. Dr. Wang WEI
Doç. Dr. Duran BÜLBÜL
Doç. Dr. Şükran Güzin ILICAK AYDINALP
Yrd. Doç. Dr. Yavuz ÇİLLİLER
Yrd. Doç. Dr. Ebru NERGİZ
Yrd. Doç. Dr. Levent POLAT
Yrd. Doç. Dr. Sinem TUNA
Dr. Atalay BAHAR

ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Ahmet AKSOY (Gazi Uni.)
Prof. Dr. Nuray ALTUĞ (Marmara Uni.)
Prof. Dr. Muhammed Ali AZERCHAB (Tehran Uni.-İran)
Prof. Dr. Ömür Şakir BABAOĞLU (Brussels Capital Uni.-Belgium)
Prof. Dr. Nedim BAHÇEKAPILI (Islamic Uni. of Europe-Netherlands)
Prof. Dr. Ahmet BEŞKAYA (Bülent Ecevit Uni.)
Prof. Dr. Mesut Hakkı CAŞIN (Yeditepe Uni.)
Prof. Dr. Hamza ÇEŞTEPE (Bülent Ecevit Uni.)
Prof. Dr. Altan ÇETİN (Gazi Uni.)
Prof. Dr. Şenol DURGUN (Gazi Uni.)
Prof. Dr. Ertan EĞRİBEL (İstanbul Uni.)
Dr. Giovanni ERCOLANI (Muncia Uni.-Spain)
Prof. Dr. Tevfik ERDEM (Gazi Uni.)
Prof. Dr. Seyfettin ERDOĞAN (İstanbul Medeniyet Uni.)
Prof. Dr. Neşe Hatice ERİM (Medeniyet Uni.)
Prof. Dr. Fawaz GERGES (London School of Economics-UK)
Prof. Dr. Sabahattin GÜLLÜLÜ (Maltepe Üni)
Dr. Syed HASANAT (Jilin University-China)
Prof. Dr. Naim KAPUCU (University of Central Florida-USA)
Prof. Dr. Neşe KARS TAYANÇ (İstanbul Uni.)
Prof. Dr. Hikmet KAVRUK (Gazi Uni.)
Prof. Dr. Ronald C. KEITH (Griffith Uni.-Australia)
Prof. Dr. Ulvi KESER (Cyprus International Uni.-T.R.N.C..)
Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN (Trakya Uni.)
Prof. Dr. Wang LI (Jilin Uni.-China)
Prof. Dr. Nurcan METİN (Trakya Uni.)
Prof. Dr. Masanori NAITO (Doshisha Uni.-Japan)
Prof. Dr. Tlemcani Ben OUCEF (University of Algiers-Algeria)
Prof. Dr. Nail ÖZTAŞ (Gazi Uni.)
Dr. Ash Narain ROY (Social Science Institute of New Delhi.-India)
Prof. Dr. Torsten J. SELCK (Germany)
Prof. Dr. Udo STEINBACH (Philipps Uni.-Germany)
Prof. Dr. Sadi UZUNOĞLU (Trakya Uni.)
Prof. Dr. Hayri ÜLGEN (İstanbul Uni.)
Prof. Dr. Mithat ÜNER (Gazi Uni.)
Prof. Dr. Hasan VERGİL (Bülent Ecevit Uni.)
Prof. Brantly WOMACK (Virginia Uni.-USA)
Prof. Dr. Binnur YEŞİLYAPRAK (Ankara Uni.)
Prof. Dr. Ahmet YILMAZ (Marmara Uni.)
Prof. Dr. Gülay YILMAZ (Marmara Uni.)

REFEREES FOR THIS ISSUE

Prof. Dr. Cengiz ANIK
Prof. Dr. Şenol DURGUN
Prof. Dr. Nadir EROĞLU
Prof. Dr. Wang LI
Prof. Dr. Fevzi Rifat ORTAÇ
Prof. Dr. Muharrem ÖZDEMİR
Prof. Dr. Nimet Hülya TIRMANDIOĞLU TALU
Prof. Dr. Wang WEI
Assoc. Prof. Dr. Duran BÜLBÜL
Assoc. Prof. Dr. Şükran Güzin ILICAK AYDINALP
Asst. Prof. Dr. Yavuz ÇİLLİLER
Asst. Prof. Dr. Ebru NERGİZ
Asst. Prof. Dr. Levent POLAT
Asst. Prof. Dr. Sinem TUNA
Dr. Atalay BAHAR

Editörden

Dergimizin değerli okuyucuları,

Dergimizin altıncı sayısında sizlerle birlikte olmanın heyecanını yaşıyoruz. Yayın hayatında üç yılı geride bıraktık. Bu süreçte dergimiz sürekli ve belirlediği zamanda çıkmayı başarmıştır. Zamana riayetinin yanında akademik dergiden beklenen bilimsel yaklaşım ve duruşu da sergilediğimizi düşünüyorum. İlkeli duruşumuzun ve zamana riayetimizin etkisi, dergimize olan ilginin giderek yoğunlaşmasından anlaşılmaktadır. Bu açıdan baktığımızda akademik bir derginin çıkarılma zorluğunu aşmış gözüküyoruz. Dergimizin, bilimsel ölçütleri ve akademik dergiciliğinin değişmez kurallarını sıkı bir şekilde uygulaması, önemli akademik veri tabanlarının dikkatini çekmiştir. Bu ilgi, dergimizi birçok önemli akademik veri tabanının taramasını sağlamıştır.

Dergimizin kısa sürede büyük yol alması bizi tatlı bir zorlukla karşı karşıya bırakmaktadır. Dergimize gönderilen makale sayısı her geçen gün artmaktadır. En fazla sekiz makale yayımlayabildiğimiz düşünülduğünde, hakem sürecinden geçmiş olsa bile yer darlığı nedeniyle yayımlayamadığımız birçok makale bulunmaktadır. Söz konusu makaleler derginin sonraki sayılarında yayımlanmak üzere gönderildiği tarihe göre sıraya alınmaktadır.

Değerli “Sosyal Bilimler Dergisi” okuyucuları,

Bu sayımızda ilgiyle okuyacağınız sekiz makale ve iki kitap incelemesi bulunmaktadır. Bu sayıya makale, kitap incelemesi ve tanıtımı gönderen değerli akademisyen ve araştırmacılara, kıymetli vakitlerini makaleleri incelemeye ayıran hakem heyetine, dergi yayın ve danışma kurulu üyelerine, yazı kuruluna ve emeği geçen herkese teşekkür eder, bir sonraki sayıda buluşmak üzere hepinize saygılar sunarım.

Doç. Dr. Ragıp Kutay KARACA

Editor's Note

Dear Readers,

We are excited to be with you again in our sixth issue. We left three years behind in our press life. During this time, our journal successfully continued to be released at its due time. We believe that this journal reflects not only promptitude and preciseness but also a scientific approach and standing. The impact of our loyalty to principles and preciseness shows itself in the increase of our popularity. In this respect, it seems that we have surpassed significant obstacles in our way. Our strict loyalty to academic and scientific rules & principles in academic journalism has drawn attention of important academic databases. That attention gave our journal a widespread audience and presence in databases.

The development that our journal has undergone confronts us with a pleasant challenge. The number of submitted articles increases day by day. Given that we can publish only eight articles, there are lots of unpublished article due to lack of space even though they are approved by our reviewers. These articles are arranged according to their submittal date and they are published in next issues.

Dear "Journal of Social Sciences" readers,

This issue consists of eight articles and two book reviews. I acknowledge all researchers and scholars who submitted their articles and reviews, our reviewers who gave their precious time for this task, members of the editorial board of journal and all contributors. With warmest regards.

Assoc. Prof. Dr. Ragıp Kutay KARACA

İÇİNDEKİLER

Editörden	viii
İçindekiler	x
Hilmi ÜNSAL Doğal Afetlere Yönelik Vergi Politikaları ve Türkiye Uygulamalarının İncelenmesi	1
Çiğdem BAŞFIRINCI Marka İmajının Sosyal Ağ Analizi ile İncelenmesi: Turkcell ve Vodafone Markalarına Yönelik Bir Araştırma	25
Song NIU, Bing FAN AB'deki Orta Doğulu Göçmenlere Genel Bakış: Köken, Mevcut Durum ve Zorluklar (İngilizce)	51
Kadir Caner DOĞAN Postmodern Kamu Yönetimi, Yerel Yönetimler ve Katılım: Yerel Yönetişim Odaklı Bir Yaklaşım	73
Özden TOPRAK, Olgun KÜÇÜK Siyasi Partilerin Sosyal Medya Kullanımı: Başbakan Ahmet Davutoğlu Facebook Resmi Sayfası Örneği	101
Sami ÇÖTELİ İnternette İzlenen Dizi ve Seriyallerin "Araç İletidir" ve "Kullanımlar Doyumları" Bağlamında İncelenmesi	119
Nazlı Gamze SANSAR Değişen Finansal Akımlar: Rasyonalizmden Davranışsal Finans Yaklaşımına	135
Işık AKIN Avrupa Bankalarının Kriz Öncesi ve Kriz Sonrası Kârlılığını Etkileyen Faktörler (İngilizce)	151
Kitap İncelemesi - 1 M. Murat TAŞAR Gerilla Kontrgerilla Savaşı: Temel Strateji ve Teknikler	185
Kitap İncelemesi - 2 Sercan KULE Balkanlar: Ateşin Sineması	193
Yayın İlkeleri ve Yazım Kuralları	197

CONTENTS

Editor's Note	ix
Contents	xi
Hilmi ÜNSAL Tax Policies for the Natural Disasters and Examination of the Application Turkey (in Turkish)	1
Çiğdem BAŞFIRINCI Analysing Brand Image Through Social Network Analysis: A Research on Turkcell and Vodafone Brands (in Turkish)	25
Song NIU, Bing FAN An Overview of the Middle East Immigrants in the EU: Origin, Status Quo and Challenges	51
Kadir Caner DOĞAN Postmodern Public Administration, Local Governments and Participation: An Approach Focused on Local Governance (in Turkish)	73
Özden TOPRAK, Olgun KÜÇÜK Political Parties Social Media Usage: Example of Prime Minister Ahmet Davutoğlu's Official Facebook Page (in Turkish)	101
Sami ÇÖTELİ Researching About TV Series and Serials Watching on the Internet with the Context of "Uses and Grafication" and "Medium is the Message" (in Turkish)	119
Nazlı Gamze SANSAR Changing Financial Flows: From Rationalism to Behavioral Finance Approach (in Turkish)	135
Işık AKIN Factors Influencing the Profitability of EU Banks' Before and During the Financial Crisis	151
Book Review - 1 M. Murat TAŞAR Guerrilla Counter-Guerrilla War: Basic Strategy and Techniques (in Turkish)	185
Book Review - 2 Sercan KULE The Balkans: The Cinema of the Fire (in Turkish)	193
Publication Principles and Guidelines	207

Doğal Afetlere Yönelik Vergi Politikaları ve Türkiye Uygulamalarının İncelenmesi

Hilmi ÜNSAL*

Öz

Yaşanan doğal afetlerin tahribatının giderilmesi ve yeniden inşa faaliyetleri, büyük ölçüde kamu kesimi tarafından gerçekleştirilmektedir. Özellikle depremler gibi olağanüstü durumlarda kamu harcamaları arttığı için kamu finansman ihtiyacı da artmaktadır. Doğal afet dönemlerinde ortaya çıkan kamu finansman ihtiyacı, kamu maliyesinin konusuna girmektedir. Bahse konu finansman ihtiyacının karşılanması için bir taraftan ülke genelinde herkesi etkileyen ek vergiler konulurken, bir taraftan da doğal afetten zarar gören mükelleflerin vergi ödevlerini azaltıcı politikalar uygulanmaktadır. Bu çalışmanın konusu doğal afetlerin finansmanına yönelik vergi politikalarının incelenmesidir. Bu bağlamda konuya ilişkin teorik açıklamalar yapıldıktan sonra Türkiye’de yaşanan Marmara depremi ve Van depreminde uygulanan vergi politikalarına yer verilecektir.

Anahtar Kelimeler: Doğal Afetler, Deprem Vergileri, Olağanüstü Vergiler, Deprem Sigortası, Özel İletişim Vergisi

Tax Policies for the Natural Disasters and Examination of the Application Turkey

Abstract

Removal of devastation of experienced natural disasters and reconstruction activities are carried out largely by the public sector. Especially in emergency situations such as earthquakes public financing needs for increased public spending increases. Public financing needs arising from natural disasters period, enters the subject of public finances. For such financing needs to meet the across the country one side mposing additional taxes affect everyone, from one side to the natural disaster

DOI: <http://dx.doi.org/10.17336/igusb.42070>

* Doç. Dr., Gazi Üniversitesi, İİBF Maliye Bölümü Öğretim Üyesi,
E-posta: unsal.hilmi@gmail.com

mitigation policies of tax payers damaged assignments are implemented. The aim of the study is to examine the tax policy for the financing of natural disasters. In this context after the theoretical explanations on the matter Marmara and Van earthquakes in Turkey will be included on tax policies.

Keywords: Natural Disasters, Earthquake Taxes, Earthquake Insurance, Emergency Taxes, Special Communication Tax

Sayfa/Page | 2

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

Giriş

Olağanüstü durumlarda ortaya çıkan kamu hizmetlerinin sunumu ve finansmanı, teorik olarak hem geleneksel devletin hem de sosyal refah devletinin asli fonksiyonlarının başında gelmektedir. Olağanüstü durumlar içerisinde önemli bir yer tutan doğal afetler yaşanmadan önce veya yaşandıktan sonra kamu kesiminin yapması gereken bazı görevler vardır. Bu görevlerden birisi doğal afetlere yönelik vergi politikalarıdır.

Doğal afetlere yönelik vergi politikaları yaşanan somut bir doğal afetle ilgili olabildiği gibi muhtemel doğal afetlerin etkisini hafifletici biçimde de olabilir. Somut bir doğal afete yönelik vergi politikalarının birinci biçimi finansman ihtiyacının karşılanmasına yönelik olarak ülke genelinde herkesi etkileyen ek vergilerin konulmasıdır. İkinci biçimi ise doğal afetten zarar gören mükelleflerin vergi ödevlerini azaltıcı vergi politikalarıdır.

Bu çalışmanın konusu doğal afetlerin finansmanına yönelik vergi politikalarının incelenmesidir. Bu çerçevede öncelikle doğal afetlere yönelik vergi politikalarına ilişkin açıklamalar yapılacaktır. Ardından yakın geçmişte Türkiye’de yaşanan Marmara depremi ve Van depreminde uygulanan vergi politikalarına yer verilecektir. Çalışma, değerlendirme ve öneriler kısmıyla tamamlanacaktır.

A.MALİYE TEORİSİ PERSPEKTİFİNDEN DOĞAL AFETLER ve VERGİ POLİTİKALARI

Maliye teorisinin ana iştiğal alanı mali olayların analizidir. Mali olaylar kamu harcamaları ve kamu gelirleri temelinde şekillenmektedir. Yaşanan olağanüstü durumların sonucunda kamu harcamaları ve kamu gelirleri hem miktar olarak artarken bileşim itibarıyla değişmektedir. Maliye literatüründe savaş ve sosyal karışıklıklar gibi olağanüstü olayların kamu maliyesine etkisi

sıçrama tezi ile açıklanmaktadır. Sıçrama tezi 1961 yılında A.T. Peacock ve J. Wiseman tarafından yazılan “Birleşik Krallık'ta Kamu Harcamalarının Artışı” adlı eserle ortaya atılmıştır¹. Bu iki yazara göre kamu harcamalarının artışı, savaş gibi olağanüstü nedenlerden kaynaklanmaktadır. Burada her ne kadar açıkça doğal afetlerden bahsedilmese de doğal afetler de bir olağanüstü durumdur. Bu noktadan hareketle olağanüstü durumda uygulanacak vergi politikaları ile sıçrama tezi arasında bağlantı kurulabilir.

Sıçrama tezine göre olağanüstü durumlarda artan kamu harcamalarını finanse etmek için devlet vergileri de artırır. Artan vergiler, sırf olağanüstü duruma olan bakışlarından dolayı seçmenler tarafından da kabul görür². Dolayısıyla yaşanan deprem ve diğer doğal afetlerden dolayı ortaya çıkan mali sorunların çözümünde hükümetler birincil kaynak olarak ek vergilere başvururlar. Başlangıçta yaşanan doğal afetten kaynaklanan tahribatın giderilmesi için ihtiyaç duyulan finansmanı sağlamak amacıyla konulan bu vergiler, genellikle olağanüstü dönem sona erdikten sonra yine uygulanmaya devam edilmektedir. Zira bu vergilere seçmenler alışmıştır ve vergiler önceki seviyesine inmez³. Aslında yaşanan doğal afetlerin finansmanı için siyasi otoritelerin mükelleflerin olağanüstü durumda sahip oldukları psikolojik durumdan da yararlanarak koymuş oldukları vergiler, toplumun vergi yükünün tepkisiz bir şekilde artırılmasına yol açmaktadır.

B.DOĞAL AFETLERİN MALİ ETKİLERİ

1.Doğal Afetin Bütçe Kısıtına Etkisi

Yaşanan doğal afetler, büyüklüğüne ve türüne göre farklı düzeylerde sosyal, ekonomik ve mali etkilere neden olmaktadır. Mali etkiler, devletin bütçe kısıtı üzerinde ortaya çıkan etkilerdir. Bütçe kısıtı devletin veri bir kaynak miktarıyla sunulabilecek maksimum hizmet miktarı ile ilgili bir kavramdır. Bütçe kısıtı hükümetin uygulayacağı politikalar konusundaki hareket alanını kısıtlamaktadır. Zira ortaya çıkan her yeni kamusal ihtiyaç, yeni kaynak gerektirmektedir. Kamusal kaynakların temini ise zordur.

¹ Magnus Henrekson, “The Peacock–Wiseman Hypothesis”, In N. Gemmel, ed., The Growth of the Public Sector, Theories and International Evidence, Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 1993, s. 54.

² Fatih Savaşan, Piyasa Başarısızlığından Devletin Başarısızlığına Kamu Ekonomisi, 5.bs., Dora Yayıncılık, Bursa 2015, s. 46.

³ Savaşan, a.g.e., s. 47.

Yaşanan doğal afetler, bütçeden yapılan kaynak tahsislerinin yerinin de değiştirmesine yol açmaktadır. Doğal afetler, beslenme, barınma, sağlık, istihdam, tahrip olan fiziki mekânların yeniden inşası gibi olağanüstü ve ani ihtiyaçları ortaya çıkartmaktadır. Yaşanan büyük yıkım dönemlerinde, öncelikli alt yapı yatırımları için ayrılmış kaynaklar, doğal afetten kaynaklanan ani sorunların çözümüne aktarılmaktadır⁴.

Büyük depremler gibi doğal afetlerin yaşandığı zamanlarda, mevcut bütçe kaynakları yeterli olmamaktadır. Böyle zamanlarda parlamento ek bütçe yaparak yeni kaynak arayışlarına girmektedir. Örneğin 1999 yılında Marmara bölgesinde yaşanan depremin gerektirdiği mali kaynaklar, ek bütçe yapılarak finanse edilmiştir.

2.Doğal Afetlerin Vergi Kapasitesine Etkisi

Vergi kapasitesi, hükümetin vergilendirebileceği potansiyel kaynakların toplamıdır. Modern vergileme anlayışında vergilerin gelir, servet ve tüketim üzerinden alındığı düşünülürken, gelir, servet ve tüketimdeki artışın vergi kapasitesini artıracakı söylenebilir. Ters durumda ise vergi kapasitesinin azalması kaçınılmazdır. Yaşanan doğal afetler, bir yandan üretim faktörü ve birikmiş servetin kaybına yol açarken diğer taraftan harcanabilir geliri azalttığı için tüketimin azalmasına yol açarak vergi kapasiteni azaltmaktadır.

Doğal afetin yaşandığı bölgelerde yaşanan en önemli mali sorun, vergi kaynaklarının kaybıdır. Bu kayıp en başta can kaybının neden olduğu iş gücü kaybı ve buradan ortaya çıkan gelir vergisi kaybıdır. İkinci olarak afetin yaşandığı yerlerdeki işyerlerinin yıkılması, ticari ve mesleki faaliyetlerden elde edilen kazancı azalttığı için gelir ve kurumlar vergisi kaybı söz konusu olmaktadır. En önemlisi ise özellikle büyük depremlerim yaşandığı bölgelerdeki ticari hayatta canlılığın azalması sonucu ortaya çıkan KDV ve ÖTV gibi tüketim vergileri kaybıdır.

Öte yandan özellikle birinci derece deprem bölgesi olan yerlerde mevcut olan deprem riski buralarda yapılan yatırımları azaltmaktadır. Yatırımların azalması ise vergi kapasitesinin azalmasına yol açmaktadır. Bu bölgelerden

⁴ J. David Cummins, Olivier Mahul, **Catastrophe Risk Financing in Developing Countries**, Principles For Public Intervention, The Worldbank, 2009, Washington D.C., s.1.

diğer bölgelere doğru yaşanan göç ise iş gücü kaymasından dolayı doğal afet bölgelerindeki mükellef sayılarını azaltmaktadır.

3.Doğal Afetlerin Sigorta Sistemine Etkisi

Doğal afetlerden kaynaklanan kayıpların telafisinde, mali açıdan devletin tek başına yeterli olamaması, sigortacılık sektöründen yararlanmayı zorunlu kılmıştır. Nitekim Dünya Bankası, doğal afetlerden kaynaklanan finansal risklerin azaltılması noktasında piyasa temelli bir sistemi benimsemiş olup bunu kamu-özel sektör ortaklığı benzeri bir yapı olarak desteklemektedir⁵. Türkiye'nin 2000 yılında kurduğu Zorunlu Deprem Sigortası Fonu Dünya Bankası desteğiyle temellenmiş ve geliştirilmiş bir fonlama sistemidir. Bu model, piyasa mekanizması temelli bir yapıdır. Kişi ve kurumlar sahip oldukları konut, taşıt, işyeri gibi mülklerini deprem ve diğer doğal afetlere karşı belli bir bedel karşılığında sigortalatmaktadır. Doğal afetten dolayı kayıplar oluştuğu zaman da bu kayıplar sigorta şirketlerince tazmin edilmektedir.

Yaşanan büyük boyutlu doğal afetlerde afetlerin mali yükü önemli ölçüde sigorta şirketleri üzerine binmektedir⁶. Bu durumda doğal afetlerin finansal risklerinin azaltılmasında sigorta yapanlar ile sigorta yaptırnanlara yönelik uygulanan vergi politikaları önem arz etmektedir. Sektöre yönelik vergi politikaları, sigortacılık sektörünün doğal afetlerden dolayı göreceği zararı hafifletici bir yapıda dizayn edilmelidir. Örneğin sigorta şirketlerinin topladıkları fonlara karşılık, yükledikleri riskle uyumlu bir vergi erteleme müessesesinin hayata geçirilmesi yerinde olabilir.

Öte yandan sigorta şirketlerinin ödemiş oldukları kurumlar vergisinin yüksekliği, dolaylı olarak deprem sigortası primlerinin yükselmesine neden olmaktadır⁷. Sigorta primlerindeki yükselme, doğal afetlere karşı sigorta yaptırma eğilimini azaltacaktır.

⁵ Cummins ve Mahul, a.g.e., s. 3.

⁶ Kay A. Cleary and Judy Pool Boutchee, "Reserving for Catastrophes", <https://www.casact.org/pubs/forum/02fforum/02ff025.pdf>, Erişim, 25.06.2016, s.28.

⁷ Scott Harrington, Greg Niehaus, **On the Tax Costs of Equity Finance: The Strange Case of Catastrophe Insurance**, January, 2000, <http://www.aria.org/rts/proceedings/2000/taxcosts.pdf>, Erişim, 24.06.2016, s. 1.

C.DOĞAL AFETLERE YÖNELİK VERGİ POLİTİKALARI

Doğal afetlere yönelik politikaları; doğal afet yaşanmadan uygulanan vergi politikaları ve doğal afet yaşandıktan sonra uygulanan vergi politikaları biçiminde ikiye ayrılarak incelenebilir.

Sayfa/Page | 6

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

1. Doğal Afet Yaşanmasına Bağlı Olmadan Uygulanan Vergi Politikaları

Doğal afetler yaşanmasına bağlı olmadan uygulanan vergi politikaları, kişileri doğal afete karşı koruma amacı taşıyan sigorta yaptırmaya yönelik teşviklerden oluşmaktadır. Zira sigorta sistemi doğal afetlerin tahribatının yeniden inşası sürecinde özel sektör tarafından finansman sağlayan bir yapıdır. Bu bağlamda gelir ve kurumlar vergisi mükelleflerin yaptırdıkları sigortalar veya ayırdıkları sigorta karşılıklarının belli bir kısmı vergi matrahından indirilebilmektedir. Böylece deprem, sel, yangın ve diğer doğal afetlere karşı özel sigortacılık teşvik edilmiş olmaktadır.

Bu politikalar, sigorta yaptıranlar açısından bir vergi avantajı biçiminde uygulanabilir. Şöyle ki yaptırılan doğal afet sigortaları nedeniyle ödenen primler ve katlanılan diğer giderlerin gelir ve kurumlar vergisi mükellefleri açısından giderleştirilme imkânı sağlanabilir.

Sigorta şirketleri açısından ise öncelikle yaptıkları sigorta miktarına göre ayırdıkları karşılıklar beyanname üzerinden düşülebilmektedir. Böylece bu şirketler için vergi matrahı bir miktar azaltılmış olmaktadır. Ayrıca özellikle doğal afetin yaşandığı dönemlerde sigorta şirketlerinin mali yükünün artması kaçınılmaz olmaktadır. Böyle zamanlarda sigorta şirketleri için vergilerin ertelenmesi finansman açısından kolaylık sağlayabilir.

2. Doğal Afet Yaşandıktan Sonra Uygulanan Vergi Politikaları

Doğal afet yaşandıktan sonra uygulanan vergi politikaları; doğal afetin finansmanı için alınan ek vergiler ve mükelleflerin vergi yük ve ödevlerini hafifletici politikalar şeklinde ikiye ayrılarak incelenebilir.

2.1. Doğal Afetin Finansmanı İçin Alınan Ek Vergiler

Doğal afetlerden kaynaklanan fiziki, ekonomik ve sosyal tahribatın giderilmesi büyük finansman ihtiyacına neden olmaktadır. Söz konusu

finansman ihtiyacı, bağışlar ve borçlanmayla belli ölçülerde karşılanırsa da yeterli olmamaktadır. Bu durumda mecburen ya mevcut veriler artırılmakta ya da vergi vb. mali yükümlülüklerle başvurulmaktadır.

Doğal afet dönemlerinde devletin egemenlik gücünü kullanarak sağlayabileceği en kolay gelir vergilerdir. Zira olağanüstü zamanlarda toplumsal hassasiyetin artması, seçmenlerin siyasi iktidara karşı daha toleranslı davranmalarına neden olmaktadır. Seçmenler vergi yükleri artsa da bu yük artışına ciddi tepkiler vermemektedir.

Olağanüstü vergiler, verginin belirlilik, uygunluk ve ödeme gücü ilkeleriyle çelişebilmektedir. Nitekim 1999 yılında yaşanan depremin finansmanı için alınan ek vergiler, genellik, eşitlik, adalet ve belirlilik ilkeleriyle çelişmiştir⁸. Bu sebeple genellikle sınırlı bir süreyle uygulanmaktadır. Ancak deprem gibi olağanüstü durumda konulan bazı vergilerin sürekli vergi haline dönüştürüldüğü de bir gerçektir.

2.2. Mükelleflerin Vergi Yükünü ve Ödevlerini Hafifletici Politikalar

Doğal afetin yaşandığı bölgelerdeki vergi mükellefleri doğal afetten çeşitli düzeylerde etkilenmektedir. Bu etkilerin hafifletilmesi için mükelleflerin vergi yüklerini hafifletici bazı avantajlar sağlanabildiği gibi vergi ödevlerinde de kolaylıklar sağlanmaktadır.

Mükelleflerin vergi yüklerini hafifletici tedbirler; tahakkuk etmiş bazı vergilerin terkin edilerek tahsilinden vazgeçilmesi, o sene içerisinde alınan bazı vergilerin iade edilmesi biçiminde olabilir. Benzer şekilde vergi yükünü dolaylı olarak hafifletmek için firmaların doğal afetten zarar gören mallarının doğrudan giderleştirilmesi, yüklenilen KDV'lerinin indirimine konu edilmesi ve hızlandırılmış amortisman uygulamaları yapılabilir.

Vergi ödevlerini kolaylaştırıcı tedbirler olarak; vergi ödemelerinde erteleme(tecil) ve mücbir sebep ilanına başvurulmaktadır. Bu iki uygulamadan birincisinde doğal afetten zarar gören mükellefler için bir finansal rahatlama saklanırken ikincisinde şekli ödevlerin yapılması konusunda mükelleflerin yükü hafifletilmektedir.

⁸ Mehmet Yüce, **Vergileme İlkeleri ve Ekonomik Konjonktür Açısından Deprem Vergilerinin Genel Bir Değerlendirilmesi**, <http://www.mevzuatdergisi.com/1999/09a/03.htm>, Mevzuat Dergisi, Yıl:2, Sayı: 21, Eylül 1999, s.1, Erişim, 07.05.2016.

D.TÜRKİYE'DE DOĞAL AFETLERE YÖNELİK VERGİ POLİTİKALARI

Türkiye'de esas itibariyle fiilen yaşanan bir doğal afet nedeniyle, yaşanan doğal afete özgü vergi politikaları uygulandığı gözlemlenmektedir. Ancak vergi mevzuatı incelendiğinde, doğal afetlerin mükellefler üzerinde oluşturabileceği etkileri doğrudan veya dolaylı olarak azaltıcı bazı düzenlemelere yer verildiği gözlemlenmektedir. Bu nedenle öncelikle mevzuatta doğal afetlere yönelik vergisel düzenlemeler kısaca incelenecektir. Ardından yaşanan doğal afetler için uygulanan vergi politikaları incelenecektir.

1.Vergi Mevzuatında Doğal Afetlere Yönelik Vergisel Düzenlemeler

Türkiye'de Vergi Usul Kanunu'nda Gelir Vergisi Kanunu'nda ve Kurumlar Vergisi Kanunu'nda doğal afetlerin mükellefler üzerinde ortaya çıkarttığı etkileri azaltmaya yönelik vergi düzenlemeleri yapılmıştır.

Vergi Usul Kanunu'nda yer alan düzenlemeler;

- Mücbir sebep müessesesi(VUK m.13),
- Terkin müessesesi (VUK m.115),
- Fevkalade amortisman(VUK m.317) müessesesidir.

Mücbir sebep halinde mükellefin ödevlerinde erteleme imkânı sağlanmasının yanında vergi denetimi açısından da bazı avantajlar sağlanmaktadır. Doğal afet nedeniyle mücbir sebep ilan edilen yerlerde mükellefin beyanname verme süreleri uzadığı için tahakkuk süreleri uzamaktadır. Benzer şekilde verginin ödeme süreleri de uzamaktadır.

Terkin müessesesi, yaşanan doğal afetler nedeniyle toplam mal varlığının en az üçte birini kaybeden mükelleflerin tahakkuk eden vergi ve cezaları, doğal afetten kaybettikleri mal varlıkları ile orantılı olarak terkin edilmektedir.

Fevkalade amortisman uygulaması; doğal afet nedeniyle amortisman tabi iktisadi kıymetlerin kaybedilmesi durumunda, bu iktisadi kıymetlerin bir defada amortisman ayrılarak giderleştirilmesini sağlamaktadır. Böylece vergi matrahı, indirilen gider kadar azalmış olacaktır.

Gelir Vergisi Kanunu'nda yer alan düzenlemeler;

— DASK Sigortalarının Kira Gelirinden Düşülmesi; Meskenler için yaptırılan zorunlu deprem sigortaları, elde edilen kira gelirinden düşülebilmektedir.

— Doğal Afetler İçin Yapılan Bağışların Beyannameden Düşülmesi; GVK m.89 gereğince “Başbakanlıkça veya Bakanlar Kurulunca başlatılan yardım kampanyalarına makbuz karşılığı yapılan aynı ve nakdî bağışların tamamı” beyannameden düşülebilmektedir. Bu çerçevede doğal afetler için yapılan bağışlar da beyannameden düşülebilmektedir.

Kurumlar Vergisi Kanunu’nda yer ala düzenlemeler;

— Sigorta Şirketlerinin Ayırdıkları Karşılıklar(KVK m.8); Sigorta şirketlerinin ayırdıkları muallak hasar ve tazminat karşılıkları, kazanılmamış prim karşılıkları ve dengeleme karşılıkları beyannameden düşülebilmektedir.

— Doğal Afetler İçin Yapılan Bağışlar(KVK m.9); Başbakanlıkça veya Bakanlar Kurulunca başlatılan yardım kampanyalarına makbuz karşılığı yapılan aynı ve nakdî bağışların tamamı kurum kazancından indirilebilmektedir. Bu çerçevede doğal afetlerin finansmanı için yapılan bağışlar, beyannameden düşülebilmektedir.

— Ayrıca deprem sigortası yaptıran kurumlar vergisi mükellefleri ödedikleri primleri kurumlar vergisi matrahından düşebilmektedirler.

2.Marmara ve Van Depreminden Sonra Uygulanan Vergi Politikaları

Türkiye’de deprem, sel baskını, fırtına ve yer kayması gibi doğal afetler farklı büyüklüklerde yaşanabilmektedir. Özellikle depremlerin sıklıkla yaşandığı gözlemlenmektedir. Yaşanan depremin neden olduğu sosyal, ekonomik ve çevresel yıkımın büyüklüğüne göre finansman ihtiyacı değişmektedir. Öte yandan yaşanan doğal afetler vergi mükelleflerini de olumsuz etkilemektedir. Bu yüzden doğal afetleri göz önünde bulundurarak vergi politikaların uygulanması kaçınılmaz hale gelmektedir. Türkiye’nin son 20 yılda yaşadığı iki önemli deprem; 1999 yılında yaşanan Marmara depremi ve 2011 yılında yaşanan Van depremidir. Türkiye’de yaşanan Doğal afetler ve vergi politikaları bu iki deprem özelinde incelenecektir.

2.1. Marmara Depreminden Sonra Uygulanan Vergi Politikaları

17 Ağustos depremi Türkiye ekonomisinde neden olduğu sosyal maliyetlerin yanında büyük ekonomik kayıplara yol açmıştır. Ekonomik

darboğazın yaşandığı dönemde ortaya çıkan bu depremin sonucunda, başta milli gelir azalmış, işsizlik artmış ve sermaye stoku azalarak ekonomik refah düşmüştür⁹. Aşağıdaki tablodan bu kayıplar açık bir şekilde gözlemlenmektedir.

Sayfa/Page | 10

Tablo 1: 17 Ağustos Depreminin Türkiye Ekonomisine Maliyetleri Maliyetler (Milyar Dolar)

	DPT	Dünya Bankası	TUSİAD
Doğrudan Maliyetler	10,0	6,6 - 10,6	3,1 - 6,5
— İskân	4,0	3,5 - 5	1,1 - 3
— İşletme	4,5	2,5 - 4,5	1,1 - 2,6
— Altyapı	1,5	0,5 - 1	0,9
Dolaylı Maliyetler	2,8	2 - 2,5	1,8 - 2,6
— Katma Değer Kaybı	2,0	2 - 2,5	1,2 - 2
— Acil Kurtarma Masrafları	0,8	0,6	
Toplam Maliyet	13,0	9 - 13	5 - 9
İkincil Maliyetler			
— Defter Kaybı	2,0	3	
— Mali Zararlar	2	5,9	3,6 - 4,6
— Bölgedeki İş Kaybı			Yüzde 20 - yüzde 50

Kaynak: Türkiye Raporu (OECD)'den naklen "Türkiye'de Doğal Afetler Konulu Ülke Strateji Raporu", Ankara Temmuz 2004, JICA, Japonya Uluslararası İşbirliği Ajansı, TC İçişleri Bakanlığı, s. 26.

Tablo incelendiğinde maliyetlerin yoğun olarak alt yapıda ortaya çıkan kayıplar olduğu anlaşılmaktadır. Alt yapıda ortaya çıkan kayıpların mali sisteme yansımaları, vergi tabanının daralması biçimde ortaya çıkmaktadır. Dolaylı maliyetler içerisinde yer alan katma değer kayıpları ise üretken kapasitenin kaybı anlamına gelmektedir. Doğrudan maliyetler arasında yer alan işletme maliyetleri, kurumlar vergisi mükellefi ve katma değer vergisi

⁹ Faruk Selçuk, Erinç Yeldan, "On The Macroeconomic Impact of the August, 1999 Earthquake in Turkey: A First Assessment", **Economic Research Forum (ERF)**, Working Paper, 2001, s. 488.

mükelleflerinin kaybı anlamına gelmektedir. ikincil maliyetler arasında yer alan iş kayıpları ise %20-%50 arasında oldukça yüksek bir düzeydedir. Bu kayıplar gelir vergisi mükelleflerinin önemli bir kısmının mükellefiyetinin sona erdiğini göstermektedir. Bütün bu kayıplar bir yandan kamu finansman gereksinimi artırarak bir yandan da vergilendirilebilir kaynakları azaltarak bütçe kısıtını zorlaştırmaktadır.

2.1.1. Konulan Ek Vergiler

Depremi neden olduğu kaynak gereksinimini gidermek için başvuru alan ilk yol yapılan olağanüstü bütçe çerçevesinde ek vergilerin konulması olmuştur. Bu bağlamda 26 Kasım 1999 tarihinde Deprem Vergileri Kanunu çıkarılmıştır¹⁰. Bu kanunla deprem vergileri adı altında bazı gelir ve servet unsurları üzerine vergi konulmuştur. Bu vergiler;

- Gelir unsurları üzerine konulan vergiler
- Servet unsurları üzerine konulan vergiler
- Harcama unsurları üzerine konulan vergiler olarak sınıflandırılabilir.

Gelir Unsurları Üzerine Konulan Vergiler: 1998 yılında beyan edilen gelir ve kurumlar vergisi matrahı üzerinden yüzde beş oranında ek gelir ve kurumlar vergisi alınmıştır. Kocaeli, Sakarya, Yalova ve Bolu illerinin merkez ve ilçelerinde gelir ve kurumlar vergisi mükellefiyeti bulunanlar ile depremde yakınlarını kaybedenler vergiden muaf kılınmışlardır.

Servet Unsurları Üzerine Konulan Vergiler: Servet unsuru olarak motorlu taşıtlar ve emlak üzerinden ikinci bir defa vergi alınmıştır. Ek emlak vergisi, 1999 yılı matrahı üzerinden alınırken Ek Motorlu Taşıtlar Vergisi 1999 yılı için tahakkuk ettirilen motorlu taşıtlar vergisi tutarı kadar alınmıştır. Bu iki vergi ile ilgili olarak da depremden zarar görenlere muafiyetler tanınmıştır. Depremde hayatını kaybedenlerin mirasçıları için Veraset Ve İntikal Vergisi istisnası sağlanmıştır.

Harcama ve İşlemler Üzerine Konulan Vergiler: 31.12.2003 tarihine kadar uygulanmak üzere deprem vergisi olarak Özel İletişim Vergisi ve Özel İşlem Vergisi öngörülmüştür.

¹⁰ **Kanun No:** 4481, **Kabul Tarihi:** 26 Kasım 1999, Resmi Gazete ile Neşir ve İlanı: 26 Kasım 1999 - Sayı: 23888 (1. Mükerrer).

Özel İletişim Vergisi, cep telefonu işletmecilerinin sunduğu tesis, devir, nakil ve haberleşme hizmetleri üzerinden %25 oranında alınmıştır. Bu vergi, uygulama süresi bitince geçici vergi olmaktan çıkartılmış ve sürekli vergi haline getirilmiştir. Kapsamı da genişletilmiştir. Verginin kanuni mükellefi bahse konu hizmetleri sunan mükellefler iken fiili yükleniciler bu hizmetlerden yararlananlardır.

Özel İşlem Vergisi, iki ayrı konu üzerinden alınmıştır. Bunlardan birisi eğitime katkı payı alınan işlemler ve kâğıtlar için ödenen eğitime katkı payı tutarı kadar ayrıca özel işlem vergisi alınmıştır. Diğeri ise vadeli mevduat ve vadeli döviz tevdiat hesabı ile özel finans kurumlarınca açılan katılma hesabı sahiplerinden, her vade sonunda, her bir hesap için bankalar ve özel finans kurumlarınca özel işlem vergisi alınmıştır.

2.1.2. Deprem Vergi Tahsilatına Etkisi

1999 depreminin finansmanı için sağlanan vergi hasılatı, ek gelir ve servet vergileri itibariyle aşağıdaki gibidir.

Tablo 2: Marmara Depreminden Sonra Konulan Ek Gelir Ve Servet Vergilerinin Dağılımı

	1999	2000
<i>Toplam Vergi Gelirleri</i>	17.188.408	30.869.214
<i>Toplam Ek Vergileri</i>	93.788	2.006.740
— <i>Ek GV</i>	21.571	96.527
— <i>Ek KV</i>	30.324	119.271
— <i>Ek MTV</i>	41.886	68.514
— <i>Ek Faiz V</i>	5	1.657.227
— <i>Ek Emlak V</i>	2	65.201
<i>Ek Vergileri Toplam Vergi Gelirleri İçindeki Payı</i>	0,5	6,5

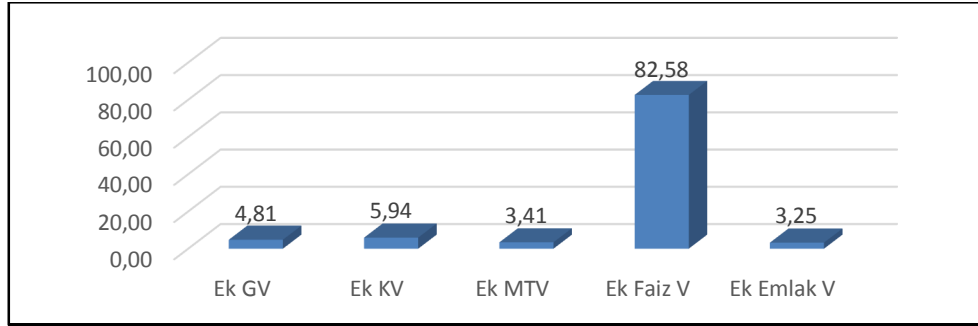
Kaynak: http://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG/Tablo_54.xls.htm

2000 yılı itibariyle konulan ek dolaysız vergilerin vergi gelirleri içindeki payı %6,5 civarında gerçekleşmiştir. Bu orana Tablo 3'te belirtilen 2000 yılı için %3,5'lik harcama vergileri de eklendiğinde deprem vergilerinin toplam vergi gelirlerinin %10'u civarına ulaştığı anlaşılmaktadır. Bu oran, depremin

finansmanında önemli ölçüde vergi gelirlerinden yararlandığını göstermektedir.

Grafik 1, ek vergiler içerisinde faiz üzerinden alınan vergilerin %82,5 gibi oldukça yüksek seviyede olduğunu göstermektedir.

Grafik 1: Marmara Depreminden Sonra Konulan Ek Gelir ve Servet Vergilerinin Dağılımı



Kaynak: http://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG/Tablo_54.xls.htm

Grafikte de görüldüğü gibi gerçek kişilerin elde ettiği faiz gelirlerinden vergi alınarak depremin finansmanında kullanılması verginin sosyal amacına uygun olmuştur. Zira milli gelirin, faiz geliri elde edenlerden depremden zarar görenlere doğru aktarılmasını sağlayarak gelir dağılımının düzenlenmesine katkı sağlamıştır. Deprem dolayısıyla konulan harcama ve işlemler üzerinden alınan vergilerden sağlanan hasıllata ilişkin bilgiler ise aşağıdaki tablodaki gibidir.

Tablo 3: 1999 Depreminden Sonra Konulan Harcama Vergilerinden Sağlanan Hasılat

	1999	2000	2001
Özel İletişim Vergisi	5	618000	592.072
Özel İşlem Vergisi	7.964	400000	320.280
4705 S K G Tahsil Ed. Özel İşlem V.			23.751
Vergi Gelirleri İçindeki Pay	0,04	3,30	1,57

Kaynak: http://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG/Tablo_54.xls.htm

Veriler incelendiğinde 1999 yılında sağlanan hasılatın doğal olarak oldukça düşük olduğu gözlemlenmektedir. Ancak 2000-2001 yıllarında özel iletişim ve özel işlem vergilerinden sağlanan hasılat ise sırayla %3,30 ve %1,5 civarında gerçekleşmiştir.

Sayfa/Page | 14

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

Depremi yaşadığı Marmara bölgesindeki illerde zarar gören bir diğer unsur, vergi kaynaklarında ortaya çıkan kayıptır. Bir önceki yıla göre tahsilattaki değişim, depremin vergi hasılatına etkisini görmek açısından bir karinedir.

Tablo 4: 1999-2000 Yıllarında Deprem Bölgesinde Vergi Tahakkuk ve Tahsilatlarında Ortaya Çıkan Değişim

	1999	2000
	Tahsilat	Tahsilat
Bolu	31.059	16.156
Kocaeli	2.182.343	3.763.332
Sakarya	34.376	41.222
Yalova	16.153	29.942
Düzce	-	9.903

Kaynak: Gelirler Genel Müdürlüğü 1999 ve 2000 Yılı Faaliyet Raporları, <http://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/faaliyetraporlari/1999/istatistikler.pdf> ve <http://www.gib.gov.tr/kurumsal/stratejik-yonetim/faaliyet-raporlari/gelirler-genel-mudurlugunun-2000-yilina-ait-faaliyet>.

Tablo incelendiğinde depremin yaşandığı illerden sadece Bolu ilinde tahsilat düşerken diğer illerde artış söz konusudur. Ancak tahakkuk-tahsilat oranlarına bakıldığında durum değişmektedir. Tablo 5 tahakkuk-tahsilat oranlarını yansıtmaktadır.

Tablo 5: 1999-2000 Yıllarında Deprem Bölgesinde Vergi Tahsilatın Tahakkuka Oranının ve Toplam Vergi Gelirleri İçindeki Payın Gelişimi

	Tahsilatın Tahakkuka Oranı		Tahsil Edilen Toplam Vergi Gelirleri İçindeki Payı	
	1999	2000	1999	2000
<i>Bolu</i>	81.33	60.38	0,21	0,06
<i>Kocaeli</i>	97.35	93,76	14.74	14,19
<i>Sakarya</i>	65.70	54,4	0,23	0,16
<i>Yalova</i>	83,13	74,37	0,11	0,11
<i>Düzce</i>	-	56,85	-	0,04

Kaynak: Gelirler Genel Müdürlüğü 1999 ve 2000 Yılı Faaliyet Raporları, <http://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/faaliyetraporlari/1999/istatistikler.pdf> ve <http://www.gib.gov.tr/kurumsal/stratejik-yonetim/faaliyet-raporlari/gelirler-genel-mudurlugunun-2000-yilina-ait-faaliyet>

Tahsilat-Tahakkuk oranları, tahakkuk eden vergilerin fiilen ne kadarının tahsil edildiğini göstermektedir. Tahakkuk eden verginin hemen hemen tamamının tahsili, vergi idaresinin gayreti ve mükelleflerin ödeme imkânlarına bağlıdır. Depremi yaşadığı illerde 1999'da 2000 yılına geçişte bütün illerde tahakkuk-tahsilat oranları düşmüştür. Bu durum mükelleflerin ödeme imkânlarının zorlaştığının bir göstergesidir. Toplam vergi hasılatı içindeki payı itibarıyla bakıldığında ise Yalova ili hariç diğerlerinde nispi de olsa düşüş yaşanmıştır.

Bütün bu bilgiler birlikte değerlendirildiğinde Marmara bölgesinde yaşanan depremin kümülatif olarak vergi hasılatında önemli büyüklükte azalmaya yol açtığı söylenebilir.

2.2. Van Depreminden Sonra Uygulanan Vergi Politikaları

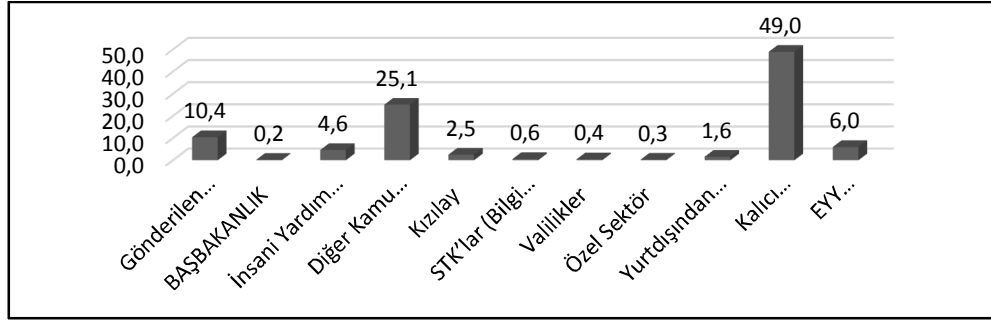
Van ilinde 23 Ekim 2011 tarihinde 7,2 ve 9 Kasım 2011 tarihinde 5,6 büyüklüğünde iki deprem yaşanmıştır. Yaşanan depremin sonucunda toplamda 644 can kaybı yaşanmış ve 147.622'si konut, 18.735'i işyeri ve 20.279'u ahır olmak üzere toplamda 186.636 yapı hasar görmüştür¹¹. 2011'den 2012'ye geçişte işgücüne katılım oranı %2,3 düşerken işsizlik oranı

¹¹ **Müdahale İyileştirme ve Sosyoekonomik Açından Van Depremi**, TC Başbakanlık Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı, Ankara 2014, s. 21-23.

%15,2'ye düşmüştür¹². Yaşanan yıkımın sonucunda göç yaşamış ve il nüfusunda bir miktar azalma söz konusu olmuştur.

Yaşanan depremin yaralarının sarılması için merkezi bütçe başta olmak üzere çeşitli kamu kurumlarından, sivil toplum kuruluşlarından ve yurt dışından mali kaynaklar sağlanmıştır. Aşağıdaki grafikten bu kaynaklar görülebilmektedir.

Grafik 2: Van Depremi Sonrasında Aktarılan Mali Kaynakların Dağılımı



Kaynak: <https://www.afad.gov.tr/tr/2388/Odenekler-Harcamalar-Kampanyalar>

Grafik incelendiğinde deprem bölgesine gönderilen mali kaynakların %49'unun konut yapımı için TOKİ tarafından sağlandığı gözlemlenmektedir. Aynı bir kalem olarak dikkat çeken diğer ödenek ise acil yardım ödeneğidir. Genel olarak grafiğe bakıldığında sağlanan kaynakların hemen hemen %90'ının kamu kesimince transfer edildiği anlaşılmaktadır.

Van depremindeki tahribatın giderilmesinde çok büyük kaynak gereksinimi olmadığı için yeni vergilerin konulması gündeme gelmemiştir. Dolayısıyla Van depremi sonrası toplumun vergi yükünü artırıcı politikalara başvurulmamıştır. Aksine depremin etkilediği alandaki mükelleflerin vergisel yükümlülüklerini yerine getirebilmeleri noktasında rahatlatıcı bazı politikalar uygulanmıştır. Bunlar; mücbir sebep ilanı, vergi ve cezalarda erteleme ve KDV avantajıdır.

2.2.1.Mükelleflere Sağlanan Kolaylıklar

Mücbir Sebep İlanı: Doğal afetler durumunda mükelleflerin vergi ödevlerini kolaylaştırmak adına öngörülmuş uygulamalardan birisi mücbir sebep halidir. Vergi Usul Kanunu'nun 15.maddesinde doğal afet durumların

¹² Müdahale İyileştirme ve Sosyoekonomik Açından Van Depremi, agr., s. 72.

Maliye Bakanlığı'nın mücbir sebep ilan edebileceği ve mücbir sebep süresince yerine getirilmeyecek ödevleri belirleme konusunda yetkilendirilmiştir. Maliye Bakanlığı bu yetkiyi kullanarak Van ilinde, Bitlis ili Adilcevaz ilçesinde ve Ağrı ili Patnos ilçesinde mücbir sebep ilan edilmiştir¹³. İlan edilen mücbir sebeple mükelleflerin beyan ve ödeme zamanları ertelenmiştir. Mücbir sebep ilan edilerek mükelleflerin ödevlerinde rahatlatma sağlanmıştır. Yoksa vergi ve cezalar terkin edilmemiştir.

Vergi ve Cezalarda Erteleme: Yaşanan deprem dolayısıyla, 23.10.2011 tarihinden önce tahakkuk eden ancak vadesi bu tarihten sonra gelen her türlü vergi, ceza ve gecikme faizinin ödeme süresi de ileride belirlenecek bir tarihe kadar uzatılmıştır. Ayrıca ikmalen, re'sen veya idarece tarh edilen ve vadesi mücbir sebep ilan olunan tarihten sonrasına rastlayan her türlü vergi, ceza ve gecikme faizinin ödeme süresi ileride belirlenecek bir tarihe kadar uzatılmıştır. Vergi ve cezalardaki erteleme finansal kolaylık sağlayan bir düzenlemedir.

KDV'de Avantaj: Vergi Usul Kanunu'nun 30.maddesi hükmü gereği olarak deprem nedeniyle zayi olan mallardan dolayı yüklenilen KDV'nin indirim konusu yapılabileceği düzenlenmiştir. Van depremi nedeniyle zayi olan mallar, belgelendirilemeseler dahi mücbir sebep hükümlerinden de yararlanılarak takdir komisyonu kararıyla indirim konusu yapılabilmektedir.

2.2.2. Van Depreminin Vergi Tahsilatına Etkisi

Van ilinde yaşanan depremden dolayı il düzeyinde vergisel kayıplar da kaçınılmaz hale gelmiştir.

Tablo 6: Van Depreminin Vergi Tahsilatına Etkisi

	<i>Tahakkuk</i>	<i>Tahsilat</i>	<i>Tahakkuk - Tahsilat Oranı</i>	<i>Tahsilat Artışı</i>	<i>Tahsilat İçindeki Payı</i>
2010	475.141.846	369.661.958	77,8	21,15	0,16
2011	569.586.931	425.034.533	74,62	14,98	0,15
2012	681.780.567	429.962.221	63,06	1,16	0,14

Kaynak: http://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG/Tablo_61.xls.htm

¹³ **Seri: B Sıra No: 7, Tahsilat Genel Tebliği**, Resmi Gazete No: 28514 (4.Mükerrer), Resmi Gazete Tarihi: 31/12/2012.

Bu bağlamda tahakkuk-tahsilat oranları % 63'lere kadar düşerken toplam vergi hasılatı içindeki payı da %0,16'dan %0,14'lere kadar düşmüştür. En dramatik düşüş ise, bir önceki yıla göre vergi tahsilatındaki artıştır. 2010 yılında vergi tahsilatındaki artış %21,15 iken bu oran hızla düşmüş ve 2012 yılında %1,16'ya düşmüştür. Bütün bu bilgiler birleştirildiğinde Van depreminin sonucunda bu bölgede vergi kapasitesinin oldukça azaldığı gözlemlenmektedir. Zira işyeri kaybı, göç ve ölüm-sakatlık gibi nedenlerle işgücünde ortaya çıkan kayıplar bu yargıyı desteklemektedir.

E.GENEL DEĞERLENDİRME ve ÖNERİLER

Maliye biliminde savaş ve sosyal karışıklıklar gibi olağanüstü olayların kamu maliyesine etkisi sıçrama tezi ile açıklanmaktadır. Bu teze göre kamu harcamalarının artışı, savaş gibi olağanüstü nedenlerden kaynaklanmaktadır. Doğal afetler de bir olağanüstü durum olduğu için bu durumlarda artan kamu harcamalarını finanse etmek için vergilerin de artırıldığı bilinen bir gerçektir.

Doğal afetler, başta bütçe kısıtı olmak üzere, vergi kapasitesi, mükelleflerin vergi ödeyebilme imkânları, sigorta sistemi gibi birçok farklı konu üzerinde mali etkiler doğururlar. Söz konusu etkiler, doğal afetlere özgü vergi politikalarının geliştirilmesini zorunlu kılar. Bu politikaların bir boyutu doğal afetten zarar gören mükelleflerin vergisel yükümlülüklerinin azaltılması ile ilgili iken bir boyutu yeni vergilerin konulması ile ilgilidir. Ayrıca doğal afet yaşanmasına bağlı olmaksızın doğal afetlerle mücadele amacıyla vergi mevzuatında çeşitli düzenlemeler de yapılmaktadır.

Türkiye'de Marmara depremi sonrası konulan ek vergilerden 2000 yılı itibariyle vergi gelirlerinin %10'u civarında bir tahsilat sağlanmıştır. Bu tutar toplumun ilgili dönem için vergi yükünde %10'luk bir artış anlamına gelmektedir. Ancak depremin neden olduğu yıkımın finansmanı için bu vergiler önemli katkı sağlamıştır. Deprem döneminde konulan bu vergilere toplum uyum göstermiştir, ancak 2001 yılından sonra özel iletişim vergisinin genişletilerek uygulanmasına devam edilmesi tepkilere neden olmuştur.

Hem Marmara depremi hem de Van depremi sonrasında mükelleflere sağlanan vergisel kolaylıklar, depremden etkilenen mükellefleri ödevlerini yapabilmeleri konusunda rahatlatmıştır.

Vergi mevzuatında yer alan düzenlemelerden özellikle Vergi Usul Kanunu'nda yer alan mücbir sebep, terkin ve fevkalade amortisman uygulaması, mükelleflerin sıklıkla başvurdukları işlevsel düzenlemelerdir. Katma Değer Vergisi Kanunu'nda doğal afetler nedeniyle zayi olan malların KDV'sinin indirim konusu yapılabilmesi de uygulamada yararlanılan düzenlemelerdendir. Kurumlar Vergisi Kanunu'nda sigorta şirketlerinin giderleştirebildikleri karşılıklar, sigorta şirketlerinin doğal afetlere karşı mali güçlerini artırıcı bir düzenleme olarak işlev görmektedir.

Bahsedilen bu düzenlemeler, doğal afetlerle mücadelede yeterli olmamaktadır. Zira sadece doğal afet yaşanması durumunda uygulanan vergi politikaları vardır. Oysa konu daha geniş bir bakış açısıyla ele alınmalı ve afete hazır bir yapının oluşturulması hedeflenerek vergi politikası dizayn edilmelidir.

Doğal afetlerin finansmanı konusunda Türkiye'de yapılabilecek en önemli yenilik, krizlerle mücadele için öngörülen "mali alan" benzeri bir yapının kurulmasıdır. Oluşturulacak bu kaynak havuzuna özellikçe çevreye, sağlığa zararlı olan maddeler üzerine konulacak düşük miktartlı vergilerden kaynak aktarılmalıdır.

Gelir Vergisi Kanunu'nda depreme karşı yaptırılan zorunlu sigorta giderleri sadece ilgili gayrimenkulün kiraya verilmesi durumunda giderleştirebilmektedir. Deprem sigortası giderleri, bu düzenlemenin dışında gelir vergisi mükelleflerinin beyannameden düşebilecekleri giderler arasında yer almamaktadır. Bu sebeple Doğal afetlere karşı sigorta yaptıran her gelir vergisi mükellefinin ödemiş olduğu sigorta giderlerinin vergi matrahından düşürülmesi imkânı sağlanmalıdır.

Nihayet sigorta şirketleri için doğal afetin yaşandığı dönemlerde mali açıdan rahatlık sağlayıcı vergi düzenlemeleri yapılmalıdır. Bu amaçla, oluşacak ödeme yüküne göre vergi erteleme müessesesi getirilebilir.

Sonuç

Türkiye'de doğal afetler sıklıkla yaşanmaktadır. Ancak tahribat noktasında en etkili olan doğal afet türü depremlerdir. Türkiye'de 1999 yılında yaşanan Marmara depremi ve 2011 yılında yaşanan Van depremi yakın geçmişte yaşanan dikkat çekici doğal afetlerdir. Her iki doğal afette de vergi politikalarının uygulandığı gözlemlenmektedir. Uygulanan vergi

politikalarının genel karakteristiği depremde etkilenen mükelleflerin yüklerini hafifletici politikalar olmalarıdır. Marmara depremde, Van depreminden farklı olarak bazı gelir ve servet unsurları üzerine ek vergiler konulmuş ve özel iletişim vergisi ve özel işlem vergisi adları altında yeni vergiler ihdas edilmiştir.

Sayfa/Page | 20

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

Bu vergilerden özel iletişim vergisi sürekli vergi haline getirilmiştir. Geçici vergi iken sürekli vergi haline getirilen bu vergi Peacock-Wiseman tarafından ileri sürülen sıçrama tezini doğrulayan tipik bir örnek olmuştur. Sırf olağanüstü bir döneme dayanılarak konulan bu vergiye mükellefler alıştığı için tepki vermemişlerdir. Dolayısıyla toplum vergi yükünde zımni bir artış söz konusu olmuştur.

Genel olarak değerlendirildiğinde Türkiye’de doğal afet yaşandıktan sonra vergi politikalarının uygulandığı gözlemlenmektedir. Doğal afetin neden olabileceği tahribata önceden hazırlık amacı taşıyan bir politikanın olmadığı gerçek bir sorun olarak ortada durmaktadır. Deprem kuşağında yer alan bir ülke olduğu göz önünde bulundurularak, zaman kaybetmeksizin hem doğal afetlerin finansman ihtiyacını önemli ölçüde karşılayacak hem de doğal afetlerden doğacak zararların minimize edilmesini sağlayacak altyapı kurulumuna hizmet edecek bir vergi yapısının kurulması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

CLEARY, Kay A. and Judy Pool BOUTCHEE, “Reserving for Catastrophes”, <https://www.casact.org/pubs/forum/02fforum/02ff025.pdf>, Erişim, 25.06.2016.

CUMMINS, J. David, Olivier MAHUL. **Catastrophe Risk Financing in Developing Countries**, Principles For Public Intervention, The Worldbank, Washington D.C., 2009.

Gelirler Genel Müdürlüğü 1999 Yılı Faaliyet Raporu, <http://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/faaliyetraporlari/1999/istatistikler.pdf>, Erişim, 05.07.2016

Gelirler Genel Müdürlüğü 2000 Yılı Faaliyet Raporu, <http://www.gib.gov.tr/kurumsal/stratejik-yonetim/faaliyet-raporlari/gelirler-genel-mudurlugunun-2000-yilina-ait-faaliyet>, Erişim, 05.07.2016

HARRINGTON, Scott, Greg NIEHAUS. **On the Tax Costs of Equity Finance: The Strange Case of Catastrophe Insurance**, January, 2000, <http://www.aria.org/rts/proceedings/2000/taxcosts.pdf>, Erişim, 24.06.2016.

HENREKSON, Magnus, "The Peacock –Wiseman Hypothesis", In N. Gemmel, ed., **The Growth of the Public Sector, Theories and International Evidence**, Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 1993.

Müdahale İyileştirme ve Sosyoekonomik Açidan Van Depremi, TC Başbakanlık Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı, Ankara, 2014.

SAVAŞAN, Fatih, **Piyasa Başarısızlığından Devletin Başarısızlığına Kamu Ekonomisi**, 5.Baskı, Dora Yayıncılık, Bursa, 2015.

SELÇUK, Faruk, Erinç YELDAN, "On The Macroeconomic Impact of the August, 1999 Earthquake in Turkey: A First Assessment", **Economic Research Forum (ERF)**, Working Paper, 2001.

Türkiye’de Doğal Afetler Konulu Ülke Strateji Raporu, Ankara Temmuz 2004, JICA, Japonya Uluslararası İşbirliği Ajansı, TC İçişleri Bakanlığı

YÜCE, Mehmet. **Vergileme İlkeleri ve Ekonomik Konjontür Açısından Deprem Vergilerinin Genel Bir Değerlendirilmesi**, <http://www.mevzuatdergisi.com/1999/09a/03.htm>, Mevzuat Dergisi, Yıl:2, Sayı: 21 Eylül 1999, Erişim, 07.05.2016.

Summary

Removal of devastation of experienced natural disasters and reconstruction activities are carried out largely by the public sector. Especially in emergency situations such as earthquakes public financing needs for increased public spending increases. Public financing needs arising from natural disasters period, enters the subject of public finances. For such financing needs to meet the across the country one side mposing additional taxes affect everyone, from one side to the natural disaster mitigation policies of tax payers damaged assignments are implemented. The aim of the study is to examine the tax policy for the financing of natural disasters. The subject of the study is to examine the tax policy for the financing of natural disasters.

In the public finance literature describes with splashing thesis the impact on public finances of extraordinary events such as war and social confusion. According to this thesis, increased public spending is due to exceptional reasons such as war. Although clearly pronounced way to natural disasters from natural disasters is an extraordinary events. According to the splashing thesis also the state increase of taxes to finance increased public spending in extraordinary events.

Natural disasters, especially budget constraints, tax capacity, opportunities for taxpayers to pay taxes, they lead the financial effects on many different topics such as insurance system. These influences, natural disasters requires the development of specific tax policy. While dealing with a dimension reduction of the tax liabilities of taxpayers who suffer from natural disasters it is about the dimension of this set of new tax policy. In addition, various regulations in the tax legislation to scramble natural disasters regardless of natural disasters, is well maintained.

The natural disasters often occurred in Turkey but the damage from the earthquake are the most effective type of natural disaster. In this study, tax policies implemented were examined in the quake and the Van earthquake occurred in Turkey. Marmara earthquake on the basis of income and additional taxes imposed on elements of fortune and special communication tax and new tax names under a special transaction tax were established. The special communication tax from this tax has become sustained tax. Set out after the Marmara earthquakes additional tax revenue from the tax in the 2000 year is provided with a receiving of around 10%. This amount refers to a 10% increase in the tax burden for the relevant period of the society. However, these taxes for financing the destruction caused by the earthquake has made a significant contribution. During the earthquake period showed society adapt to these taxes levied, but since 2001 has led to expanded response to continued implementation of special communication tax. Both Marmara earthquake as well as Van earthquake the facilities provided to taxpayers after tax, taxpayers affected by the earthquake have been reassured that they do their work.

In Turkey, regarding the natural disasters financing of the most important innovations that can be done prescribed to struggle the crisis "fiscal space" is the establishment of a like structure. This resource pool will be created on the property of the environment, it will be placed on low-volume substances that are harmful to health must be transferred tax sources.

In especially, located in Tax Procedure Law force majeure, cancelment, application of exceptional depreciation of the regulations in the tax legislation are functional arrangements they frequently refer to the taxpayer. Value Added Tax of natural disasters can be made subject to deduction of VAT due to loss goods which are among the arrangements used in practice. In Corporate Tax Law could expensing provisions of the insurance companies to increase the financial strength of insurance against natural disasters serve as a regulation.

That the compulsory insurance costs against earthquake commissioned on Income Tax Law can be expensed when administered to only rent the property concerned. Earthquake insurance expenses out of this arrangement declaration could fall expenses are not included in the of income tax payers. Therefore, insurance is paid by taxpayers of all income tax expense of insurance cover against natural disasters the opportunity should be tax deductible.

Marka İmajının Sosyal Ağ Analizi ile İncelenmesi: Turkcell ve Vodafone Markalarına Yönelik Bir Araştırma

Çiğdem BAŞFIRINCI*

Öz

Marka imajı, günümüzün pazarlama literatüründeki önemli konu başlıklarından bir tanesidir. Ne var ki, yöntembilimsel bir bakış açısıyla, marka imajını sosyal ağ analizi ile inceleyen çalışmaların sayısının son derece sınırlı olduğu görülmektedir. Bu kapsamda bu araştırmanın amacı markaya ilişkin çağrışımların keşfedilmesinde alternatif ve kullanışlı bir yöntem olarak sosyal ağ analizini tanıtmak ve bu yöntemin marka imajlarının derinlemesine ve rekabetçi biçimde keşfine nasıl olanak sağladığını Turkcell-Vodafone markaları üzerinden göstermektir. Özgün katkı bakımından bu araştırma, hem marka alanındaki araştırmacılara farklı bir analitik perspektif sağlamakta, hem de Türkiye'deki iki rakip mobil GSM operatörü olan Turkcell ve Vodafone markalarına ilişkin mevcut çağrışımları ortaya koyarak sektöre yönelik rekabetçi bilgiler sunmaktadır. Analiz sonuçları Turkcell'in özgün manada "kaliteli", "interneti hızlı", "kapsama alanı yaygın" ancak "pahalı" bir marka olarak algılandığını, Vodafone'un ise "avantajlı", "yurtdışı kullanımına uygun", "ucuz", "öğrenci dostu", zengin promosyonları olan ancak göreceli olarak "kapsama alanı daha dar" ve "orta kalite" bir marka olarak algılandığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Ağ Analizi, Marka İmajı, Marka Çağrışımları, Turkcell, Vodafone.

Analysing Brand Image Through Social Network Analysis: A Research on Turkcell and Vodafone Brands

Abstract

Brand image has been an important topic on contemporary marketing literature. However, a methodological review of the literature clearly demonstrates

DOI: <http://dx.doi.org/10.17336/igusb.30297>

* Doç. Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi, İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi,
E-posta: cigdem.basfirinci@gmail.com

that few studies have used social network analysis in exploring brand associations. In this context, the aim of this study is to introduce social network analysis as an alternative and useful method in exploring current brand associations and to illustrate how this method can be applied to brands in revealing brand images in depth and competitively through the cases of Turkcell and Vodafone brands. In terms of original contribution this study not only provides a different analytic perspective for marketing academicians, but also offers competitive information to the mobile GSM sector by revealing current associations about two competing brands in Turkey: Turkcell and Vodafone. Results showed that Turkcell is mainly seen as qualified but pricey brand offering high speed internet with wide coverage area. Vodafone, on the other hand, is perceived as a functional economical brand that offers several promotions but offering relatively middle class quality and relatively limited coverage.

Keywords: Social Network Analysis, Brand Image, Brand Associations, Turkcell, Vodafone.

1. Giriş ve Kuramsal Çerçeve

Marka imajı pazarlama teorisinde eskiden beri ilgi çeken bir konu olmuştur. Dalında ilk sayılabilecek çalışmalarıyla Newman¹ ve Herzog² marka imajını *bir tüketicinin bir markaya yönelik algısı* olarak tanımlamışlarken, modern tanımına göre marka imajı "tüketicinin markaya iliştiirdiği çağrışım ve özellik kümeleri"^{3,4} olarak ifade edilmektedir. Marka imajının teorik kökeni bilişsel psikolojideki Çağrışımsal Ağ Kuramına (Human Associative Network Theory) dayanmaktadır. Çağrışımsal Ağ Kuramı insan hafızasının her türlü bilgiyi birbiriyle ilişkili bir ağ biçiminde kaydettiğini ortaya koymaktadır⁵. Buna göre insan zihni birbirinden farklı kavramlar ve bu kavramlar arasındaki tekli ya da çoklu bağlantılardan oluşan bir şema, bir ağ biçimindedir. İnsan zihninden bir bilgiyi çağırıldığında, zihinde bu bilgi ile ilişkili diğer bilgiler de aktive olmaktadır. Collins ve Loftus (1975), zihinde yer alan kavramlar arasındaki bağlantılar güçlendikçe, bir kavram anıldığında, onunla bağlantılı diğer kavramın da insan zihninde aktive olma (hatırlanma) olasılığın arttığını

¹ Joseph W. Newman, "New Insight, New Progress for Marketing", *Harvard Business Review*, Vol. 35, (November-December 1957), s.95-102.

² Herta Herzog, "Behavioral Science Concepts for Analyzing the Consumer", *Journal of Marketing and the Behavioral Sciences*, 1963, s. 76-86.

³ Alexander L. Biel, "How Brand Image Drives Brand Equity", *Journal of Advertising Research*, Vol. 32, No. 6, (1992), s. RC6-RC12.

⁴ Kevin Lane Keller, *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, New Jersey, Prentice-Hall, 1998, s.97.

⁵ John.R. Anderson, and Gordon H.Bower, *Human Associative Memory*, Washington, DC, Winston & Sons, 1973, s.32.

ortaya koymuşlardır⁶ ki bu Yayılan Aktivasyon Kuramı (Spreading Activaton Theory) olarak da bilinmektedir. Örneğin, Apple denildiğinde eğer insanların aklına hemen iPhone geliyorsa, bu insan zihninde Apple ile iPhone kavramları arasında güçlü bir bağlantının kurulmuş olmasından kaynaklanmaktadır.

İnsanların enformasyonu hafızada ağ biçiminde kaydettiği bilindiğine göre⁷ markaya yönelik çağrışımların da sosyal ağ analizi yaklaşımıyla test edilmesi uygun olacaktır. Her ne kadar marka imajı dolayısıyla da marka çağrışımları alanında çok çeşitli metodolojiler kullanan farklı çalışmalar mevcut ise de, bunların büyük kısmı marka imajını, marka özvarlığını ya da marka kişiliğini, alanda geliştirilmiş mevcut ölçeklerle ortaya koymaya ve test etmeye çalışmaktadır. Oysa bugün, ezici çoğunluğu ABD başta olmak üzere batı ülkelerinde geliştirilmiş olan bu ölçeklerin standardize edilemeyeceği ve farklı kültürel altyapılara ya da farklı bağlamsal faktörlere genellenemeyeceği^{8,9} bilinmektedir. Dolayısıyla sosyal bilimlerin birçok alanında olduğu gibi pazarlama ve marka alanında da, olayları kendi durumsallığı ve tarihselliği içerisinden inceleyecek yöntemlerin önemi fark edilmeye başlanmıştır. Bu nedenle günümüzdeki tüketicileri anlamaya çalışan araştırmalarda, her bir bireyin özeline inebilecek, bireyin markayla ilişkili çağrışımlarını kendi öznel dünyasında ortaya koymasını sağlayabilecek ve bu çağrışımların güçlü ve zayıf olduğu alanları gösterebilecek yöntemlere ihtiyaç vardır. Bu yöntemlerden birisi de yaygın olarak sosyoloji alanında kullanılan ve "ağ analizi" olarak da bilinen sosyal ağ analizidir. Ne var ki literatürde, marka çağrışımlarının tüketici zihnindeki yapısını sosyal ağ analiziyle ortaya koyan ampirik çalışmaların sayısı son derece sınırlıdır^{10,11}. Literatüre yansıdığı kadarı ile Türkiye'de markalara yönelik çağrışımların incelenmesinde sosyal ağ analizi kullanan bir çalışmaya rastlanamamıştır. Bu kapsamda, bu

⁶ Allan M. Collins and Elizabeth F. A. Loftus, "Spreading-Activation Theory of Semantic Processing", *Psychological Review*, Vol. 82/6, 1975, s. 407.

⁷ Geraldine Henderson et al, "Brand Diagnostics: Mapping Branding Effects Using Consumer Associative Networks", *European Journal of Operational Research*, 1998, Vol. 111, No. 2, s. 306-327.

⁸ Lennyfer L. Aaker et al., "Consumption Symbols as Carriers of Culture: A Study of Japanese and Spanish Brand Personality Constucts", *Journal of Personality and Social Psychology*, 2001, Vol 81, No.3, s. 492.

⁹ Su-e Park et al., "Visualizing E-Brand Personality: Exploratory Studies on Visual Attributes and E-Brand Personalities in Korea", *International Journal of Human-Computer Interaction*, 2005, Vol 19., No. 1, s. 7-34.

¹⁰ Thorsten A. Teichert, and Katja Schöntag, "Exploring Consumer Knowledge Structures Using Associative Network Analysis", *Psychology & Marketing*, 2010, Vol. 27, No 4, s.369-398.

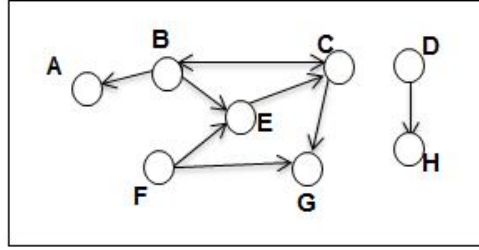
¹¹ Hui-Ju Wang and Shun-Ching Horng, "Exploring Green Brand Associations through a Network Analysis Approach", *Psychology & Marketing*, 2016, Vol.33, No 1, s. 20-35.

çalışmada öncelikle markaya ilişkin çağrışımların keşfedilmesinde alternatif bir yöntem olarak sosyal ağ analizini tanıtılacak, ardından sosyal ağ analizi kullanılarak Turkcell ve Vodafone markalarına yönelik marka çağrışımları rekabetçi bir biçimde incelenecektir.

2. Sosyal Ağ Analizi ve Marka Alanındaki Kullanımı

Sosyal ağ analizi bir topluluk içindeki bağlantıların ortaya koyulmasına ve görselleştirilmesine yarayan kantitatif bir tekniktir¹². Graf Kuramına dayanan sosyal ağ analizini benzer yöntemlerden ayıran temel özelliği, bir ağ içindeki bağlantılara ve ilişkilere odaklanmasıdır. Böylece, bir sosyal yapı içerisinde birbirleriyle ilişki içinde olan her türden birimi ve bu birimlerin oluşturduğu yapının genelini ilişkiler üzerinden analiz etmek ve birimlere ya da birimlerin oluşturduğu sosyal yapının bütününe ilişkin çıkarımlar yapmak mümkün olabilmektedir^{13,14}.

Geometrik düzlemde, sosyal bir ağdaki her birim bir düğümle (noktayla), düğümler arasındaki bağlantılar ise oklarla ya da çizgilerle ifade edilir. Aşağıda bir sosyal ağa ilişkin basitleştirilmiş bir örnek gösterim yer almaktadır.



Şekil 1: Sosyal Ağ Örneği

Bu yapı Graf Kuramında $G=(V,E)$ şeklinde tanımlanmaktadır. Şekil 1’de gösterilen sosyal ağdaki düğüm kümesi $V= \{A,B,C,D,E,F,G,H\}$, bağlantı kümesi ise $E=\{(A,B), (B,C), (B,E), (C,G), (D,H), (F,E), (G,F)\}$ biçimindedir. Şekildeki daireler ağdaki düğümleri, tek ya da çift yönlü oklar ise çağrışımlar arasındaki ilişkileri yani bağlantıları ifade etmektedir. Sosyal ağ analizinin markalar için kullanılması durumunda ağda yer alacak düğümlerin her birisi markayla ilgili

¹² John Scott, *Social Network Analysis: A Handbook* (2nd ed.), London, Sage, 2000, s. 46.

¹³ Stanley Wasserman and Katherine Faust, *Social Network Analysis: Methods and Application*, Cambridge, Cambridge University Press, 1994, s. 8.

¹⁴ Linton C. Freeman, *The Development of Social Network Analysis: A Study in the Sociology of Science*, Vancouver, BC: Empirical Press, 2004, s. 72.

bir çağrışımı (ya da bazı durumlarda markanın kendisini) temsil edecek, tek ya da çift yönlü oklar ise çağrışımlar arasındaki ilişkileri ifade edecektir.

Sosyal ağ analizinde, düğümler ve bağlantılar arasındaki toplam ilişkiler bir matrise dönüştürülerek analiz edilmektedir. Şekil 1'de yer alan örneğe ilişkin olarak oluşturulan matris aşağıda yer almaktadır.

Tablo 1: Şekil 1'deki Sosyal Ağ İlişkin Veri Matrisi

	A	B	C	D	E	F	G	H
A	0	0	0	0	0	0	0	0
B	1	0	1	0	1	0	0	0
C	0	1	0	0	0	0	1	0
D	0	0	0	0	0	0	0	1
E	0	0	1	0	0	0	0	0
F	0	0	0	0	1	0	1	0
G	0	0	0	0	0	0	0	0
H	0	0	0	0	0	0	0	0

Veri toplanan tüm katılımcılara ait matris verileri bu şekilde birer birer girildikten sonra, bu matrislerin toplamı alınarak analiz gerçekleştirilir. Marka imajının keşfine yönelik olarak sosyal ağ analizinde her bir düğümün ağdaki konumunu belirlemek, düğümler arasındaki bağlantıyı açıklamak ve ağın bütününe ilişkin çıkarımlarda bulunmak için iki temel ölçüt kullanılır: Merkezilik (Centrality) ve kümelenme (tabakalanma, cohesion).

Merkezilik ölçütleri bir düğümün sosyal ağ içindeki diğer düğümlere göre konumuna dayanan ölçütlerdir. Merkeziliğin ölçülmesinde üç farklı değerden faydalanılır: Derece (degree), yakınlık (closeness) ve arasındalık (betweenness). Bu ölçütler farklı yazarlarca, derece merkeziliği, yakınlık merkeziliği ve arasındalık merkeziliği biçiminde de anılmaktadır.

Derece, ağdaki bir düğümlerle doğrudan ilişki içinde olan düğüm sayısını gösterir. Indegree (gelen bağlantı), düğümün kendisine bağlanan ilişki sayısını gösterirken, outdegree (giden bağlantı) düğümden diğer düğümlere giden ilişki sayısını göstermektedir¹⁵. Derecesi yüksek olan düğümler, herhangi bir uyarılma durumunda aktive olma olasılığı yüksek olan düğümlerdir.

¹⁵ Hülya Demir, Fatih Taktak, Konumsal Veri Üzerine Sosyal Ağ Analizi (SAA): Afyon-karahisar Örneği, *Harita Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 2011, Cilt 3, No.1, s. 7-16.

Yakınlık ise, bir düğümün ağdaki diğer düğümlerle direkt ya da dolaylı biçimdeki yakınlığını belirten ölçüttür ve sosyal ağdaki kontrolün bir göstergesidir. Yakınlık, ağdaki bir düğümün ağdaki diğer düğümlere ne kadar hızlı bağlanabileceğini yansıtır, dolayısıyla ağdaki düğümlerin bilgiye erişim yeteneklerini göstermektedir¹⁶. Yakınlığı yüksek olan düğümler, ağdaki diğer düğümlere yakındırlar ancak diğer düğümlerin kontrolünden bağımsız bir yapıdadırlar. Bir düğüm ağdan ne kadar bağımsız ise, kendisiyle ilgili olan düğümlere o kadar etkin erişim sağlar.

Arasındalık da yine ağdaki kontrolün tipik bir ölçütüdür ve bir düğümün kendisiyle doğrudan bağlantılı olmayan diğer düğümlerle dolaylı olarak ne kadar bağlantılı olduğunu gösterir. Bir başka ifadeyle arasındalık, bir düğümün ağ içerisinde ne derecede aracı görevi üstlendiğini göstermektedir. Herhangi bir düğümün yüksek derecede arasındalığa sahip olması, bize o düğümün bağlantısız çağrışım kümeleri arasındaki bilgi alışverişinde köprü görevi gördüğünü, ağın genelindeki diğer düğümlerin aktive olup olmamasında belirleyici role sahip olduğunu gösterir.

Merkezilik ölçütleri bir sosyal ağın içindeki düğümlerin her birine odaklanır. Kümelenme ölçütleri ise bir sosyal ağ içinde alt grupların ya da kümelerin olup olmadığını görmemizi sağlarlar. Bir ağdaki bazı düğümler kendi aralarında yüksek seviyede bağlantıya sahiptirler ama grup dışında fazla bağlantıları yoktur¹⁷. İşte bir ağdaki düğümlerin kendi aralarında ilişki yoğunluğu yüksek gruplara ayrılması kümelenme olarak adlandırılır. Bir sosyal ağda, düğümler arasındaki kümelenmenin varlığını gösteren temel ölçütler kliklerdir. Klikler birbiriyle yoğun ilişki içinde olan düğüm kümeleri biçiminde tanımlanabilirler. Bir klik en az üç düğümden oluşur¹⁸. Kliklerdeki düğümler birbiriyle çok yakın ilişki içindedirler, bu da onları düğüm olmaktan çok bir üst yapıya, bir kümeye dönüştürür. Böylece bir klikteki ya da kümedeki çağrışımlardan birisi uyarıldığında, kümenin içindeki diğer tüm çağrışımlar da otomatik olarak aktive olmaktadır. Klikler, marka imajının tüketici zihnindeki boyutlarını ve alt boyutlarını görmemize yardım ederler.

Sosyal ağ analizindeki birimler –ki bu birimlerin her biri analizde birer düğümü oluşturmaktadır- gerçek hayatta bireyleri, birey gruplarını, coğrafi noktaları, organizasyonları, şirketleri ya da herhangi bir konudaki konu başlıklarını temsil ediyor olabilir. Dolayısıyla sosyal ağ analizi, ağdaki

¹⁶ Necmi Gürsakal, *Sosyal Ağ Analizi*, Bursa, Dora Yayıncılık, 2009, s. 92.

¹⁷ Gürsakal, a.g.e., s. 101.

¹⁸ Wasserman ve Faust, a.g.e., s. 8.

birimlerin tanımlanmasında son derece esneklik sağlayan bir yöntemdir¹⁹. Geleneksel olarak sosyoloji alanında yaygın olarak kullanılan bir teknik olmasına rağmen²⁰, sağladığı bu esneklik nedeniyle sosyal ağ analizi, örgütsel davranıştan²¹ bibliyometriye²² ve tüketici şikâyetlerine²³ kadar sosyal bilimlerin birçok disiplinde giderek daha sık kullanılan bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Ne var ki sosyal ağ analizinin gerek pazarlama araştırması firmalarınca²⁴ gerekse akademisyenlerce²⁵ marka alanındaki kullanımını son derece sınırlıdır. Henderson vd.²⁶ 1998 yılında, sosyal ağ analizinin marka yönetimi alanındaki önemini ilk kez vurgulamış ve kullanım alanlarına dikkat çekmiş, Teichert ve Schöntag²⁷ ise örnek bir uygulamayla, marka imajını ölçmede ve sonuçları farklı açılardan değerlendirmede sosyal ağ analizinin nasıl kullanılabileceğini göstermişlerdir. Ilicic ve Webster ise marka bir insan olarak Jerry Seinfeld'e ilişkin mevcut algılamaları sosyal ağ analizi ile ortaya koymuşlardır²⁸. Benzer şekilde Wang ve Horng'da 2016 yılındaki çalışmalarıyla²⁹, fastfood perakendeci zincirinde birbirine rakip olarak çalışan markaların doğa dostu (yeşil) pazarlama uygulamalarına ilişkin algılamalarını sosyal ağ analizi yaklaşımıyla ortaya koymuşlardır. John vd. 2006 yılında marka imajının ölçülmesi için sosyal ağ analizine alternatif bir yöntem olarak Marka Kavram Haritalarını (Brand Concept Maps) geliştirmişler³⁰, bu yöntem sonraki yıllarda farklı araştırmacılarca da kullanılmıştır. Ne var ki, Wang ve Horng'un da belirttiği gibi, marka imajını

¹⁹ Scott, a.g.e., s. 23.

²⁰ Deborah R. John, *et al.*, "Brand Concept Maps: A Methodology for Identifying Brand Association Networks", *Journal of Marketing Research*, 2006, Vol 43, No. 4, s. 549-563.

²¹ Ercan Turgut ve Memduh Beğenirbaş, "Türkiye'deki Örgütsel Davranış Yazınına Bakış: Örgütsel Davranış Kongrelerinin Yazar Ve İçerik Yönünden Ağ Analizi İle İncelenmesi", *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2016, Cilt 18, No.1, s. 328-354.

²² Ercan Turgut ve Memduh Beğenirbaş, "Örgütsel Davranış Değişkenleri Arasındaki İlişkinin Ağ Analizi İle İncelenmesi: Journal of Organizational Behavior Dergisi Örneği", *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl 7, Sayı 13, Sonbahar 2015, s. 231-246.

²³ Mehpere Tokay Argan, "E-Şikâyetle İlgili Tanımlayıcı Bir Çalışma: Şikâyet Forumu Olarak Bir Web Sitesinin Sosyal Ağ Analizi", *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 2014, Cilt 5, No 1, s. 49-66.

²⁴ John *et al.*, a.g.e., s. 550.

²⁵ Wang and Horng, a.g.e., s. 22.

²⁶ Geraldine Henderson *et al.*, "Brand Diagnostics: Mapping Branding Effects Using Consumer Associative Networks", *European Journal of Operational Research*, 1998, Vol. 111, No. 2, s. 306-327.

²⁷ Teichert, and Schöntag, a.g.e. 369.

²⁸ Jasmina Ilicic, and Cynthia M. Webster. "Jerry Seinfeld: Exploring Human Brand Associations." Australian and New Zealand Marketing Academy Conference, Christchurch, New Zealand. 2010.

²⁹ Wang ve Horng, a.g.e., s. 20.

³⁰ John *et al.*, a.g.e. s. 558.

sosyal ağ analizi ile inceleyen çalışmaların sayısı hala son derece sınırlıdır. Bu nedenle çalışmanın devamında, sosyal ağ analizinin marka imajlarının derinlemesine ve rekabetçi biçimde keşfine nasıl olanak sağladığı, Turkcell-Vodafone markalarına yönelik örnek bir uygulama ile incelenecektir.

3. Yöntem

Araştırmada yargısal örneklem türlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme kullanılmış ve katılımcılar, farklı yaşlardan, farklı eğitim gruplarından ve farklı mesleklerden olacak biçimde, ana kitleyi en iyi şekilde temsil edeceği düşünülen kişiler arasından seçilmiştir. Seçim yapılırken, marka bağlılığına ilişkin faktörlerin araştırma sonuçlarına yansımaları engellemek amacıyla, farklı marka kullanıcılarının araştırmaya dâhil edilmesine özen gösterilmiştir. Araştırmaya katılanların 7'si Vodafone ve Turkcell 6'sı ise Avea kullanıcısı olduklarını beyan etmişlerdir. Toplamda 20 kişiden Zaltman Methapor Elicitation Technique (ZMET) sürecine uygun biçimde bilgi toplanmıştır. Bu kapsamda ilk olarak çoğu zaman açıkça ifade edilmeyen ve/veya bilincinde olunmayan ama içselleştirilmiş anlamların araştırılması amacıyla projektif kolaj tekniği kullanılmış³¹, katılımcılardan her bir marka ile ilgili yaklaşık on tane fotoğraf (ya da resim) çekmeleri/toplamaları istenmiştir. Kolaj çalışmasının tesliminden bir hafta sonra katılımcılarla tek tek görüşmeler yapılmış ve katılımcılardan hem hazırlamış oldukları kolaja hem de markalara yönelik duygu ve düşüncelerini aktarmaları istenmiştir. Bu süreçte ayrıca yarı yapılandırılmış soru yöntemiyle hazırlanmış olan sorular katılımcılara sorulmuş, gerekli durumlarda yeni sorular da sorularak konuyla ilgili derinlemesine bilgi toplanmaya çalışılmıştır. Benzer şekilde, yapılan her derinlemesine görüşme de kendinden sonrakiler için rehber biçimde kullanılmış, veri toplama süreci devam ettiği sürece araştırmanın tasarımı da güncellenmiştir³². Veriler 2016 Mayıs ayında toplanmıştır. Bir saatle bir buçuk saat arası süren görüşmeler birebir araştırmacı tarafından yürütülmüştür, görüşmeler katılımcıların izniyle kaydedilmiştir. Görüşmeler verilerde doygunluk noktasına gelene dek sürdürülmüştür³³. Katılımcılardan 9'u 20-30, 6'sı 31-40, 3'ü 41-50 ve 2 tanesi

³¹ Ayla Ö. Dedeoğlu ve İpek Savaşçı, "Tüketim Kültüründe Beden Güzelliği ve Yemek Yeme Arzuları: Kadınların Tüketim Pratiklerine Yansıması", *Ege Akademik Bakış*, 2005, Cilt 5, Sayı 1-2, s. 77-88.

³² Güliz Ger, "Tüketici Araştırmalarında Nitel Yöntemler Kullanmanın İncelikleri ve Zorlukları", *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 2009 Haziran, Cilt 1, No. 1, s. 1-19.

³³ Anselm Strauss ve Juliet Corbin, *Basics of Qualitative Research Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*, 2nd edition, London, Sage Publications, 1998, s. 158.

de 51 ve üzeri yaş aralığındadırlar. Katılımcıların 11'i bekâr, 9'u ise evlidir. Üç kişi yüksek lisans, 11 kişi lisans, 6 kişi ise lise mezunudur. Katılımcılardan 9'u lisans öğrencisi, üç tanesi ev hanımı, birisi emekli, geri kalanlar ise özel sektör ya da kamu çalışanlarıdır. Çalışmaya katılanların yarısından fazlası orta sosyo-ekonomik sınıftandır, bir kişi üst, iki kişi ise alt sosyo-ekonomik sınıfa aittir. Elde edilen veriler bizzat araştırmacı tarafından markalara ilişkin temel çağrışımların ortaya çıkartılması amacıyla incelenmiştir. Bu süreçte verilerin her birisi kendi içinde benzerleriyle bir araya getirilerek, sistematik temalar ve kategoriler oluşturulmuştur. Markalara ilişkin çağrışımların ve bu çağrışımların birbirleri ile olan ilişkilerinin ortaya koyulmasında Strauss ve Corbin'in (1998) önerdiği yöntem izlenmiştir. Bu kapsamda veriler analiz edilirken sırasıyla açık kodlama (metinlerdeki tüm çağrışımların ortaya çıkartılması), teorik kodlama (metinlerdeki çağrışımların birbirleri ile olan ilişkisinin ortaya koyulması) ve seçici kodlama (metinlerdeki ana kategorilerin seçimi ve çağrışımların bu kategorilerle ilişkilendirilmesi) süreçlerinden geçirilmiştir.

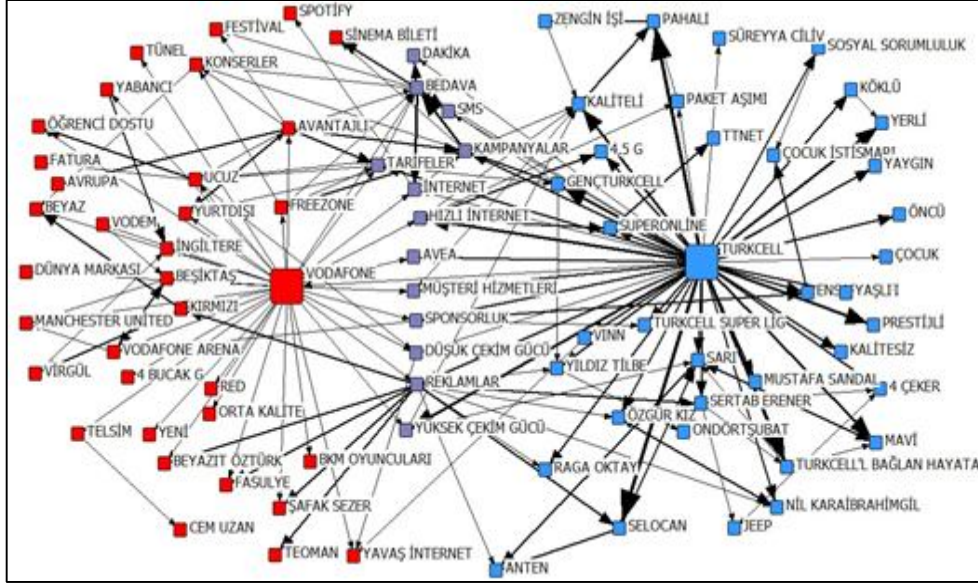
Ardından elde edilen verilerde keşfedilmemiş önemli bir konunun kalıp kalmadığını görmek için ikinci bir çalışma daha yürütülmüştür. Böylece derinlemesine görüşmelerde elde edilen sonuçlarda eksik çağrışımlar var ise bunları ana çalışmanın bulgularına eklemek amaçlanmıştır. Bu süreçte 2016 Haziran ayında Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesindeki 288 lisans öğrencisine "Turkcell ve Vodafone deyince aklınıza ilk gelen kelimeleri sıralayınız (Kelime sayısının sınırı yoktur)" biçiminde açık uçlu bir soru sorulmuştur. Öğrencilerin en az %30'u tarafından ortak biçimde anılan kelimelerin listesi çıkartılmış ve eldeki verilerle karşılaştırmalı biçimde kıyaslanmıştır. Bu çalışmanın verileri önceki verilerle anlamlı seviyede örtüşmüş ve çağrışımların kapsamı ve sıklığı bakımından farklılaşan önemli bir boyuta rastlanmamıştır. İlk aşamadan elde edilen verilerin doğruluğu ve tamlığı bu şekilde test edildikten sonra, verilerin analizine geçilmiştir. Büyük ölçüde kalitatif yöntemle elde edilen bu verilere sosyal ağ analizi uygulanmıştır. Türkiye'deki iki rakip mobil GSM operatörü olan Turkcell ve Vodafone markalarına ilişkin mevcut çağrışımların ve bu çağrışımlar arasındaki yapısal ilişkileri sosyal ağ analiziyle ortaya çıkarmak için, Ucinet ve Netdraw programlarından faydalanılmıştır. Marka çağrışım haritaları Netdraw programı aracılığı ile görselleştirilmiş, ağların matematiksel ölçümünde ise Ucinet programı kullanılmıştır.

4. Bulgular

Analiz aşamasında ilk olarak 20 kişiden derinlemesine görüşme ile elde edilen marka çağrışımları ve bu çağrışımlar arasındaki ilişkiler, her bir katılımcı için ayrı ayrı birer veri matrisine dönüştürülmüştür. Ardından bütün bu matrisler Ucinet yazılımında DL formatındaki bir matriste toplanmış ve Netdraw aracılığıyla her iki markaya ilişkin çağrışımları ortak biçimde görmemizi sağlayan bir sosyogram oluşturulmuştur. Şekil 2'den de görüldüğü gibi her iki markanın örtüşen çağrışımları mevcuttur ve bu çağrışımlar sosyogramın ortasında yer almaktadır. Markaların özgün çağrışımları ise markaların çevresine serpiştirilmiş biçimde, geri kalan alanda toplanmıştır. Sosyogramdaki ilişkileri ifade eden oklar, ilişkinin gücüne göre ağırlıklandırılmıştır. Daha koyu-kalın olan oklar, daha güçlü ilişkileri ifade etmektedir.

Sayfa/Page | 34

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016



Şekil 2: Turkcell ve Vodafone Markalarının İmajlarına İlişkin Toplam Harita

Analiz sonucunda iki markaya ilişkin olarak toplamda 83 farklı çağrışım belirlenmiştir. Turkcell için toplam çağrışım sayısı 49, Vodafone için ise 47'dir. Bu çağrışımlardan 13 tanesi hem Vodafone hem de Turkcell markaları için geçerli olup, çağrışımlardan 36'sı Turkcell'e, 34'ü ise Vodafone markasına özgüdür. Görüldüğü üzere, markaların ürettiği çağrışım sayısı birbirine yakındır. Haritadaki okların kalınlığı ise bize çağrışımların gücü açısından bir

kıyaslama imkânı vermektedir. Çağrışımların gücü açısından Turkcell'in Vodafone'dan biraz daha güçlü bir pozisyonda olduğu görülmektedir.

Bu çağrışımların ağdaki konumları ve yapısal önemlerinin incelenmesinde merkezilik ölçütleri kullanılmıştır. Tablo 2'de iki markaya ilişkin olarak toplamdaki 83 çağrışımın derece, yakınlık ve arasındalığına ilişkin merkezilik ölçüleri yer almaktadır. Daha önce de bahsedildiği üzere, merkezilik ölçütleri bir sosyal ağ içindeki düğümlerin her birine odaklanır. Böylece markaya ya da markalara ilişkin özelliklerin nasıl algılandığı hakkında bilgiler verir.

Tablo 2: Marka Çağrışımlarına Yönelik Merkezilik Değerleri

	GİDEN DERECE	GELEN DERECE	GİDEN YAKINLIK	GELEN YAKINLIK	ARASINDALIK
TURKCELL	44	1	65,625	1,190	27,033
ONDÖRTŞUBAT	0	1	1,176	1,329	0
4 ÇEKER	1	3	1,190	1,250	0,833
4,5 G	1	2	1,296	1,234	0
ANTEN	1	3	1,205	1,331	0,833
BEDAVA	6	7	1,298	1,299	36,750
ÇOCUK	0	1	1,176	1,205	0
ÇOCUK İSTİSMARI	0	2	1,176	1,249	0
ENSAR VAKFI	1	2	1,190	1,219	2,167
GENÇ TURKCELL	3	2	1,683	1,281	14
HIZLI İNTERNET	4	4	1,298	1,235	15,2
JEEP	1	2	1,190	1,249	0
KALİTELİ	2	6	1,219	1,467	36
KAMPANYALAR	9	5	1,687	1,282	46,95
KÖKLÜ	1	1	1,190	1,205	0
DAKİKA	0	2	1,176	1,314	0
MAVİ	1	3	1,205	1,331	0
SMS	0	2	1,176	1,314	0
AVEA	0	2	1,176	1,205	0
MUSTAFA SANDAL	0	1	1,176	1,205	0
MÜŞTERİ HİZMETLERİ	1	3	1,219	1,464	0,2
NİL KARAİBRAHİMGİL	1	3	1,190	1,234	0
ÖNCÜ	0	1	1,176	1,205	0
ÖZGÜR KIZ	1	3	1,190	1,234	0
PAHALI	1	3	1,219	1,464	18
PAKET AŞIMI	1	2	1,249	1,233	3

	GİDEN DERECE	GELEN DERECE	GİDEN YAKINLIK	GELEN YAKINLIK	ARASINDALIK
PRESTİJLİ	0	1	1,176	1,205	0
RAGA OKTAY	0	2	1,176	1,219	0
REKLAMLAR	12	2	1,559	1,205	9,667
SARI	2	6	1,025	1,332	10
SELOCAN	2	2	1,219	1,219	1,167
SERTAB ERENER	3	2	1,265	1,219	4,5
SOSYAL SORUMLULUK	1	1	1,190	1,205	0,833
SPONSORLUK	3	2	1,265	1,205	1,833
SUPERONLINE	2	2	1,297	1,234	4
SÜREYYA CİLİV	0	1	1,176	1,205	0
TARİFELER	4	5	1,682	1,282	17
TTNET	0	1	1,176	1,249	0
TURKCELL SUPER LİG	0	2	1,176	1,219	0
TURKCELL'LE BAĞLAN HAYATA	2	2	1,219	1,234	3,333
VINN	1	1	1,190	1,205	0,333
VODAFONE	37	1	61,765	1,190	21,833
YAŞLI	0	1	1,176	1,205	0
YAYGIN	1	1	1,296	1,205	0
YERLİ	0	2	1,176	1,219	0
YILDIZ TİLBE	1	3	1,190	1,314	9
YÜKSEK ÇEKİM GÜCÜ	2	3	1,281	1,220	7,7
ZENGİN İŞİ	1	1	1,219	1,461	4
DÜŞÜK ÇEKİM GÜCÜ	1	3	1,190	1,314	7,333
KALİTESİZ	0	1	1,176	1,205	0
İNTERNET	1	3	1,190	1,314	9
4 BUCAK G	0	1	1,176	1,205	0
AVANTAJLI	8	3	1,686	1,281	32,250
AVRUPA	0	1	1,176	1,296	0
BEŞİKTAŞ	2	3	1,205	1,250	2
BEYAZ	0	3	1,176	1,367	0
BEYAZIT ÖZTÜRK	0	2	1,176	1,219	0
BKM OYUNCULARI	0	1	1,176	1,205	0
CEM UZAN	0	1	1,176	1,219	0
DÜNYA MARKASI	0	1	1,176	1,205	0
FASULYE	0	2	1,176	1,219	0
FATURA	0	1	1,176	1,313	0

	GİDEN DERECE	GELEN DERECE	GİDEN YAKINLIK	GELEN YAKINLIK	ARASINDALIK
FESTİVAL	0	2	1,176	1,314	0
FREEZONE	4	3	1,683	1,281	5,25
İNGİLTERE	0	3	1,176	1,265	0
KIRMIZI	2	2	1,219	1,219	5
KONSERLER	1	4	1,190	1,315	7
MANCHESTER UNİTED	0	3	1,176	1,265	0
ORTA KALİTE	0	1	1,176	1,205	0
ÖĞRENCİ DOSTU	0	2	1,176	1,314	0
RED	0	1	1,176	1,205	0
SİNEMA BİLETİ	0	2	1,176	1,314	0
SPOTİFY	0	1	1,176	1,330	0
ŞAFAK SEZER	0	2	1,176	1,219	0
TELSİM	1	1	1,190	1,205	2
TEOMAN	0	1	1,176	1,219	0
TÜNEL	0	1	1,176	1,205	0
UCUZ	3	4	1,234	1,298	26
VODAFONE ARENA	2	3	1,205	1,250	2
VODEM	1	1	1,219	1,205	0
YABANCI	1	1	1,190	1,205	0
YAVAŞ İNTERNET	0	3	1,176	1,348	0
YENİ	0	1	1,176	1,205	0
YURTDIŞI	1	3	1,677	1,281	0
VİRGÜL	1	1	1,190	1,234	2

Tablodan da görüldüğü üzere, iki marka arasında Turkcell giden derece (44) ve giden yakınlık (128) bakımından en yüksek değerlere sahip olan markadır. Turkcell'i sırasıyla 37 ve 136 değerleri ile Vodafone takip etmektedir. Toplam 83 çağrışım arasından "reklamlar" çağrışımı en yüksek giden dereceye (12) ve en yüksek 6. giden yakınlığa (1,559) sahipken, "bedava" çağrışımı en yüksek gelen dereceye (7) ve en yüksek 13. gelen yakınlığa (1,299) sahiptir.

Giden derece bakımından en güçlü olan üç çağrışım sırasıyla "reklamlar" (12), "kampanyalar" (9) ve "avantajlı" (8) biçimindedir. Gelen derece açısından bakıldığında ise ağdaki en güçlü çağrışımın sırasıyla "bedava" (7), "kaliteli" (6), "sarı" (6) ve "kampanyalar" (5) biçiminde olduğu görülmektedir. Giden yakınlık değerleri bakımından en güçlü çağrışımın sırasıyla "kampanyalar" (1,687), "avantajlı" (1,686), "gençturkcell" (1,683) ve

“freezone” (1,683) biçimindedir. Gelen yakınlığa bakıldığında, “kaliteli” (1,467), “pahalı” (1,464), “müşteri hizmetleri” (1,464) ve “zengin” (1,461) çağrışımlarının en yüksek değerlere sahip olduklarını görülmektedir. Son olarak ağda arasındalığı en yüksek olan üç çağrışım ise “kampanyalar” (46,950), “bedava” (36,750) ve “kaliteli” (36) biçimindedir. Bu değerlerin marka imajları açısından yorumlanmasına tartışma kısmında yer verilecektir.

Elbette markaların her birine daha yakından bakmak istendiğinde, bu değerlerin her birini marka bazında ayrıştırarak sunmak mümkündür. Fakat böylesi bir durumda her markanın kendine has veri toplamını gösteren toplam matris değerleri üzerinden analiz yapmak gerekir ki gerek araştırmanın öncelikli amacı (marka imajlarını rekabetçi bir biçimde incelemek) gerekse çalışmadaki yer sınırı nedeniyle, her bir markanın ayrı ayrı analiz sonuçlarına burada ayrıca yer verilmemiştir.

Çağrışımlar arasındaki bağlantıyı açıklamak ve ağın bütününe ilişkin çıkarımlarda bulunmak için ayrıca çağrışımların kümelenmesine de bakılmıştır. Bu kapsamda ağ içinde 4 çağrışımın birleşmesiyle oluşan 12 kümenin, 3 çağrışımından oluşan 48 kümenin olduğu görülmektedir. Tablo 3’te toplamdaki 60 küme ve bu kümelerin üyeleri yer almaktadır.

Tablodaki 60 kümeden 9’unda hem Vodafone hem de Turkcell markaları ortak biçimde yer almaktadır. Her iki markanın da anıldığı bu kümelere bakılırsa (Bkz. Tablo 3, ilk 9 grup), Vodafone ve Turkcell denildiğinde akla gelen diğer çağrışımlar şunlar olmaktadır: Bedava (2 farklı grubun üyesi), kampanyalar, tarifeler, internet, Avea, müşteri hizmetleri, reklamlar, sponsorluk. Yine her iki marka hem “yüksek çekim gücü” hem de “düşük çekim gücü” ile anılmaktadır. Bu kümeler bize markaların özgün oldukları alanları göstermese de rekabet ettikleri alanları göstermektedir.

Rekabet edilen alanlardaki mevcut durumlarının nasıl olduğuna daha yakından bakmak için ise üç farklı yol izlenebilir: İlk olarak sosyogramdaki ortak düğümlere ilişkin bağlantıların, her bir markaya özel ağırlıkları kıyaslanabilir. Bir örnek olarak Şekil 2’de ortak çağrışımlardan birisi olan “yüksek çekim gücü” çağrışımına Vodafone’dan gelen bağlantının gücü ile Turkcell’den gelen bağlantının gücü kıyaslanabilir. Bu bize hangi markanın bu konudaki çağrışımının daha güçlü/daha zayıf olduğunu gösterecektir. Sosyogramdan “yüksek çekim gücü” çağrışımının her iki marka için de anılmakla birlikte Turkcell için daha güçlü bir çağrışım olduğu görülmektedir. Netdraw yazılımı, her bir bağlantının üzerine bağlantının gücünü gösteren değerlerin eklenmesine izin vermektedir. Bununla birlikte, yer sınırı ve

okunurluğu güçleştirmesi bakımından sosyogramda bu değerler özellikle belirtilmemiştir.

İkinci olarak her bir markaya özel olarak gerçekleştirilen sosyal ağ analizinin sonuçları karşılaştırmalı biçimde incelenebilir.

Tablo 3: Marka Çağrışımlarına Yönelik Kümelenme Sonuçları

HER İKİ MARKANIN DA YER ALDIĞI KÜMELER
1: TURKCELL BEDAVA KAMPANYALAR TARİFELER VODAFONE
2: TURKCELL BEDAVA VODAFONE İNTERNET
3: TURKCELL HIZLI İNTERNET VODAFONE
4: TURKCELL AVEA VODAFONE
5: TURKCELL MÜŞTERİ HİZMETLERİ VODAFONE
6: TURKCELL REKLAMLAR VODAFONE
7: TURKCELL SPONSORLUK VODAFONE
8: TURKCELL VODAFONE YÜKSEK ÇEKİM GÜCÜ
9: TURKCELL VODAFONE DÜŞÜK ÇEKİM GÜCÜ
SADECE TURKCELL MARKASINA AİT ÇAĞRIŞIMLARIN DOĞRUDAN (10-36 ARASI) VE DOLAYLI (37-40) YER ALDIĞI KÜMELER
10: TURKCELL 4,5 G HIZLI İNTERNET
11: TURKCELL ENSAR VAKFI SPONSORLUK
12: TURKCELL BEDAVA GENÇTURKCELL KAMPANYALAR TARİFELER
13: TURKCELL GENÇTURKCELL YILDIZ TİLBE
14: TURKCELL HIZLI İNTERNET KALİTELİ
15: TURKCELL KALİTELİ KAMPANYALAR
16: TURKCELL KALİTELİ MÜŞTERİ HİZMETLERİ
17: TURKCELL KALİTELİ PAHALI
18: TURKCELL KALİTELİ YÜKSEK ÇEKİM GÜCÜ
19: TURKCELL KÖKLÜ YERLİ
20: TURKCELL BEDAVA DAKİKA
21: TURKCELL MAVİ SARI TURKCELL'L BAĞLAN HAYATA
22: TURKCELL BEDAVA SMS
23: TURKCELL NİL KARABRAHİMĞİL ÖZGÜR KIZ REKLAMLAR
24: TURKCELL PAHALI PAKET AŞIMI
25: TURKCELL HIZLI İNTERNET PAKET AŞIMI
26: TURKCELL RAGA OKTAY REKLAMLAR
27: TURKCELL SARI YÜKSEK ÇEKİM GÜCÜ
28: TURKCELL SARI SELOCAN
29: TURKCELL REKLAMLAR SELOCAN

30: TURKCELL REKLAMLAR SERTAB ERENER
31: TURKCELL SERTAB ERENER TURKCELL'L BAĞLAN HAYATA
32: TURKCELL 4 ÇEKER SERTAB ERENER
33: TURKCELL HIZLI İNTERNET SUPERONLİNE
34: TURKCELL SPONSORLUK TURKCELL SUPER LİG
35: TURKCELL YAYGIN YÜKSEK ÇEKİM GÜCÜ
36: TURKCELL REKLAMLAR YILDIZ TİLBE
37: ANTEN SARI SELOCAN
38: ANTEN REKLAMLAR SELOCAN
39: 4 ÇEKER JEEP SERTAB ERENER
40: KALİTELİ PAHALI ZENGİN İŞİ
SADECE VODAFONE MARKASINA AİT ÇAĞRIŞIMLARIN DOĞRUDAN (41-56 ARASI) VE DOLAYLI (57-60) YER ALDIĞI KÜMELER
41: BEDAVA KAMPANYALAR TARİFELER VODAFONE AVANTAJLI
42: KAMPANYALAR TARİFELER VODAFONE AVANTAJLI UCUZ
43: KAMPANYALAR VODAFONE AVANTAJLI YURTDIŞI
44: VODAFONE BEŞİKTAŞ MANCHESTER UNİTED VODAFONE ARENA
45: VODAFONE BEŞİKTAŞ VODEM
46: VODAFONE BEYAZ KIRMIZI
47: REKLAMLAR VODAFONE BEYAZIT ÖZTÜRK
48: REKLAMLAR VODAFONE FASULYE
49: BEDAVA KAMPANYALAR TARİFELER VODAFONE FREEZONE
50: VODAFONE İNGİLTERE YABANCI
51: REKLAMLAR VODAFONE KIRMIZI
52: VODAFONE ÖĞRENİ DOSTU UCUZ
53: REKLAMLAR VODAFONE ŞAFAK SEZER
54: VODAFONE DÜŞÜK ÇEKİM GÜCÜ UCUZ
55: SPONSORLUK VODAFONE ARENA
56: VODAFONE DÜŞÜK ŞEKİM GÜCÜ YAVAŞ İNTERNET
57: BEDAVA KAMPANYALAR AVANTAJLI KONSERLER
58: BEDAVA AVANTAJLI FESTİVAL
59: BEDAVA KAMPANYALAR FREEZONE KONSERLER
60: BEDAVA KAMPANYALAR SİNEMA BİLETİ

Üçüncü olarak ise, kümelenme analizinin diğer sonuçlarına başvurulabilir. İçinde Vodafone kelimesinin geçtiği çağrışım kümeleri, içinde Turkcell'in geçtiği çağrışım kümeleri ile karşılaştırmalı biçimde incelendiğinde, markaların rekabet edilen alanlardaki pozisyonlarına ilişkin

daha net bilgi edinilebilir. Tablo 3'te Turkcell ve Vodafone'a özgü olan çağrışım kümeleri yakından incelendiğinde görülmektedir ki Turkcell denildiğinde otomatik olarak akla gelenler "gençturkcell", "kampanyalar" "tarifeler", "dakika" ve "SMS" olurken, Vodafone denildiğinde ilk akla gelenler "kampanyalar", "tarifeler", "avantajlı" "konserler", "sinema bileti" olmaktadır. Bu örnekten de görüldüğü gibi, her iki marka için de anılan "bedava" çağrışımının Turkcell'le ilgili çağrışım kümelerindeki sıklığı daha düşüktür.

5. Tartışma ve Sonuç

Temel olarak Henderson vd. (1998)'nin, Teichert ve Schöntag'ın (2010) ve Wang ve Horng'un (2016) çalışmalarına dayanan bu araştırmanın amacı markaya ilişkin çağrışımların keşfedilmesinde alternatif ve kullanışlı bir yöntem olarak sosyal ağ analizini tanıtmak ve bu yöntemin marka imajlarının derinlemesine ve rekabetçi biçimde keşfine nasıl olanak sağladığını Turkcell-Vodafone markaları üzerinden göstermektir.

Çağrışımsal Ağ Kuramına entegre edilebilen bir yöntem olarak sosyal ağ analizi, bireyin markayla ilişkili çağrışımlarını kendi durumsallığı içerisinde incelemeye izin vermesi bakımından önemli bir ihtiyaca cevap vermektedir. Keza tüketicinin markaya ilişkin olarak zihninde kaydetmiş olduğu bilginin yapısını kendi öznelliğinde ortaya koyabilecek keşifsel yöntemlerin önemi, marka alanında giderek daha da çok vurgulanır hale gelmiştir. Dahası sosyal ağ analizi, keşifsel nitelikteki verilerin kantitatif biçimde incelenmesine de hizmet eden, uygulanması kolay bir analizdir.

Sosyal ağ analizi, diğer yöntemlerden farklı olarak markalara üç farklı seviyede bilgi sağlamaktadır: Çağrışım (düğüm) seviyesinde, grup seviyesinde ve bütüncül olarak ağ seviyesinde.

Çağrışım seviyesinde gerçekleştirilen analiz, temel olarak markaya ilişkin algıların ya da çağrışımların tek tek keşfine izin verdiği gibi, aynı zamanda her bir algının ağ içindeki diğer algılara göre konumunu da analiz eder. Bu kapsamda her bir çağrışımın ağdaki konumunu belirlemek ve çağrışımlar arasındaki bağlantıyı açıklamak için merkezilik ölçütleri kullanılır. Marka teorisi açısından bakıldığı zaman, marka kimliği oluşturma ya da markayı yeniden konumlandırma sürecinde, markaya ilişkin hangi özelliklerin (çağrışımların) öne çıkartılması ve hangi özelliklerin geri çekilmesi gerektiğinin belirlenmesinde ya da markaya ilişkin hangi özelliklerin tüketici nezdinde beklenen etkiyi yarattığını belirlemede merkezilik ölçülerinden

yararlanılabilir³⁴. Örneğin bu araştırmanın sonuçlarına göre giden derece ve giden yakınlık değerleri bakımından ağdaki en güçlü değerlere sahip olan çağrışımlar “reklamlar” ve “bedava” çağrışımlarıdır. Bu çağrışımlardan her ikisi de Turkcell ve Vodafone denilince ortak biçimde akla gelen çağrışımlardır.

Bu durumda eğer her iki markanın yöneticileri bu çağrışımlara odaklanırlar iseler, bu durumun hem avantajını hem de dezavantajını yaşarlar. Avantajını yaşarlar, çünkü bu çağrışımlar sosyal ağdaki diğer çağrışımlarla en çok ilişki içinde olan çağrışımlardır. Bu nedenle bu çağrışımlar uyarıldığı zaman, tüketicinin hafızasında markayla ilgili birçok diğer çağrışım da uyarılmış olacaktır. Böylece markaya ilişkin algılar kolaylıkla pekişecektir. Ancak marka yöneticileri markalarına ilişkin olarak bu çağrışımlara odaklanırlar iseler, aynı zamanda bu durumun dezavantajını yaşarlar, çünkü her iki markaya da ait olan bir çağrışımı güçlendirecek nitelikteki bir iletişim çabasına girmek, markaya özgün bir kimlik kazandırmaz. Böylece pazarlama iletişimi alanında harcanan bütçe, markanın uzun dönemli amaçları bakımından etkisiz biçimde harcanmış olur.

Eğer markalar farklılaşmalarını sağlayacak çağrışımlara odaklanmak istiyorlarsa, kendilerine has olarak ortaya çıkan çağrışımlardan merkezilik değerleri yüksek olanları seçmelidirler. Bu anlamda Turkcell markasının “hızlı internet”, “gençturkcell” ve “kaliteli” çağrışımlarına odaklanması, Vodafone’un ise “avantajlı”, “freezone” ve “ucuz” çağrışımlarına odaklanması gerekecektir. Bu noktada şunu da vurgulamak gerekir, eğer merkezilik değeri yüksek olan çağrışım markanın istemediği ya da olumsuz anlam içeren bir çağrışım ise (örneğin Turkcell için pahalı çağrışımı gibi), marka yöneticileri kasıtlı biçimde farklı pozisyon almayı seçebilir.

Markalara bilgi sağlayan bir diğer merkezilik ölçütü de arasındalıktır. Keza arasındalığı yüksek olan çağrışımlar, tüketicinin hafızasında markaya özgün çağrışımların tamamına yönelik bir iletken görevi görerek, hafızada tüm çağrışımların aktif hale gelmesine neden olurlar³⁵. Bu araştırmanın sonuçlarına göre ağda arasındalığı en yüksek olan üç çağrışım “kampanyalar”, “bedava” ve “kaliteli” biçimindedir. Bu çağrışımlardan ilk ikisi her iki markaya da ait olan çağrışımlardır, marka yöneticileri bu iki çağrışımı kendi markalarına yönelik dikkat çekmek için kullanabilirler. Son çağrışım ise Turkcell markasına ait bir çağrışımıdır ki, marka yöneticileri hedef kitlelerinin zihnindeki marka imajını genişletmek ve güçlendirmek için, markalarının

³⁴ Wang ve Horng, a.g.e., s. 30.

³⁵ Wang ve Horng, a.g.e., s. 31.

konumunu bu özellik etrafında organize edebilirler. Görüldüğü gibi, sosyal ağ analizi markaya ilişkin çağrışım yapısının anlaşılmasına kolayca hizmet eden, uygulanması kolay bir analiz metoduna dayanmaktadır.

Sosyal ağ analizi markalara ilişkin çağrışımlara bireysel olarak odaklanmamıza imkân verdiği gibi, grup seviyesinde odaklanmamıza da imkân verir. Bu anlamda, kümelenme ölçütlerinden faydalanılır ki, bahsedildiği üzere bir sosyal ağda, düğümler arasındaki kümelenmenin varlığını gösteren temel ölçütler kliklerdir. Klikler, marka imajının tüketici zihnindeki boyutlarını ve alt boyutlarını görmemize yardım ederler. Bu haliyle kümelenme, marka imajı ölçeğinin alt boyutlarını gösteren bir faktör analizine benzetilebilir. Bu araştırmanın sonuçlarına göre, markalara ilişkin sosyal ağda toplamda 60 küme yer almaktadır. Tahmin edilebileceği gibi, bir kümenin içindeki çağrışım(lar) bir başka kümenin içinde de farklı biçimlerde yer alabilmektedir. Oluşan kümelerin üye sayısına bakıldığında 60 kümenin 12'sinin 4 adet çağrışımdan oluştuğu, geriye kalan 48 kümenin ise 3 çağrışımdan oluşan kümeler olduğu görülmektedir. Bu kümelerden 9'unda hem Vodafone hem de Turkcell markaları ortak biçimde yer almaktadır. Dolayısıyla her iki markanın da anıldığı bu kümeler bize Vodafone ve Turkcell denildiğinde akla gelen diğer çağrışımları göstermektedir: "Bedava", "kampanyalar", "tarifeler", "internet", "Avea", "müşteri hizmetleri", "reklamlar", "sponsorluk", "düşük çekim gücü" ve "yüksek çekim gücü".

Kümelenme analizi sadece markaların birbirileriyle rekabet ettikleri çağrışımları ortaya koymaz, aynı zamanda markaların özgün boyutlarını da ortaya çıkarır. Kümelenme sonuçlarına sadece Turkcell'i ve sadece Vodafone'u içeren kümeler açısından bakıldığında Turkcell'in toplam 60 kümeden 27'sinde doğrudan, 4'ünde ise dolaylı biçimde olmak üzere toplam 31 kümede yer aldığı görülmektedir. Vodafone ise 60 kümenin 16'sında doğrudan 4 tanesinde ise dolaylı biçimde olmak üzere 20 kümede özgün biçimde yer aldığı görülmektedir. Bu haliyle Turkcell'e ilişkin kümeler, marka imajının boyutlarını yansıtmanın ötesinde bize bu markayla ilgili tüketici zihninde daha gelişmiş bir yapılanmanın olduğunu da göstermektedir. Bulgular ayrıca Turkcell'in özgün manada "kaliteli", "interneti hızlı", "çekim gücü yüksek" ancak "pahalı" bir marka olarak algulandığını, Vodafone'un ise "avantajlı", "yurtdışı kullanımına uygun", "ucuz", "öğrenci dostu", "konserler" ve "sinema bileti" gibi promosyonları olan ancak göreceli olarak "çekim gücü düşük" ve "orta kalite" bir marka olarak algulandığını göstermektedir. Yine kümelenme analizinin sonuçları, her iki markanın reklamlarının da etkin biçimde çalıştığını göstermektedir. Keza reklamlarda vurgulanan ya da kullanılan birçok öğe (reklam jingle'ı, reklamda yer alan ünlüler, markanın sloganı,

markanın renkleri, reklam stereotipleri [selocanlar], reklamda vurgulanan promosyonlar, tarifeler, kampanyalar vb.) tüketicinin zihninde kendine yer bulmuştur.

Son olarak sosyal ağ analizi, markalara bütüncül olarak ağ seviyesinde analiz imkânı da sağlamaktadır. Eğer sadece bir marka üzerinde çalışılmış ise, sosyal ağ analizi markanın geneline yönelik toplam algıları ölçmemize ve bu algıların konumlandırma çabamızla ne kadar örtüşüp ne kadar ayrıştığını anlamamıza yarar. Eğer ki, bu örnekte olduğu gibi birden çok marka üzerinde çalışılmış ise, böyle bir durumda markaların imajlarını ortaya koymakla kalmaz aynı zamanda rekabetçi pozisyonlarının da analizine imkân verir.

Bu araştırmanın sonuçlarına bu açıdan, yani ağın toplamı üzerinden bakıldığı zaman, her iki markanın birbiriyle aktif rekabet içerisinde olduğu görülmektedir. *Ortak çağrışımlarının varlığının yanı sıra özgün çağrışımların içeriği* de markaların rekabetini doğrulamaktadır. Örnek olarak, Turkcell “yerli” olarak algılanmakta iken Vodafone “yabancı” dahası “İngiliz” olarak algılanmakta, Turkcell’in “pahalı” ve “zengin işi” olarak algılanmasına karşın Vodafone “ucuz” ve “öğrenci dostu” biçimde algılanmaktadır.

Yine ağın bütüncül olarak analizinin bir devamı olarak, gerek çağrışımların gücü ve yaygınlığı, gerekse marka imajının alt boyutlarının zenginliği açısından Turkcell’in tüketici zihninde Vodafone’dan biraz daha güçlü – yerleşik bir pozisyonda olduğu görülmektedir. Muhtemelen bu durum, Turkcell’in pazara Vodafone’dan önce girmesinden kaynaklanmaktadır. Tüketicinin zihninde Turkcell’in daha pahalı olması da markanın pazar liderliğine Vodafone’dan daha yakın olduğunu doğrulamaktadır. Ne var ki Vodafone ilişkin çağrışımlar birinci seviyede Turkcell’in ki kadar güçlü değilse de, markanın ikinci seviyedeki çağrışımları ağdaki diğer çağrışımlarla aktif bir ilişki içerisinde. Bu da Vodafone markasının da tüketici zihninde yerleşik bir pozisyona sahip olduğunun bir göstergesidir.

Her ne kadar markalara yönelik genel imajla ilgili açıklamalar bir önceki sayfanın son paragrafında kısmen sunulmuş ise de, burada vurgulanması gereken bir diğer konu da şudur ki, kümeleme analizinin sonuçları marka imajının tamamını resmetmeye yetmez. Marka imajının tamamını görmek için, markaların kendine has çağrışımlarının tamamına bakmak gerekir. Çünkü bu çağrışımların hepsi bir kümenin –bir alt boyutun- içinde yer almayabilir. Araştırmanın sonuçlarına bu açıdan bakıldığı zaman, Turkcell’in eski CEO’su Süreyya Ciliv’in marka imajının bir ögesi olduğu görülmektedir. Benzer şekilde Vodafone markasının reklamlarında oynayan pop-rock şarkıcısı Teoman da Vodafone marka imajının bir ögesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bütün bu bulgular, bize sadece Turkcell ve Vodafone markasına ilişkin bilgiler sunmamakta aynı zamanda marka imajının öğelerine yönelik mevcut literatürü de doğrulamaktadır. Keza, marka alanındaki literatür, markaların ülke kökenlerinin, ürün özelliklerinin, marka kişiliklerinin, CEO'larının ve reklamda kullanılan ünlülerin de marka kimliğinin dolayısıyla da marka imajının bir ögesi olduğunu ifade etmektedir^{36,37}.

Görüldüğü üzere, keşifsel yönetime dayanan sosyal ağ analizi, markaya ilişkin çağrışım yapısının anlaşılmasına kolayca hizmet eden, uygulanması kolay bir analiz metoduna dayanmaktadır. Dahası sosyal ağ analizi metodolojik olarak, markalara tamamen sayısal ya da tamamen görsel nitelikteki analiz yöntemlerinin sunabileceğinden fazlasını sunmaktadır³⁸. Şöyle ki, sosyal ağ analizi farklı çağrışımlar arasındaki ilişkileri tanımlayarak ve diğer çağrışımların akla gelmesini (hatırlanma) kontrol edebilecek nitelikteki çağrışımları bularak, hedef kitlenin markayla ilgili algı yapısını anlamamızı sağlar. Üstelik yöntem, markalara ilişkin algıların tek tek keşfine izin verdiği gibi, toplu biçimdeki keşfine de izin verecek esnekliktedir. Böylece bu yaklaşım markanın sadece kendisi ile ilgili değil rakipleri ile de ilgili bilgiler sağlayan, dolayısıyla da rekabetçi bilgiler sunan bir yöntem olarak marka yöneticileri için de son derece faydalı ve kullanışlı niteliktedir.

Yöntembilimsel açıdan önemi giderek artmasına rağmen Türkiye'de marka alanında hiç kullanılmamış bir yöntemi, sosyal ağ analizini, marka imajının keşfedilmesinde alternatif bir yöntem olarak okuyucuyla buluşturması bu çalışmanın özgün değerinin bir boyutunu oluşturmaktadır. Türkiye'deki iki rakip mobil GSM operatörü olan Turkcell ve Vodafone markalarına ilişkin mevcut çağrışımları ortaya koyarak sektöre yönelik rekabetçi bilgiler sunması da araştırmanın özgün değerinin diğer boyutudur.

Bu araştırmanın temel kısıtı yöntemin genellemeye izin vermemesidir. Bu kapsamda araştırmanın yinelenmesi sonuçların geçerliliğini ve güvenilirliğini arttıracaktır. Ayrıca araştırmada sadece bir kodlayıcı vardır. Alandaki gelecek çalışmaların bir ekip tarafından yürütülmesi ve verilerin farklı kodlayıcılarca tekrarlı biçimde kodlanması bu kısıtı ortadan kaldıracaktır. Genel anlamda yöntemin kendisiyle ilgili kısıtlardan bahsetmek gerekirse, sosyal ağ analizi markanın belli bir tarihteki imajını yansıtan bir veridir. Dolayısıyla markayla ilgili çevresel koşulların tamamından anlık olarak etkilenebilen bir yöntemdir. Sosyal ağ analizinin panel veriyle

³⁶ David Aaker, *Güçlü Markalar Yaratmak*, 4. Baskı, İstanbul, Mediacat, 2014, s. 95.

³⁷ Jean Noel Kapferer, *Strategic Brand Management*, New York, Free Press, 1992, s.42.

³⁸ Wang ve Horng, a.g.e., s. 22.

yürütülmesi bu kısıtın önüne geçerek, marka imajının zaman içindeki seyrini görmemize olanak sağlayabilir. Ayrıca sosyal ağ analizinde kullanılan verinin kalitesi, sonuçların genellenebilirliği bakımından son derece önemlidir.

Bu araştırmanın marka alanında çalışan herkese faydalı olması umulmaktadır. Keza artan önemine rağmen, sosyal ağ analizi marka yönetimi alanındaki akademisyenlerin ve uygulamacıların fazlaca bilmediği bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle gelecekteki marka çalışmalarının bu yöntemi daha aktif biçimde kullanması, hem yöntemin kullanım güçlüklerine ilişkin sorunların üstesinden gelinmesine hizmet edecektir, hem de bu yaklaşımın marka genişletme ya da pazarlama iletişimi gibi farklı alanlarda nasıl kullanılabilceğine ilişkin yeni görüşlerin ve yöntemlerin gelişmesine de yardımcı olacaktır.

KAYNAKÇA

AAKER, David, **Güçlü Markalar Yaratmak**, 4.bs, İstanbul, MediaCat, 2014.

AAKER, Lenner L....[et al.], "Consumption Symbols as Carriers of Culture: A Study of Japanese and Spanish Brand Personality Constucts", *Journal of Personality and Social Psychology*, 2001, Vol 81, No.3, s. 492.

ANDERSON, John. R. and Gordon H. BOWER, **Human Associative Memory**, Washington, DC, Winston & Sons, 1973.

ARGAN, Mehpare Tokay, "E-Şikâyetle İlgili Tanımlayıcı Bir Çalışma: Şikâyet Forumu Olarak Bir Web Sitesinin Sosyal Ağ Analizi", *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 2014, Cilt 5, No 1, s. 49-66.

BIEL, Alexander L., "How Brand Image Drives Brand Equity", *Journal of Advertising Research*, Vol. 32, No. 6, (1992), s. RC6-RC12.

COLLINS, Allan M. and Elizabeth F. A. LOFTUS, "Spreading-Activation Theory of Semantic Processing", *Psychological Review*, Vol. 82/6, 1975, s. 407.

DEDEOĞLU, Ayla Ö. ve İpek SAVAŞCI, "Tüketim Kültüründe Beden Güzelliği ve Yemek Yeme Arzuları: Kadınların Tüketim Pratiklerine Yansması", *Ege Akademik Bakış*, 2005, Cilt 5, Sayı 1-2, s. 77-88.

DEMİR, Hülya ve Fatih TAKTAK, "Konumsal Veri Üzerine Sosyal Ağ Analizi (SAA): Afyonkarahisar Örneği", *Harita Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 2011, Cilt 3, No.1, s 7-16.

FREEMAN, Linton C., **The Development of Social Network Analysis: A Study in the Sociology of Science**, Vancouver, BC: EmpiricalPress, 2004.

GER, Güliz, "Tüketici Araştırmalarında Nitel Yöntemler Kullanmanın İncelikleri ve Zorlukları", *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 2009 Haziran, Cilt 1, No. 1, s. 1-19.

GÜRSAKAL, Necmi, **Sosyal Ağ Analizi**, Bursa, Dora Yayıncılık, 2009.

HENDERSON, Geraldine...[et al.], "Brand Diagnostics: Mapping Branding Effects Using Consumer Associative Networks", *European Journal of Operational Research*, 1998, Vol. 111, No. 2, s. 306-327.

HERZOG, Herta, "Behavioral Science Concepts for Analyzing the Consumer", *Journal of Marketing and the Behavioral Sciences*, 1963, s. 76-86.

ILICIC, Jasmina and Cynthia M. WEBSTER. "Jerry Seinfeld: Exploring Human Brand Associations." **Australian and New Zealand Marketing Academy Conference**, Christchurch, New Zealand. 2010.

JOHN, Deborah R....[et al.], "Brand concept maps: A Methodology for Identifying Brand Association Networks", *Journal of Marketing Research*, 2006, Vol 43, No. 4, s. 549-563.

KAPFERER, Jean Noel, **Strategic Brand Management**, New York, Free Press, 1992.

KELLER, Kevin Lane, **Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity**, New Jersey, Prentice-Hall, 1998.

NEWMAN, Joseph W., "New Insight, New Progress for Marketing", *Harvard Business Review*, Vol. 35, (November-December 1957), p. 95-102.

PARK, Su-e...[et al.], "Visualizing E-Brand Personality: Exploratory Studies on Visual Attributes and E-Brand Personalities in Korea", *International Journal of Human-Computer Interaction*, 2005, Vol 19., No. 1, s. 7-34.

SCOTT, John, **Social Network Analysis: A Handbook (2nd ed.)**, London, Sage, 2000.

STRAUSS, Anselm ve Juliet CORBIN, **Basics of Qualitative Research Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory**, 2nd edition, London, Sage Publications, 1998.

TEICHERT, Thorsten A. And Katja SCHÖNTAG, "Exploring Consumer Knowledge Structures Using Associative Network Analysis", *Psychology & Marketing*, 2010, Vol. 27, No 4, s. 369-398.

TURGUT, Ercan ve Memduh BEĞENİRBAŞ, "Örgütsel Davranış Değişkenleri Arasındaki İlişkinin Ağ Analizi İle İncelenmesi: Journal Of Organizational Behavior Dergisi Örneği", *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl 7, Sayı 13, Sonbahar 2015, s. 231-246.

TURGUT, Ercan ve Memduh BEĞENİRBAŞ, "Türkiye'deki Örgütsel Davranış Yazınına Bakış: Örgütsel Davranış Kongrelerinin Yazar ve İçerik Yönünden Ağ Analizi ile İncelenmesi", *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2016, Cilt 18, No.1, s. 328-354.

WANG, Hui-Ju and Shun-Ching HORNG, "Exploring Green Brand Associations through a Network Analysis Approach", *Psychology & Marketing*, 2016, Vol.33, No 1, s. 20-35.

WASSERMAN, Stanley and Katherine FAUST, **Social Network Analysis: Methods and Application**, Cambridge, Cambridge University Press, 1994.

Sayfa/Page | 48

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

Summary

Mainly builds on previous works of Henderson et al. (1998), Teichert and Schöntag (2010) and Wang and Horng (2016), the goal of this study is to introduce social network analysis as an alternative and useful method in exploring current brand associations and to illustrate how this method can be applied to brands in revealing brand images in depth and competitively through the cases of Turkcell and Vodafone brands. Since brand imagery is stored in consumers' minds, theoretical roots of this study are in the Human Associative Network Theory, Spreading Activation Theory and branding literature. In seeking to provide new solutions to branding literature by combining different approaches, methodologically this study is an application of integrating a qualitative method, Zaltman's metaphor elicitation technique, into a quantitative one: Social network analysis.

The advantages of social network analysis method that cannot be achieved with other purely visual or quantitative analysis methods have been shown within this study. As Wang and Horng (2016) emphasized, this approach can explore how people make brand associations by identifying the relationships among different brand associations and finding the important associations that control the recall of other associations. Also social network analysis can provide competitive managerial information for brand managers³⁹. In this context, a three levels social network analysis was conducted. In the first level, all brand associations were analyzed one by one on the node level based on the location of a node within a network relative to other nodes. Here the goal was to reveal insights about salient and overlapped brand image components that can be affected through short-term marketing activities. In the second level, groups of brand associations were analyzed in order to explore the image dimension of brands that characterize a brand and thus can be changed in the medium term.

³⁹ Wang ve Horng, a.g.e, s. 22

In the third level, the structure of the whole network was examined as parallel to brand image, which can be managed over the long term⁴⁰.

Summarizing from the analysis on all three network levels for about two competing brands of mobile GSM sector in Turkey, it can be concluded that as the two brands have original associations besides similarly shared ones. This can be implied from both the node level analysis and network-level analysis. However, Turkcell does have several advantages over Vodafone in terms of the strength of the associations. It is a brand that is well embedded in consumers' overall knowledge structure, and most of its individual nodes are positioned in the first order level as compared to Vodafone. However, we should also mention that despite the first order nodes of Vodafone is weaker, its second order individual nodes are well connected such that they quickly activate each other. As concluded from the group level analysis, both brands have mainly succeeded in differentiating itself in terms of product attributes and other brand related, non-brand related attributes, despite there are some degree of brand confusion. In the network level, Turkcell is mainly seen as characterized by rich positive image with a strong emphasis on its qualified services, youth club, its slogan and prestige. However, it is also seen as a pricey brand. Vodafone, on the other hand, is perceived as a functional economical brand that offers several promotions for its youth club Freezone. However the brand should avoid negative associations that connect low prices with low quality. Also, here we can see the power of advertisements in consumers' mind. There are several groups for both brands about the advertisements, advertised product attributes, campaigns and celebrities used in TV ads.

When looked two brands competitively, it can be easily seen that Vodafone brand uses "against positioning" decision in its marketing communication. Since Turkcell is an older company that entered the market before Vodafone, it does have several advantages in associations such as prestigious, old, domestic, pioneer, rooted over Vodafone. Thus Vodafone has positioned itself as completely against the Turkcell as "foreign" but "worldwide brand". It is also "functional" and "cheaper".

Finally it should be mentioned that the results not only shows the imagery of two competing brands, also supports the previous literature stating the elements of brand image such as Ceo of the brand, celebrities used in the brand, country of origin, brand personality and other brand attributes.^{41,42}

⁴⁰ Teichert, and Schöntag, a.g.e., s.369.

⁴¹ Aaker, a.g.e., s 95.

In terms of original contribution this study not only provides a different analytic perspective for marketing academicians, but also offers competitive information to the mobile GSM sector by revealing current associations about two competing brands in Turkey: Turkcell and Vodafone.

Sayfa/Page | 50

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

⁴² Kapferer, a.g.e., s.42.

An Overview of the Middle East Immigrants in the EU: Origin, Status Quo and Challenges*

Song NIU**, Bing FAN***

Abstract

EU has the most inhabited immigrant population; it has up to a population of 56 million foreign-born people. And due to the perennial war and chaos in the Middle East, the amount of relocated population in the region, especially the number of refugees, ranks the No.1 all over the world. Therefore, to clarify the main patterns of the movement of people in EU and the Middle East is of great significance in terms of the research on the issues of international migration. There are a large number of refugees and asylum seekers heading to EU countries; it can be divided into four stages. Since the Arab Spring, especially after the outbreak of the civil war in Syria in 2011, and the rise of the "Islamic State" in 2013, the whole EU area have experienced the biggest wave of refugees since World War II.

Keywords: EU, Middle East, Immigrant, Refugee, Syria

AB'deki Orta Doğulu Göçmenlere Genel Bakış: Köken, Mevcut Durum ve Zorluklar

Öz

AB yerleşik göçmen sayısının en fazla olduğu yerdir; Avrupa dışında doğan insanların nüfuzu 56 milyonu bulmaktadır. Orta Doğu'daki bitmek bilmez savaşlar ve kargaşa yüzünden, bölgeye yerleşen insanların, özellikle de sığınmacıların sayısı AB'yi

DOI: <http://dx.doi.org/10.17336/igusbd.03977>

* This article is funded by China National Fund for Social Sciences (13CZJ017); Academic Innovation Team of Shanghai International Studies University; Program of Center for European Union Studies at Shanghai International Studies University.

** Dr., Associate Professor of Middle East Studies Institute, Shanghai International Studies University, Research Fellow of Center for Religion and China's National Security, Fudan University, and Editorial Director of *Journal of Middle Eastern and Islamic Studies (in Asia)*, E-mail: phd_niusong@163.com

*** Dr., Postdoctoral Fellow of School of Advanced International and Area Studies, East China Normal University, E-mail: irbinerfan@163.com

bu açıdan dünyanın bir numaralı göçmen bölgesine dönüştürmüştür. Dolayısıyla AB ve Orta Doğu'daki nüfuz hareketlerine dair temel hatları açığa çıkarmak, uluslararası göç meseleleriyle ilgili araştırmalar bakımından büyük önem taşımaktadır. AB ülkelerine giden çok sayıda sığınmacı ve mülteci vardır. Bu süreç dört aşamaya ayrılabilir. Arap Baharı'ndan bu yana, özellikle de 2011'de Suriye'de patlak veren iç savaş ve 2013 yılında "İslami Devletin" yükselişiyle birlikte, tüm AB bölgesi II. Dünya Savaşı'ndan bu yana gerçekleşmiş en büyük göç dalgasıyla karşılaşmıştır.

Anahtar Kelimeler: AB, Orta Doğu, Göçmen, Sığınmacı, Suriye

Introduction

Along with the continuous expansion of globalization, the movement of people has already become "the third wave of globalization" besides the movement of goods (trade) and the movement of money (finance)¹, which profoundly affects the development process of the world history, and thus receives the global attention. From the global point of view, the EU has the most inhabited immigrant population, although the proportion of the foreign population in the total population is less than the United States and Australia and other countries of immigration, it has up to a population of 56 million foreign-born people. And due to the perennial war and chaos in the Middle East, the amount of relocated population in the region, especially the number of refugees, ranks the No.1 all over the world. Therefore, as the EU and Middle East are two areas that are geographical neighbors and with the frequent movement of people, to clarify their main patterns of the movement of people, namely the concept, origin and current situation of the Middle East immigrants, is of great significance in terms of the research on the issues of international migration. In particular, in view of the current refugee flow, which is the largest one between the two regions after World War II, its practical significance is self-evident.

I. Concept and Causes of the Middle East Immigrants in the European Union

As the research object of this paper, the concept of "the Middle East immigrants in the EU" needs to be based on the understanding and clarification of the two concepts: the EU and the Middle East. From the

¹ Jason DeParle, "Global Migration: A World Ever More on the Move", *The New York Times*, June 26, 2010.

perspective of historical geography, the development of the European Union itself has experienced a gradual evolution. On the one hand, in the course of development of the EU itself, the process of European integration is gradually realized in the specific fields: since 1950s, when the European Coal and Steel Community was first established, the scope had been limited to the management rights in coal and steel sector; in 1957, when the “Treaty of Rome” was signed, it was extended to the economic community with the common customs policy and common agricultural policy, as well as the European Atomic Energy Community; after 1980s, it finally became an “unified internal market” confirmed by a single European document to further open the market and to achieve the complete free flow of personnel, goods, capital and labor within the region; then in 1990s, the European Economic and Monetary Union that achieved monetary integration was established, which completed the unified currency: the Euro. With a brief review of the European integration process, it is not difficult to find that the origin of the EU is actually from the beginning of 1950s. On the other hand, the existing 28 member states of the EU themselves are gradually added to the group. France, Germany, Italy, Holland, Belgium, and Luxemburg formed the alliance in 1951 as a founding member of the European Union. After that, Denmark, Ireland and the United Kingdom (1973), Greece (1981), Spain and Portugal (1986), Austria, Finland, and Sweden (1995) became members of the European Union. In 2004, the EU had realized the largest expansion in the history, ten countries including Poland, the Czech Republic, Hungary, Slovakia, Slovenia, Cyprus, Malta, Latvia, Lithuania and Estonia also joined the European Union, and then Bulgaria and Romania (2007) and Croatia (2013) joined the EU. Therefore, in this paper, the study on the history of the Middle East immigrants in the EU mainly covers the time period of 1950s to present, which is also in accordance of the historical development process of the European Union. Of course, when it comes to a variety of specific issues, we will review the relevant history.

Another geographical concept is the so-called Middle East. In terms of the concept or composition of the Middle East countries, there are different opinions. In the eyes of Europeans, and from the point of view of geographical location, the Middle East involves four geographical regions: the first is the Maghreb, which means “land of the sunset”, composed of the small Maghreb including Morocco, Algeria, Tunisia, plus the large Maghreb including Mauritania and Libya. The second is the Mashrek, meaning the “place of the sun rise”, the region is also called the Near East, including Egypt, Sudan, Syria, Lebanon, Palestine, Israel, Jordan, Turkey, and Cyprus. The third is the Persian Gulf region, which mainly refers to the Persian Gulf countries, including Iran,

Iraq, Kuwait, Saudi Arabia, Bahrain, Qatar, United Arab Emirates, Oman, and Yemen. The fourth is the Central Asian region of Afghanistan and Pakistan. In conclusion, the Middle East, this paper refers to is closer to the definition by the academia in the United States, i.e., the concept of a “Greater Middle East”, which includes 25 countries.² In particular, Cyprus has a dual identity, a Middle East country and an EU Member State at the same time, and we categorize Cyprus as an EU country.

In addition, the definition of the “immigration” is still confusing; there are still a number of different definitions and standards for the concept. The United Nations and other relevant international organizations, such as the International Organization for Migration (IOM), have defined the concept. Overall, the definition of the immigration involves two criteria: first, it is an action across the boundary of national sovereignty; second, the time span living in another country (including Citizenship and non-citizenship). First, immigration is an activity that crosses borders, and will inevitably involve two or more sovereign states, including the immigrating country and emigrating country, so between the two sovereign countries, there are two different directions--emigration and immigration; that is, to further extend to the regional level, which direction the population flows between the two sovereignties in two regions. According to the statistical data in 2007, a total of 18 million people living overseas are emigrants from countries in the Middle East, among which 710 million belongs to population flow within the Middle East region, 740 million in the European Union, and 330 million in other areas of the world.³ As the scale of immigrating population from the Middle East to the EU is much larger than the number of reverse direction, this paper will only examine the specifics of one migration direction, that is, the destinations of the immigrants are the EU Member States, and the origins are countries in the Middle East. In other words, this article does not consider the immigrants from the EU countries to the Middle East, and also does not specifically discuss the immigration status within the EU countries, or immigration flows in the Middle East region. Second, another criterion of immigration is the time span of residence in another country. Generally

² In terms of the concept of the Middle East, this paper refers to the following documents: Bo Wang, *Research on the EU's Foreign Policy to the Middle East*, Beijing: Current Affairs Press, 2010; Lian Wang, *Middle Eastern Politics and Society*, Beijing: Peking University Press, 2009.

³ Michael Bommers, Heinz Fassmann & Wiebke Sievers, eds., *Migration from the Middle East and North Africa to Europe: Past Developments, Current Status and Future Potentials*, Amsterdam: Amsterdam University Press, 2014, p. 216.

speaking, the United Nations defines the immigration standard as living in another country for more than a year, and the time span standard in many European countries is 3 months or more than six. Most European countries usually only allow foreigners to get residence of 3-6 months; living without a visa or residence permit over this period will be considered as settlement, and needs to apply for a residence permit from the relevant departments. Therefore, in the view of the famous immigration expert Thomas Hammar, foreign citizens who stay in a country for more than 3 months can be considered as immigrants; the immigration includes both foreign citizens who obtain residence permit and foreigners without a certificate of residence permit and illegal immigrants.

To sum up, the research object of this paper is “Middle East immigrants in the EU”, which refers to the immigrant groups from the Middle East countries to the EU member countries after 1950s. To clarify the definition of the EU’s Middle East immigrants, we come to its classification. There are various types of immigration; it can be divided from the perspective of the legitimacy of the immigrants, and in accordance with the purpose of migration. In this paper, according to the EU’s national immigration policy and immigration practice, the immigrants in EU countries from the Middle East are divided into the following four categories:

First, the working immigrants, who also known as labor immigration. During the social economy recovery period of Western Europe after World War II, Germany, France, Britain, Austria and other European countries recruit a large number of foreign workers from the great Middle East region. This type of international labor mainly includes contract service workers, trainees, seasonal workers and border workers. Second, family reunion immigration. Most of the EU member states in principle recognize the rights of reunion of legal immigrants and family members. Some Western European countries have clearly defined the rights of immigrant workers who are recruited in accordance with the agreement and the recruitment contract to have a family reunion. Due to this reason, there are many foreign immigrants who came to countries in Western Europe because of their family members. This category is called “family reunion”. Third, refugees and asylum seekers. In accordance with the provisions of the Refugee Convention of the United Nations in 1951, refugees refer to those living abroad and are unable or unwilling to return home due to the fear of “being persecuted because of their racial, religious, and ethnic identity, or membership in a particular social group, or their political opinion”. Asylum seeker refers to those who cross the border to

seek for protection, but may not be strictly in accordance with the standards in the United Nations Convention on the Status of Refugees in 1967 and “the refugee status protocol” in 1951 and other relevant provisions. At the end of the 1980s, an important feature of the change of the international immigration, including European immigrants, was the rapid increase in the number of asylum seekers, especially those who sought refuge from the Middle East. According to the practice of immigration policy and asylum policy in EU Member States, the boundary between refugees and asylum seekers is not easy to distinguish. Fourth, illegal immigrants, who may also be referred to as non-conventional immigrants, can be divided into overdue immigrants, illegal immigrants, fake asylum seekers, those holding fake documents, etc. The typical way is that the human smugglers conduct labor speculation by the transfer of illegal immigrants. Human smugglers, desperate Middle East immigrants and the EU employers who need cheap labor have formed a solid triangle alliance.

With regard to the cause of the formation of the Middle East immigrants in the EU, this article will discuss under the “push/pull model framework” proposed by the British scholar E. G. Ravenstein after the study on the laws of migration. Ravenstein holds the view that the motivations of population migration are the push and pull factors; the push factor refers to all kinds of repulsive forces in the original place of residence which are not conducive to survival and development, such as wars, riots, disaster, and deterioration of ecological environment—factors that have a general impact, or that a region or a small group encounters an accident or misfortune; on the other hand, pull factor refers to the attraction of the destination places. They can not only be a lot of new opportunities, but also special opportunities only for a small group.⁴ The Classic push and pull theory about immigration emphasizes the demand - supply factors in the labor market between the labor importing countries and labor exporting countries. Based on the theory and combined it with historical factors, political factors, social and environmental factors, this article shows a Middle East immigration chain in the European Union. In EU countries and the Middle East countries there is a magnetic field, that is, the EU countries have a strong appeal to the Middle East, while the Middle East countries can make up for the lack of labor force in the EU countries. First, the two sides have structural complementarity in the labor market. Because of the low birth rate of EU countries in recent decades, there has been a lack of labor force, and the

⁴ E. G. Ravenstein, “The Laws of Migration”, *Journal of the Statistical Society of London*, Vol.48, No.2, June 1885, pp. 167-235.

Middle East countries generally have labor surplus and low employment rate, in particular there was a lack of suitable jobs for educated young people. Therefore, the EU countries need the Middle East immigrants to ease the problem of the aging, and the shortage in labor market. Under the “pull factors” effect, between EU countries and the Middle East, there forms a wave of immigration inertia on the history of traditional migration chain. For example: from Pakistan to the United Kingdom, from Algeria to France, from Turkey to Germany, from Morocco to Italy; in addition, the developed market economy in EU countries, good social welfare, and higher level of education are a huge attraction for Middle Eastern immigrants. Under the influence of “push factors”, perennial political unrest and social instability, growing population and a weak economic capacity, as well as the harsh environmental factors in some countries in the Middle East region promote the region to migrate to the more prosperous and peaceful places in the EU.

II. The Historical Process of the Middle East Immigration in EU

Viewing the development process of the Middle East immigrants in the EU, the immigration from the Middle East to the Europe officially started from the post-colonial era, followed by the wave of the labor migration after the World War II, and ended in the 1973 oil crisis, and then EU countries tightened their immigration policies in general. The family reunion immigration due to a large number of previous labor immigration has become the mainstream; in the post-Cold War era, due to the unrest in the Middle East, there were a large number of refugees and asylum seekers heading to EU countries. Specifically, it can be divided into the following four stages:

(i) From 1950s to 1960s: Migration from the former colonies in the post-colonial era to the suzerain states

The first batch of the European Union’s Middle East immigrants came from the former European colonies. After the end of the Second World War, along with the collapse of the colonial system and the upsurge of movement for national independence, the former colonial people could choose to reside either in the former suzerain states or the newly independent nation states, there were a number of local intellectuals, the former government or military officials and employees chose suzerain nationality and moved to those countries. In the Middle East, for countries like Algeria, Morocco, Tunisia and other Maghreb countries, which were originally French colonies, as well as Pakistan, Iran, and Iraq, which once under the rule of the UK, based on the

special historical origin between former suzerain states and the former colonies, immigrants from these countries or regions could easily have access to Europe.

During the World War II, Britain had recruited labor in the colonies to work in the military industrial enterprises, factories, and the service industry. Since 1955, Pakistani immigrants had begun to enter the UK as workers and soldiers in wartime needs; this is a typical “war labor migration”.⁵ After the World War II, the British government was still subject to ideas left over from the British Empire, that people from former British colonies were people of the British Empire and had the right to settle in the United Kingdom; although Britain’s power declined, they hoped the British Commonwealth of Nations could serve as the inheritance of British Empire, in order to maintain Britain’s great power status and international influence. Therefore, in the view of UK, to gain the support of these Asian and African nations and regions, which were in succession to the independence, was very important to the consolidation and development of the Commonwealth. Thus, to attract former colonial countries to join the Commonwealth and maintain the special relationship with them became the main means to realize its Commonwealth dream. In order to strengthen the cohesion of the Commonwealth, the United Kingdom in 1948 promulgated the nationality law, pointing out that the citizens of the Independent States of the Commonwealth, and citizens of the United Kingdom and its colonial were fully entitled to the rights of becoming British citizens. After the World War II, the Britain experienced a shortage of labor force, and thus forcing the Britain to recruit foreign workers. In the post-war era, the Britain took an open policy on labor migration, which opened a door for the pre-colonial immigrants to go into Britain conveniently. According to statistics, from 1956 to 1962, the total number of Pakistanis that entered the United Kingdom reached 65,400.⁶ At the same time, France had a similar immigration system with Britain. France as a former suzerain also naturally accepted a large number of immigrants from the former colonies, such as the three countries of the Maghreb in North Africa-- Algeria, Morocco and Tunisia. They became independent one by one in the 1950s and 1960s, but as citizens of former colonies of France, people in these countries still had free access to their former suzerain. According to statistics, in 1946, among the foreign immigrants in France, there were more than 20,000 people from the Maghreb

⁵ Eytan Meyers, *International Immigration Policy: A Theoretical and Comparative Analysis*, London: Palgrave Macmillan, 2004, pp. 63-68.

⁶ David Butler, Gareth Butler, *Twentieth-Century British Political Facts 1900-2000*, London: Macmillan, 2000, p. 352.

region. Therefore, in this stage, Britain and France, as the representatives of the old colonial empires, were the two main countries to absorb immigrants from the former colonies in the Middle East.

(ii) From 1960s to 1970s: Labor migration from the Middle East after World War II

Since 1960s, Europe entered the peak period of economic development, at that time the Middle East countries became a stable source of labor for Europe. Rapid economic growth in Europe after the war needs a large number of primary labor to involve in industrial, mineral, housing construction and agricultural production activities, which triggered an unprecedented wave of labor migration from the middle east.

Among them, the most representative is the “guest workers” from Turkey to the West Germany. In October 1961, Turkey and West Germany signed the first labor export agreement, starting the recruitment of guest workers, and then hundreds of thousands of Turkish immigrants entered the German industrial and mining enterprises; they had become the most important force in the economic development of West Germany. Since then, Turkey signed similar labor export agreements in 1964 with Holland, Belgium and Austria, with France in 1965, and with Sweden in 1967. During the golden decade from 1961 to 1973 of the labor exports, the labor immigration to Europe was composed by male workers in general, which resulted in a large number of family reunion immigrants in the next decade. In addition, another major source of the growth of labor immigration in Western Europe is Morocco. Morocco also signed the labor recruitment protocols with relevant countries, mainly including the agreements with West Germany in 1963, with France in 1963, with Belgium in 1964, and with Netherlands in 1969. This move also diversified the geographical destination of European immigrants from Morocco, rather than only having the France a destination. At the same time, when the labor demands of French business community were not met, a large number of Maghreb people became a new source. According to statistics, in the 1980s, the proportion of Maghreb immigrants in French population increased to 39%, among which only Algeria immigrants amounted to more than 800,000, and became France’s biggest foreign immigrant groups.⁷ In addition, there are a large number of “guest workers” from the poor countries

⁷ Minghuan Li, Karina Qahasimov, “Paradoxes of Republican Model: A Study of French Immigration Policy”, *European Studies*, No.4, 2003.

along the Mediterranean coast in the Middle East recruited to the southern European countries.

The Labor immigration wave from Turkey and Morocco reached its peak in early 1970s. At the same time, in addition to the regular labor immigration, a large number of families immigrated to the Europe. In addition, the illegal immigrant network also gradually rose; they avoided the official restrictions by means of bribery, and usually first entered the European countries as tourists, and finally became overdue immigrants.

(iii) The family reunion immigration from the oil crisis in 1973 to the mid of 1980s

The outbreak of the oil crisis in 1973 is a watershed for the European immigration policy. Since the oil crisis, the tightening of European immigration policies towards the Middle East immigrants has continued to date. However, it is ironic that is the continuously tightening immigration policies in Europe, especially restrictions on visa application, instead has promoted the wave of permanent residence of immigrants—many immigrants who originally planned a short-term residence decide to permanently settle down because of fears on visa restrictions. This phenomenon partly explains why from 1970s to 1980s, the population of immigrants from Morocco and Turkey continued to increase.

At the same time, as the joint effects of the first phase labor immigration, a large number of family reunion immigrants became the representatives of immigration at this stage. As mentioned earlier, labor immigration brought male workforce and their families moved to Europe through the application of family reunion immigration. Single Turkish immigrants rarely did cross-ethnic marriages, so through marriage, they brought new immigrants increments, and so that the ratio of male to female was in balance among the Turkish immigrants. Similarly, in addition to Germany, Turkey immigrants in other region had experienced such a process. According to the 1985 statistics, the amount of Turkey immigrants in Europe was close to 2 million, becoming the dominate labor immigrants in Western Europe. By 1996, the Turkish immigrants in the European Union reached nearly 3 million, of which 2/3 of Turkey immigrants were living in Germany.⁸

⁸ Ural Manco, "Turks in Western Europe", <http://www.cie.ugent.be/umanco/umanco3.htm>

In the 1970s, after the Arab oil embargo and subsequent European economic downturn, most European countries shut the door for the immigrant workers. But there were still nearly 500,000 family reunion immigrants and 400,000 asylum seekers coming to Western Europe every year' most of them were from Algeria, Morocco and Turkey.⁹

(iv) Post-Cold War refugees from the Middle East

With the collapse of the Berlin wall, the unification of the East and West Germany marked the end of the cold war, which had a profound impact on Europe's internal affairs. After the end of the cold war, the priority of European countries was to deal with their immigration issue in the region, especially immigrants from Eastern European countries. During this period, that is, from the mid-1980s to the mid-1990s, as asylum seekers, Turkey's Kurdish accounted for a considerable part of the immigrant population. According to the statistics from 1983 to 2003, there were about one million Turks seeking asylum from Western European countries, and they mainly concentrated in Germany. Besides France, places that Moroccan immigrants settled in were relative diversified; they lived almost all over the western and southern Europe, in particular, the southern Europe had become the destination of new Moroccan immigrants. From the 1990s to the early 21st century, a new large-scale Moroccan immigration wave began to hit the southern European countries, and the main reason was the demand for large amount of cheap labor forces in southern European countries such as Spain and Italy. Although most of these immigrants entered these countries through illegal or unconventional means, eventually a lot of illegal immigrants gained access to the resident identities. According to statistics from 1980 to 2004, the population of Morocco living in Spain and Italy increased from 20,000 to 65,000. A large number of illegal immigrants forced Spain and Italy to increase the control over the southern land border, but this had made illegal immigrants start to try the maritime route.

Since the end of the cold war, the EU countries began to express concerns over the illegal immigrants and refugees from the great Middle East, and they began to seek cooperation with labor exporting countries and transit countries in the Middle East to jointly participate in controlling the problem of

⁹ International Organization for Migration, *World Migration Report 2000*, Geneva: IOM, 2000, p.195.

illegal immigration. The Barcelona Declaration in 1995 launched the Barcelona dialogue process among the 17 member states of the European Union and 14 countries in Middle East. Subsequently in 1999, in the EU Tampere conference, European countries further identified the main goal of the common development of the refugee policies, including the strengthening of cooperation with emigration countries; concern about the political issues, human rights and social development problems in the emigration countries and transit countries; to implement effective management on immigration; the establishment of a common asylum system.

Entering the 21st century, since the events of 9/11, the United States launched two wars on terrorism -- the war in Afghanistan (2001) and the Iraq War (2003), which further deteriorated the grim Middle East refugee situation. After the wars, Afghanistan and Iraq, the two nations have been occupying the first and second position on the UNHCR refugee list. With the advent of the Arab Spring in 2010, the Middle East has experienced Tunisia's Jasmine revolution, the revolution in Egypt, Libya's civil war, uprising in Yemen, Bahrain demonstrations, the Syrian crisis, and the rise of Islamic State; a large number of refugees from Afghanistan, Iraq, Syria, and Libya applied for asylum in EU countries. At the same time, the number of illegal immigrants also rose sharply. These have brought huge pressure on refugee issues to the EU and its Member States.

To sum up, it is not difficult to find that Middle East immigration system is in fact a hybrid system in all stages, that is, former colonial immigrants, immigrant workers, family reunion immigrants, and refugees and illegal immigrants coexist. The difference is that each stage has a mainstream immigration type to represent the characteristics of the EU's Middle East immigrants. Overall, in the history of Middle Eastern immigrants in EU, the structure has changed from social elites as the majority at early stage to skilled labor's dominance, and then turned into the dominance of refugees and illegal immigrants; along with this change, the attitude of European Union countries towards the Middle Eastern immigrants also experienced a shift from the active absorption to passive acceptance and then even resistance.

III. Current Situation and Routes Selection for the Middle East Refugees

Since the Arab Spring, especially after the outbreak of the civil war in Syria in 2011, and the rise of the "Islamic State" in 2013, the whole EU area

have experienced the biggest wave of refugees since World War II. The immigrants are mainly composed by war refugees from the Middle East, especially Syria refugees, bringing unprecedented challenges to the EU countries. Since the Syrian crisis begun in 2011 till now, there are about 6.5 million internally displaced persons, 4.4 million registered refugees, and 1.5 million illegal immigrants. The total number of these refugees accounts for half of the number of Syrian population. Globally, Syria has become the world's largest source of refugees, area, as of the end of 2015 there were 4.2 million Syrian refugees wandering to the surrounding countries and regions, followed by 2.59 million Afghanistan and 1.1 million Somalia.¹⁰

Specifically, Middle East countries transporting immigrants to the EU countries can be divided into country of origin and transit: The former are mainly Syria, Afghanistan, and Iraq, and the latter are mainly Turkey, Libya, and Morocco. The Syrian refugee crisis has brought great pressure of refugee asylum for the neighboring countries. At present, the total number of Syrian refugees registered in Egypt, Iraq, Jordan and Lebanon is 2.1 million, in Turkey is 2.2 million, and in North Africa is 0.26 million. Turkey has become the world's largest refugee asylum.

At the same time, from April 2011 to March 2016, as the immigrant destination of the Middle East refugees, the EU countries have received 0.68 million copies of asylum applications, of which Germany and Sweden account for 60%, Hungary, Austria, the Netherlands, Denmark and Bulgaria account for 26%, and other countries accounts for 13%. Germany and Sweden became the two EU countries that received the largest number of asylum and refugee applications. According to UNHCR statistics, the number of refugees flew into European Union area soared from about 60,000 in 2013, to 218,000 in 2014, in 2015, this figure was doubled to 500,000, in the next two years it is expected that at least 850,000 refugees will come to the EU countries through the Mediterranean, coupled with the refugees from land, the total amount will be more than one million.¹¹

The Continued unrest and war in the Middle East have forced a large number of refugees in the Middle East to leave their home. They tried various methods to flee to Europe for asylum. Overall, they go to Europe by sea and

¹⁰ UNHCR, *Global Report 2014*, <http://www.unhcr.org/gr14/index.xml>.

¹¹ Zhiming Sun, "European Refugee Tide in the Perspective of Crisis Research", *Beijing Times*, September 14, 2015.

land, and their routes can be divided into three directions, East, Central and West. According to the EU border authority-- Frontex, there are eight entrance route to EU countries: Western African Route, Western Mediterranean Route, Central Mediterranean Route, Apulia and Calabria Route, Circular Route from Albania to Greece, the Western Balkan Route, Eastern Mediterranean Route, and the Eastern Boarder Route.¹²

Sayfa/Page | 64

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

MIGRATORY ROUTES MAP

One of the biggest entry routes for migrants into the EU is via international airports: most of those who currently reside in the EU illegally, originally entered in possession of valid travel documents and a visa whose validity period they have since overstayed.

Main migratory routes into the EU / land & sea

- ▶ Western African route
- ▶ Western Mediterranean route
- ▶ Central Mediterranean route
- ▶ Apulia and Calabria route
- ▶ Circular route from Albania to Greece
- ▶ Western Balkan route
- ▶ Eastern Mediterranean route
- ▶ Eastern Borders route

■ Schengen area

■ Schengen associate countries



First of all, the western route includes the West African route and the Western Mediterranean Route. These two are the maritime routes. The West Africa Route is from Senegal, Mauritania and Morocco to Spain's Canary Islands; this path is located in the west, and is the main route for Africans to go into Europe, so there are very few Syrian refugees coming into Europe through this path. Another is the western Mediterranean route, from Morocco to the port of Melilla to Spain. This is the main route for South Sahara African immigrants and people from Maghreb countries. According to the monitoring of Frontex and relevant statistics, since the Middle East upheavals in 2011, the

¹² Frontex, *Trends and Routes*, <http://frontex.europa.eu/trends-and-routes/migratory-routes-map/>

number of illegal immigrants that entered the European Union through the path has increased significantly, with the average annual amount reached about 7,000 to 8,000 people, including refugees from Syria. Overall, although the West route is under the increasing pressure of refugees, it is still the route under the smallest pressure in the three directions.

Secondly, the central path includes four routes: the Central Mediterranean Route, Apulia and Calabria Route, Circular Route from Albania to Greece, and the Western Balkan Route. Among them, the first two routes are maritime routes, and the latter two are land routes. Central Mediterranean route is a maritime route from Libya to Italy, but due to the dilapidated, simple and unsafe sea transport equipment, most are from Tunisia, Nigeria and Somalia and Eritrea and landing through the Italian island of Lampedusa and Malta. This line was well controlled after Libya and Italy signed a bilateral agreement in 2009, but experienced great changes after the Arabia spring in 2011. From January to March 2011, nearly 23,000 Tunisians migrated to the island of Lampedusa; they were eager to apply for economic immigrating identity in order to work in France. From March to August, more than 40,000 South Sahara Africans arrived on the Italian island of Lampedusa, among which a few went to Sicily and Malta. Most of these people are expelled by the Gaddafi regime, and wanted to apply for asylum in the Italian. In August 2011, Gaddafi regime collapsed, and this part of the refugees were under control. But in 2013, due to the unrest and violence in Libya, there were many illegal immigrants fleeing to the Europe again. The Apulia and Calabria route is through the high seas to reach the southern Italy as well, from Turkey or Egypt to Calabria region; many are the Syrians, Pakistanis, Afghans and the Egyptians. Some may also enter the European Union member states through Greece. After the spring of Arabia, the number of people using this route began to increase, and later declined as more chose the land routes through the western Balkans. At first, the route was from Egypt to the coastal cities of Italy. After 2014, smugglers followed this route and most of them departed from the port of Mersin in Turkey. According to statistics from 2014 to 2015, about 330,000 illegal immigrants went to Europe from the central Mediterranean route and Apulia and Calabria route. The other two land routes are relatively safe, including a land loop line for immigration to link between Greece and Albania, which is the most important route across the European Union's external borders. This path is driven primarily by economic factors; a lot of seasonal labor forces immigrate through this route to Greece to carry out agricultural work and construction. Another western route is the western Balkans Route. This route is through Macedonia and Serbia to Hungary after

arriving in Greece. Among the four routes, the western Balkans route bears the second largest pressure of refugees, with a large number of refugees from Syria, Iraq, and Afghanistan. At present, the number of refugees taking this route increased from 43,000 in 2014 to more than 760,000 people in 2015. Therefore, the four routes in central path are under tremendous pressure, and are the disaster areas of the refugee crisis.

Finally, the eastern route includes the eastern Mediterranean route and the Eastern Boarder Route. The Eastern Mediterranean route is the north passage into Western Europe through Greece. Most of the refugees choose to land on some of the islands of Greece, mostly in Lesbos; upon arrival in Greece and across the border, they can arrive in Macedonia. From the sea route, they mostly arrive at the islands of Aegean Sea, and there is a small amount of people arrive in Cyprus. By flight, you can fly directly from Istanbul to the European cities. Of course, you can also go through the land border from Turkey into Greece, or to bypass Turkey directly into the southern part of Bulgaria. According to statistics, in 2015 there were more than 885,000 refugees into the EU region through this route; the figure is 17 times than that in 2014. The eastern border line is mainly the long border line between European Union and the East and Central Europe and Russia, there are few immigrants from the Middle East. So, all the pressure on the eastern route is on the eastern Mediterranean route, and it is the most important route for the refugees.

Since March 2011, about 4.2 million people have fled abroad from Syria, while a large number of refugees from Afghanistan, Iraq and other countries were forced to flee away. From the point of view of the above immigration routes, the first direct impact of the refugee force will be imposed on the countries around the Syria. According to statistics, in 2014 there were 1.59 million refugees fled to Turkey, and 1.15 million fled to Lebanon, which will be the outpost for Middle East refugees to go into the European area, and have been overwhelmed at present. And as refugees' gateway to Europe countries -- Greece, Hungary, Italy, and Spain are also saddled with huge pressure. Among the Middle East refugees that fled to Europe in 2015, about 213,000 people are in Greece at present, 145,000 people in Hungary, and 115,000 people in Italy. It goes without saying that the Syrian refugee crisis is bound to have a huge and far-reaching political, economic and social impact on its neighboring countries and the EU countries.

IV. The Challenges and Impact of the Middle East Refugees Crisis in the EU

The influx of refugees from the Middle East has brought great challenges to the EU and its Member States, and it has been an unprecedented test for EU integration. In fact, the EU is not unable to absorb the refugees, as EU President Juncker admitted in the State of the European Union Address in 2015, “the number of refugees now fled to Europe is unprecedented, but they are still 0.11% of the EU’s total population.” However, EU Member States failed to reach a consensus on the responsibility to accommodate refugees and most Member States were too conservative and fearful to receive refugees, even being contrary to customary humanitarian attitude of the western countries. In response to the “non-normal response” of the European Union countries to the refugee crisis, this paper believes that this is caused by a variety of pressures behind the issue.

First, from the perspective of security, international terrorism and national security threats. The global anti-terrorism activities since 9/11 have resulted in an atmosphere of the “Islamic phobia” in the EU. From the Charlie Hebdo incident in January of last year to the serial terrorist incidents of violence in Paris in November, to a series of terrorist attacks this year in Brussels, Belgium, the entire Europe has been severely frightened by the Islamic fundamentalism and terrorism. Almost all the refugees are from Muslim countries, and the identity confirmation for war refugees is extremely complex and difficult, which makes the European countries that originally have fear towards Muslims do not dare to easily accept refugees. Moreover, there are also some Islamic fundamentalists and terrorists causing a serious threat to the national security of Europe by this chance, aggregating the consciousness of prevention of the member states on refugees. As to recent European media, there are about 4,000 IS terrorists sneaked into Europe in the tide of refugees, and waiting to introduce terrorist activities into Europe. Similar news has made the EU countries extremely uneasy. The national security threat posed by the international terrorist forces, which is closely linked to the refugee crisis, and the domestic terrorist attacks are regarded as a direct consequence of the influx of Middle East refugees inside the “internal”. In November 2015, there is at least one attacker in the Paris attack was confirmed to be disguised as Syrian refugee, and this confirm that the illegal immigrants became a channel for terrorists entering the EU. Accompanied by several previous Middle East immigrants’ tides, there are profound changes in European population structure; the tendency of Islamization in Europe is very

obvious. Therefore, the “implosion” risk coefficient is rising, and the EU countries’ security is faced with severe challenges.

Second, from the perspective of economy, the huge economic cost in dealing with the refugee crisis and the old and new injuries caused by the economic downturn in the pre financial crisis. Since 2011, the EU and its Member States have spent 3.9 billion euros for humanitarian aid to Syria and neighboring countries. This is more or less a kind of pressure for the EU and Member States which just experienced the financial crisis and are still in recovery, especially for countries such as Hungary, Italy and Greece, these members have already burdened with the old economic pressure, and have not recovered from the financial crisis, and they are also at the front-line of the refugee wave, new economic pressure has already appeared. Even if Germany, the mainstay of the EU economy, is not optimistic to its future economic situation. A survey of CESifo showed that in the 220 professors majoring in economics who were questioned, there are 40% of them thought that the influx of mass immigration was a drag on German economy, nearly 40% of them had no final conclusion, and only 20% of them believed these immigrants were beneficial to German economy.¹³ There are many obstacles for refugees to play a positive role in the labor market. For example, Germany received 1.1 million refugees in 2015, most of them fled from war-torn Syria, Iraq and Afghanistan. Many of them cannot speak German, and cannot find work in Germany due to their low education level or educational qualification certification, so they cannot provide effective labor forces and bring economic benefits.

In addition, in order to cope with the complexity of refugees’ tide, restart border controls may be an attractive short-term solution for European countries, but this measure is negative for the EU economy in the long-term. Hanna Deringer, a policy analyst of European Centre for International Political Economy, published an article “The Cost of Non-Schengen for the Single Market”. She said in the article that, if the EU cannot timely stop the Schengen border controls, then the European economy will be seriously damaged.¹⁴ The author believes that the single market is the economic pillar of the EU,

¹³ “German Think Tank Said that Influx of Mass Immigration was a Drag on German Economy,” February 19, 2016, http://gn.cssn.cn/hqxx/hqzhk/201602/t20160219_2874359.shtml

¹⁴ Hanna Deringer, “The Cost of Non-Schengen for the Single Market,” May 2016, <http://ecipe.org/publications/the-cost-of-non-schengen-for-the-single-market/?chapter=all>

Schengen agreement is not only a symbol of European integration, but also creates real economic value through the promotion of cross-border trade. Schengen agreement promotes the free across-borders flow of human, goods, services and capital and reduces the unemployment rate in the EU countries. But at present the border control in the EU not only improves the transportation costs, leading to the rise of commodity prices, but also makes the production cost in the EU increase substantially, leading to the fall of products' price competitiveness. In addition, the willingness of foreign companies to invest in the EU may also be affected.

Third, from the perspective of ideology, the dual pressures of domestic politics and society. The refugee crisis has led to the rise of the internal right-wing conservative forces in the European Union, stirring domestic controversy over the issue of refugees. Europe's social tensions, panic and the rise of extreme nationalism were triggered by terrorist attacks, refugee crisis, economic downturn and regional conflicts. European extreme right-wing forces and the political parties, which were in a political marginal position for a long time, such as Freiheitliche Partei Österreichs, Alternative for Germany (AfD), Front National, Sverigedemokraterna, now are entering the mainstream European politics stage. Secretary General of the Council of Europe Thorbjørn Jagland warning that extreme nationalism is rising in Europe. The refugee crisis is widely believed to have provided the opportunity for the rapid rise of the right-wing European populist political parties, which has changed the direction of the European political ecology to the far right nationalism. Although current European extremist nationalism forces differentiate in organizing form, political views, and degree of extremism, they all in the name of representative of public opinions, set the national interest before the EU common interests, and oppose immigration and European integration.

At the same time, faced with series of difficulties and challenges, such as economic downturn, refugee crisis, security threats, British departure from the EU, European people cannot find effective solutions, and feels very confused. Then they began to turn to conservatism, so as to get rid of the crisis through narrow nationalism. As the influx of refugees have brought about several domestic security incidents, citizens of the member states have begun to dislike the absorption of refugees. For example, after the large scale of sexual assault incident in Köln, Germany in January 2016, right-wing parties in Germany took advantage of this opportunity to grow; this deepened the panic of the German Society and people towards refugees, and resulted in rise of domestic xenophobia. Facing the unprecedented influx of refugees and the

deteriorating security situation, German society has changed its attitude in accepting refugees. The open door policy to refugees by Chancellor Angela Merkel was not only protested in the German cities and streets, but also opposed even by her party and the cabinet. Sergio Carrera, a scholar in the Center for European Policy Studies said, “the main inducement of the rise of European extreme nationalism is indeed the growing refugee crisis, but the deep-seated reasons are multiple crises which are intertwining and different to resolve, and a vent of the deepening defeatist mood diffuses in the minds of the European people.”¹⁵ Thus, this part of European people are utilized by the right wing parties’ elites and become a solid foundation for the right-wing public opinion.

Anyway, in face of oncoming turbulent refugee crisis, the EU and its member states are facing pressure from all levels; the EU integration and its internal unity are experiencing a severe test. The outcome of the European Union for the refugee problem will not only affect the future of the refugee crisis, but will also affect the future development of the EU’s Middle East immigration system.

Conclusion

For a long time, the European Union sees the Middle East as its “backyard”, the “Euro-Mediterranean Partnership” and the “European Neighborhood Policy” play an important role in promoting the development of bilateral relations between the EU and the Middle East. In a long period of time since the 1950s, the European Union accepted the Middle East immigrants with enthusiasm and initiative. But the EU’s current dilemma in the Middle East immigrants issue reflects the gap between the EU’s own values and practice. Being a “civil power” and “normative power”, the EU vigorously promotes its diplomacy with freedom, democracy and human rights values as kernel which is also the cornerstone for EU’s establishment and expansion. With the economic recession in Europe, the Arab Spring, and the civil war in Syria, the Middle East immigrants brought the full range of shocks in EU countries, including national security, social security and economic security. Specifically, the European Union countries spend huge amounts of money for the resettlement of the Middle East immigrants, which made its economy even worse, and many “Islamic State” terrorists entered in

¹⁵ Yan Ren, “Extreme Nationalism Threatens the Security of Europe,” *People’s Daily*, May 3, 2016.

the EU with Middle East immigrants to launch a variety of terrorist attacks. EU is in increasingly dilemma of how to balance the disputes on the absorption of Middle East immigrants between Western European and the Central and Eastern European member states, and how to balance the public and political xenophobia voices and the EU's core values, these even affects the solidarity of the EU.

REFERENCES

- BOMMES, Michael, Heinz FASSMANN & Wiebke SIEVERS, eds., **Migration from the Middle East and North Africa to Europe: Past Developments, Current Status and Future Potentials**, Amsterdam: Amsterdam University Press, 2014.
- BUTLER, David, & Gareth BUTLER, **Twentieth-Century British Political Facts 1900-2000**, London: Macmillian, 2000.
- DEPARLE, Jason, "Global migration: A world ever more on the move", **The New York Times**, June 26, 2010.
- DERINGER, Hanna, "The Cost of Non-Schengen for the Single Market," Available at <http://ecipe.org/publications/the-cost-of-non-schengen-for-the-single-market/?chapter=all> (accessed 3 August 2016).
- International Organization for Migration, **World Migration Report 2000**, Geneva: IOM, 2000.
- LI, Minghuan, & Karina QAHASIMOV, "Paradoxes of republican model: A study of French immigration policy", **European Studies**, No.4, 2003.
- MANCO, Ural, "Turks in Western Europe", Available at <http://www.cie.ugent.be/umanco/umanco3.htm> (accessed 3 May 2016).
- MEYERS, Eytan, **International Immigration Policy: A Theoretical and Comparative Analysis**, London: Palgrave Macmillan, 2004.
- RAVENSTEIN, E. G., "The laws of migration", **Journal of the Statistical Society of London**, Vol. 48, No. 2, June 1885.
- REN, Yan, "Extreme nationalism threatens the security of Europe," **People's Daily**, May 3, 2016.
- SUN, Zhiming, "European refugee tide in the perspective of crisis research", **Beijing Times**, September 14, 2015.
- UNHCR, *Global Report 2014*, Available at <http://www.unhcr.org/gr14/index.xml> (accessed 3 May 2016).
- WANG, Bo, **Research on the EU's Foreign Policy to the Middle East**, Beijing: Current Affairs Press, 2010.

WANG, Lian, **Middle Eastern Politics and Society**, Beijing: Peking University Press, 2009.

Frontex, *Trends and Routes*, Available at <http://frontex.europa.eu/trends-and-routes/migratory-routes-map/> (accessed 3 May 2016).

Sayfa/Page | 72

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

Özet

Avrupa Birliği ülkeleri dışarıdan gelen yerleşik göçmen nüfuzunun orantısız bakımdan en yoğun olduğu coğrafyadır. Yakın zamanda Orta Doğu coğrafyasında yaşanan savaş ve kargaşa ortamı Avrupa'ya yönelik büyük göç dalgasını daha da şiddetlendirmiştir. Eldeki makale söz konusu olguya Avrupa ve Orta Doğu coğrafyası arasındaki ilişkiselliği göç kavramı çerçevesinde ele almaktadır. Avrupa Birliği'nin takip ettiği "Avro-Akdeniz Ortaklığı" ve "Avrupa Komşuları Politikası" AB ve Orta Doğu arasındaki ikili ilişkilerin temelini oluşturmuştur. Özellikle 1950'lerden sonraki ekonomik gelişme içinde Avrupa göçmen nüfuzunu kabul etme konusunda istekli olmuştur.

Makalede bu sürecin ötesinde, göçle bağlantılı sorunlar ve entegrasyon meselesi ele alınmaktadır. Entegrasyonla ilgili en önemli sorun makaleye göre, AB'nin değerleri ve uygulamalarıyla Orta Doğu'dan gelen göçmenler arasındaki farklılıklardır. Avrupa'daki ekonomik kriz, Arap Baharı, Suriye'de sürmekte olan iç savaş, göçmenler nezdinde AB'nin ulusal, toplumsal ve ekonomik güvenliğini riske atan unsurlar haline gelmiştir. AB göçmenlerin Orta Doğu coğrafyasındaki güvenli yerlere tekrar geri yerleştirilmesi için büyük meblağlar harcamakta ve bu ekonomisini olumsuz etkilemektedir. Diğer yanda Orta Doğu göçmenleri arasında Avrupa ülkelerine giren radikal terör örgütü üyeleri, alıcı ülkelerin güvenliğinde büyük zafiyete yol açmaktadır. Makale AB'nin göçmen krizi karşısında yaşadığı sorunları özetlemekte ve bu krizin politik yabancı düşmanlığıyla Avrupa'nın temel değerleri arasında önemli bir çatışma yarattığını vurgulamaktadır.

Postmodern Kamu Yönetimi, Yerel Yönetimler ve Katılım: Yerel Yönetişim Odaklı Bir Yaklaşım

Kadir Caner DOĞAN*

Öz

Kamu yönetiminde 1980 sonrasında paradigma düzeyinde büyük değişim ve dönüşümler gerçekleşmiş ve bunlar asıl olarak postmodern kamu yönetiminin felsefi, sosyolojik ve siyasal zemini üzerine kurulmuştur. Postmodern kamu yönetimi anlayışı ile yeni kamu yönetimi, yönetişim gibi önemli yönetsel teori ve kavramlar ortaya çıkmış, bu süreçte yerel yönetimlerin önemi ve etkisi artmıştır. Ayrıca yerel yönetişim anlayışı ile yerel yönetimlerin yanı sıra sivil toplum kuruluşlarının ve özel sektörün siyasal karar alma sürecindeki gücü öne çıkmıştır. Bu çalışmanın amacı, postmodern kamu yönetimi çerçevesinde yerel yönetişim ve yerel yönetimler arasında katılımcılık ve demokrasi odaklı bir ilişki kurulmasını ve yerelde bunu güçlendiren olanakların ve modellerin analiz edilmesini kapsamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Postmodern Kamu Yönetimi, Yerel Yönetişim, Yerel Yönetimler, Sivil Toplum, Katılım.

Postmodern Public Administration, Local Governments and Participation: An Approach Focused on Local Governance

Abstract

Big changes and transformations have taken place in public administration in paradigm level after the year 1980 and they have essentially been established on philosophical, sociological and political base of postmodern public administration. New managerial theories and concepts such as new public management and governance emerged with postmodern understanding of public administration, The importance and impact of local governments increased in this process. Furthermore,

DOI: <http://dx.doi.org/10.17336/igusbd.14844>

* Yrd. Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, E-posta: kadircanerdogan@gumushane.edu.tr

with local government understanding; as well as power of local governments, power of non-governmental organizations and private sector in political decision-making stood out. The purpose of this study is to analyze the establishment of a relationship among local governments and local governance focused on participation and democracy within the scope of postmodern public administration and the opportunities and models locally strengthening this case.

Sayfa/Page | 74

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

Keywords: Postmodern Public Administration, Local Governance, Local Governments, Civil Society, Participation.

Giriş

Postmodernizm, II. Dünya Savaşı'ndan sonra öncelikle mimari ve sanat alanında etkili olmaya başladıktan sonra, 1970'li yılların başında ise sosyal bilimler alanını etkilemiştir. Bunun sonucunda özellikle 1980'li yıllardan sonra postmodern kamu yönetimi, kamu yönetimindeki paradigma değişiminin entelektüel arka planını oluşturmuştur. Nitekim bu dönemde ortaya çıkan postmodern kamu yönetimine dair kavramsal ve kuramsal çalışmalar ile geleneksel kamu yönetiminden belirgin bir şekilde uzaklaşmıştır. 1980'li yılların başlarında yeni kamu yönetimi paradigması ile ortaya çıkan bu süreç, 1990'lı yıllarda daha bir üst noktaya dayanmıştır. 1990'lı yıllarda kamu yönetimindeki hâkim paradigma yönetim ile anılır olmuştur. Diğer yandan, bu dönemde ortaya çıkan en önemli konulardan biri de, demokratik esaslar çerçevesinde yerel yönetimlerin artan önemidir.

Değişik çalışmalarda küreselleşme, neo-liberalizm, yeni kamu yönetimi vb. gibi olguların kamu yönetimini dönüştürdüğü ileri sürülmektedir. Bu çalışmada özellikle postmodernizmin kamu yönetimine etkileri incelenecektir. Bu bakımdan çalışma, postmodern kamu yönetimi üzerinden yerel yönetim çerçevesinde yerel yönetimlerin katılım ve demokrasi olanaklarını ön planda tutmaktadır.

Bu çalışmada esas olarak ilk amaç, postmodern kamu yönetimi, yönetim ve yerel yönetimler arasında katılım ve yerel yönetim odaklı bir ilişki kurmaktır. Bu şekilde de postmodern kamu yönetiminin kuramsal ve uygulama düzeyinde asıl olarak etkili olduğu 1990 yılı sonrasındaki yerel yönetim odaklı kavram ve ifadelerden yararlanarak yerel yönetim ve postmodern kamu yönetiminin yerel ya da kentsel düzeydeki olanaklarından söz edilmek istenmektedir. Bu bağlamda çalışma içerisindeki vurgu yerel

yönetişim odaklı olarak katılım boyutuyla postmodern kamu yönetiminin fikri öncülüğünde yerel aktörler arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkiden doğan olanakları ön plana taşımaktadır. Bu bağlamda çalışmadaki ikinci amaç, postmodern kamu yönetimi, yerel yönetimler ve yönetim arasındaki ilişkinin yerel mekânda oluşumları ve bu oluşumlara dayalı katılımın kavramsal ve kuramsal bir çatısını çizmeyi hedef olarak belirlemektedir.

Bu çalışmanın temel hipotezi ise postmodern kamu yönetiminin yerel yönetişimin gelişiminde önemli bir desteği ve rolü olduğu noktasında toplanmaktadır. Yukarıdaki amaçlar ve diğer varsayımlar çerçevesinde, çalışmanın birinci bölümünde postmodernizm ve postmodern kamu yönetimi kavramları açıklanacak, ikinci bölümde yönetim ve yerel yönetimler hakkında bilgi verilecek ve son bölümde de yukarıda sözü edilen analizlerin gerçekleştirilmesi için postmodern kamu yönetimi, yerel yönetimler ve yerel yönetim arasındaki ilişki katılım ve temsil odaklı bir anlayış içerisinde ifade edilecektir.

1. POSTMODERN KAMU YÖNETİMİ

Postmodern kamu yönetimi kavramı, esas olarak postmodernizmin kamu yönetimine yansıyan yönlerini kapsamına almaktadır. Bu bağlamda postmodern kamu yönetimi kavram, anlayış veya akımının kavramsal/kuramsal ifade edilmesine geçmeden önce, postmodernizmin kavramsal, tarihsel ve felsefi çözümlenmesinin öz olarak yapılması gerekmektedir.

Postmodernizm, birçok bilimsel kaynakta 17. yüzyıldan 20. yüzyılın ikinci evresine kadar hâkim söylem veya ideoloji olan modernizmin yerine geçtiği söylenen bir kavramdır¹. Nitekim postmodernizm, yoğun olarak tartışılmaya başlandığı 1950 yılı sonrasında, öncelikle mimari, sanat ve edebiyat alanında ortaya çıktıktan sonra², 1970'li yılların sonlarından itibaren de sosyal bilimler alanına kaymış³ bir felsefi söylem, kavramsal bir çerçeve ve bir ideolojidir. Özellikle 1980'li yıllardan sonra sosyal bilimler alanında postmodernizm kavramının, felsefi, sosyolojik ve kültürel yönleri başta olmak

¹ Kemal Timur, "Tanımı Yapılamayan Postmodernizm", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 1, 1999, s. 321.

² Hans Bertens, *The Idea of the Postmodern: A History*, Routledge, London, 1995, p. 22.

³ Douglas Kellner, "Toplumsal Teori Olarak Postmodernizm: Bazı Meydan Okumalar ve Sorunlar", (çeviren ve derleyen: Mehmet Küçük), *Modernite Versus Postmodernite*, Vadi Yayınları, Ankara, 2000, s. 368.

üzere Michel Foucault, Jacques Derrida, Paul Feyerabend, Jean-François Lyotard ve Jean Baudrillard gibi düşünürler ve akademisyenler tarafından kuramsal alt yapısı çizilmiştir⁴.

Postmodernizm, modernizmin temel olarak savunduğu akli önceleyen, türdeşleştirici ve evrensel bilgi-kuramsal yöntem ve tarihsellik anlayışına bir karşı duruş sergilemektedir⁵. Bu çerçevede postmodernizmin temel nitelikleri veya özellikleri arasında; “belirsizlik, parçalanma, kurallığın bozumu, ironi, benin yitimi, melezeleşme, katılma, karnavallaşma, metinsellik, geleceğe dönüş (back to the future), her şey gider (anything goes)” gibi konular vardır⁶. Nitekim postmodernizm, modernizmin ve Aydınlanma felsefesinin bütünsellik, mutlaklık, bilginin evrenselliği gibi kabullerine kuşku ile bakan⁷, bunların yerine yerelliği, belirsizliği, bilinmezliği ve doğrulardan ziyade farklı yorumları benimseyen düşünceler topluluğu olarak ifade edilebilmektedir.

Yukarıda belirtilen bilgiler çerçevesinde de modernizme dayalı modern kamu yönetimi teşkilat ve işlevsel yapısı; bürokratik, kapalı, gizli ve geleneksel nitelikler gösterirken, postmodernizm döneminde kamu yönetimi ya da postmodern kamu yönetimi, piyasa odaklı, esnek, yerinden yönetimi, etik, demokratik-katılımcı ve daha vatandaş odaklı bir karakter kazanmaktadır⁸.

Postmodern kamu yönetimi, 1980 yılı sonrasında kamu yönetimi disiplin ve pratiğinde meydana gelen paradigma değişikliğinin felsefi, siyasal, sosyolojik ve kuramsal alt yapısını tesis etmektedir. Postmodern kamu yönetimi, modern kamu yönetimine dair sabitlenen, şeyleştirilen ve doğru olarak kabul edilen kavram ve anlayışlara karşı duruş sergilemektedir⁹. Dolayısıyla modern kamu yönetimine özgü “bürokrasi kuramı”, postmodern

⁴ Bülent Evre, “Bir Düşünüş Biçimi Olarak Postmodernizm ve Temel Parametreleri”, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, Sayı 13, 2007, s. 3; Gencay Şaylan, *Postmodernizm*, İmge Kitabevi, Ankara, 2006, s. 255.

⁵ Hamit Emrah Beriş, “Moderniteden Postmoderniteye”, Mümtazer Türköne (ed.), *Siyaset*, Lotus Yayınevi, Ankara, 2008, s. 520.

⁶ Hasan Yıldız, “Postmodernizm Nedir?”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13, 2005, https://birimler.dpu.edu.tr/app/views/panel/ckfinder/userfiles/17/files/DERG_13/153-166.pdf (Erişim Tarihi: 12.11.2014).

⁷ Hasan Tüzen, “Postmodernizm Mitoğu”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Mayıs, Sayı 17, 2008, s. 147.

⁸ Kadir Caner Doğan, “Postmodern Kamu Yönetimi Anlayışı Çerçevesinde Bir Denetim Paradigması: Ombudsman”, *Sayıştay Dergisi*, Sayı 94/ Temmuz-Eylül 2014, s. 78-79.

⁹ Hasan Engin Şener, “Kamu Yönetiminde Postmodernizm”, Şinasi Aksoy ve Yılmaz Üstüner (eds.), *Kamu Yönetimi: Yöntem ve Sorunlar*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2007, s. 41.

kamu yönetimi ile “geçici örgütlenme (adhocracy) kuramlarına” ya da anlayışlarına dönüştürülmektedir¹⁰. Bu durumda postmodern kamu yönetimi, “demokratik, insan haklarına saygılı, temel işlevlerini yerine getirirken meşru hareket eden, aşırı merkezîyetçilikten uzaklaşmış, mümkün olduğunca yerelleşmiş, bazı işlerini özel sektöre bırakmış, büyük ölçüde özelleşmiş, sivilleşmiş, halkın istek ve beklentileri doğrultusunda politika belirler” bir yapıya sahiptir¹¹. Nitekim postmodern kamu yönetimi, 1980 ve 1990 yılları arasında yeni kamu yönetimi işletmeciliği¹² ile cisimleşirken¹³, 1990 sonrasında Amerika Birleşik Devletleri (ABD) merkezli söylem kuramı¹⁴ ile asıl olarak postmodern teori ile ilişkilendirilmiştir. ABD kaynaklı söylem kuramının oluşturulmasında ise Hugh T. Miller, Charles J. Fox, David John Farmer, Michael Spicer ve Robert Denhardt gibi düşünürler ve akademisyenler bulunmaktadır¹⁵.

¹⁰ Turgay Ergun, “Post-Modernizm ve Kamu Yönetimi”, Burhan Aykaç, Şenol Durgun, Hüseyin Yayman (eds.), *Türkiye’de Kamu Yönetimi*, Yargı Yayınevi, Ankara, 2003, s. 619.

¹¹ Fatma Neval Genç, “Yeni Kamu Hizmeti Yaklaşımı”, *Türk İdare Dergisi*, Sayı 466, Mart 2010, s. 152.

¹² Christopher Pollitt, “The New Public Management: An Overview of Its Current Status”, *Administrative Science Management Public*, No 8, 2007, p. 110: Yeni kamu işletmeciliği, 1980 yılı sonrasında kamu yönetiminde geleneksel kamu yönetiminden farklı olarak performansın baskın hale gelmesi, bürokrasiye dayalı hiyerarşinin önemini yitirmesi, sonuçtan çok süreçlere odaklanma ve toplam kalite yönetimi gibi özel sektör kökenli yönetsel teori ve anlayışların kamu yönetiminde uygulanabilir olduğunu ileri sürmektedir.

¹³ Kerim Özcan ve Veysel Ağca, “Yeni Kamu Yönetimi Anlayışında Postmodernizmin İzleri”, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt 43, Sayı 3, Eylül 2010, s. 8-10; Murat Yıldırım, “Modernizm, Postmodernizm ve Kamu yönetimi”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, Cilt 7, Sayı 1, 2010, s. 716.

¹⁴ Özcan ve Ağca, a.g.m., s. 11-13; Charles J. Fox and Hugh T. Miller, *Postmodern Public Administration*, M.E. Sharpe Inc., the United States of America, 2007, p. ix: Söylem kuramı, 1990’lı yıllardan sonra postmodernizm ve kamu yönetimi arasındaki derin ilişkiyi göstermek amacıyla bir grup Amerikalı bilim adamı tarafından geliştirilmiş bir kuramdır. Söylem kuramı, Habermas, Foucault, Nietzsche gibi filozofların da görüş ve düşüncelerine dayalı olarak kamu yönetiminde iletişime dayalı katılımcı bir müzakere ortamı kurmaya çalışmaktadır.

¹⁵ Hasan Engin Şener, “Kamu Yönetiminde Katılım ve Çoğulculuk”, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt 38, Sayı 4, 2005, s. 13-15; Kadir Caner Doğan, “Postmodern Kamu Yönetiminin Kuramsal Temelleri”, M. Akif Çukurçayır [ve öte.] (eds.), *Kamu Yönetiminde Değişimin Yönü ve Etkileri, KAYFOR 13 Bildiri Kitabı*, Selçuk Üniversitesi İ.İ.B.F., Konya, 2016, s. 156-157; Cheryl Simrell King, “Postmodern Public Administration”: In the Shadow of Postmodernism, *Administrative Theory & Praxis*, Vol 27, No 3 (Sep., 2005), p. 519-520.

2. YÖNETİŞİM ve YEREL YÖNETİMLER

Yönetişim kavramı, İngilizcede “governance” kelimesine karşılık gelmektedir ve yönetim veya yönetmek anlamına gelen “to govern” fiilinden türetilmiştir¹⁶. Bu kavram, ilk olarak 1989 yılında Dünya Bankası (DB)’nin Aşağı Sahra Afrika için hazırlamış olduğu bir raporda kullanılmıştır¹⁷. DB raporuna göre yönetim, Afrika ülkelerinde kalkınmanın ve yönetimin anahtar unsuru olarak görülmüştür¹⁸. DB, yönetim kavramı ile geri kalmış veya kalkınamayan devletlerde siyasetten bağımsız otonom bir yönetsel kapasite kurmak istemektedir. Bu yönetsel kapasite, aynı zamanda demokratikleşmeyle de desteklenecektir¹⁹. Bu şekilde yönetim kavramı, DB tarafından ortaya atıldıktan sonra Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Teşkilatı (OECD), Avrupa Birliği (AB) ve Birleşmiş Milletler (BM) gibi diğer uluslararası örgütlerin bülten, rapor ve resmi antlaşmalarında da yer almış²⁰ ve daha da ileri giderek kamu yönetimi, siyaset bilimi ve uluslararası ilişkiler disiplinleri başta olmak üzere birçok disiplinin ana gündem maddelerinden biri ve tartışma konusu olmuştur.

Yönetişim kavramı, toplumdaki farklı gruplar veya aktörler arasında karar alma sürecinde bütünselliğe vurgu yapmakta²¹ ve kamu yönetimi, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarını kapsayan karşılıklı, birbirine bağlı, etkileşimli bir sistem kurmayı amaçlamaktadır²². Yönetişim kavramının temel ilkeleri ve nitelikleri arasında da; “açıklık, katılımcılık, hesap verebilirlik,

¹⁶ Bilal Eryılmaz, *Kamu Yönetimi: Düşünceler-Yapılar-Fonksiyonlar-Politikalar*, Umuttepe Yayınları, Kocaeli, 2012, s. 60.

¹⁷ Selim Coşkun, “Kamu Yönetiminde Yönetişim Yaklaşımı”, Asım Balcı... [ve öte.] (ed.), *Kamu Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar*, Seçkin Yayıncılık, 2.bs, Ankara, 2013, s. 68.

¹⁸ M. Akif Özer, “Yönetişim Üzerine Notlar”, *Sayıştay Dergisi*, Sayı 63, Ekim-Aralık, 2006, s. 61.

¹⁹ Mehmet Yüksel, “Yönetişim (Governance) Kavramı Üzerine”, *Ankara Barosu Dergisi*, Sayı 3, 2000, s. 156.

²⁰ Ertuğrul Gündoğan, “Yönetişim: Kavram, Kuram ve Boyutlar”, M. Akif Çukurçayır, H. Tuğba Eroğlu ve Hülya Eşki Uğuz (eds.), *Yönetişim: Kuram, Boyutlar ve Uygulama*, Çizgi Kitabevi, Konya, 2010, s. 21.

²¹ Vasudha Chhotray and Gerry Stoker, *Governance Theory and Practice: A Cross-Disciplinary Approach*, Palgrave Macmillan, Great Britain, 2009, p. 2.

²² Mehmet Zahid Sobacı, “Yönetişim Kavramı ve Türkiye’de Uygulanabilirliği Üzerine Değerlendirmeler”, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt 5, Sayı 1, 2007, s. 222; Jan Kooiman, *Governing as Governance*, SAGE Publications, London, 2003, p. 5; Mark Bevir and R.A.W. Rhodes, “A Decentered Theory of Governance: Rational Choice, Institutionalism, And Interpretation”, Working Paper 2001-10, <http://eprints.cdlib.org/uc/item/0bw2p1gp#page-5>, (Erişim Tarihi: 05.04.2016), p.1.

etkililik ve tutarlılık” gibi konular vardır²³. Bu nitelikleri çerçevesinde de yönetim; “merkezi ve yerel yönetimlerde temsil, katılım ve denetimin, etkin bir sivil toplumun, hukukun üstünlüğünün, açıklık ve hesap verme sorumluluğunun, kalite ve ahlakın, kurallar ve sınırlamaların, rekabet ve piyasa ekonomisi ile uyumlu alternatif hizmet sunum yöntemlerinin mevcut olduğu bir siyasal ve ekonomik düzeni” bünyesinde toplamaktadır²⁴.

Yönetişim, geniş olarak bir ülkede uygulanmakta olan hükümet etme ya da politika belirleme aşamasında geleneksel kurallar ve kurumlardaki sosyal, ekonomik ve demokratik alanın artmasını ifade etmektedir²⁵. Bu çerçevede, yönetim kavramı ile sivil toplum kuruluşlarının siyasal karar verme süreçlerinde oynadıkları roller belirginlik kazanmakta ve katılımcı demokrasinin temelini oluşturan birey kavramı yeniden değerlendirilmektedir. Yönetişim, bireyin toplumsal ve siyasal rollerini de yeniden tanımlamaktadır. Bu anlamda yönetim, toplumsal bağlamda, bireyi pasif himaye edilen bir konumdan çıkararak, kamusal alanda etkin ve eylemde bulunma gücüne sahip bir konuma geçirmektedir. Dolayısıyla bireylerin, yönetim ve onu takip eden yeni düzenlemeler sonrasında sınırlandırılmış-pasif bir nitelikten, sorumluluk üstlenen-aktif bir niteliğe dönüşmeleri sağlanmaktadır²⁶.

Yönetişim, geniş kapsamlı bir kavram olarak çeşitli türlere ya da modellere zemin hazırlamaktadır. Bunlar içerisinde en önde gelenler; küresel yönetim, kamu yönetimi ve kentsel ya da yerel yönetiştir²⁷. Bu yönetim türlerinden küresel yönetim, uluslararası topluluk, kuruluş ve tekil aktörlerin, kapasitelerini aşan ekonomik, sosyal ve siyasal konularda yüz yüze kalabilecekleri sorunları düzene sokmak amacıyla meydana getirdikleri kurallardan ve oluşturdukları kurumlardan oluşan bir sistem olarak

²³ Kadir Caner Doğan ve Fuat Ustakara, “Kamuda Bir Yapılanma Dönüşümü Olarak E-Devlet ve E-Yönetişim İlişkisi Üzerine”, *Global Journal of Economics and Business Studies-GJEBS*, Bahar 2013, Sayı 3, s. 3.

²⁴ İsmail Başaran, *Kent ve Yerel Yönetim*, Okutan Yayınları, İstanbul, 2008, s. 44.

²⁵ Daniel Kaufmann, Aart Kraay and Massimo Mastruzzi, “Governance Matters VIII: Aggregate and Individual Governance Indicators 1996–2008”, Policy Research Working Paper 4978, The World Bank Development Research Group Macroeconomics and Growth Team June 2009 WPS4978, p. 5; Jan Kooiman, “Social-Political Governance: Introduction”, Jan Kooiman (ed.), *Modern Governance: New Government-Society Interactions*, SAGE Publications, London, 1993, p. 6.

²⁶ Korel Göymen, “Türk Yerel Yönetiminde Katılımcılığın Evrimi: Merkezîyetçi Bir Devlette Yönetişim Dinamikleri”, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt 32, Sayı 4, 1999, s. 75.

²⁷ Doğan ve Ustakara, a.g.m., s. 3-4.

tanımlanabilmektedir²⁸. Diğer yandan kamu yönetişimi, kamu yönetiminin, bürokratik devlet yönetimi yapısından farklı olduğunu, yönetme gücünün seçilmiş ya da atanmışlarca değil, hizmetin nasıl sunulması gerektiğine ilişkin olarak asıl muhatabı ve müşterisi olan halkla paylaşılması gerektiğini; sonuç olarak da bu süreç içerisinde, hizmetin seçilmiş ve atanmış yöneticiler, halk ve sivil toplum örgütleri arasında kurulacak işbirliğiyle sağlanması zorunluluğunu ön plana çıkarmaktadır²⁹. Ayrıca, yönetişimin yerel boyuttaki önemli bir modeli ya da yansıması olan yerel yönetim de, yerel alanda kurulacak politik ve yönetsel ilişkilerin hiyerarşik bir örgütlenmeden ziyade, eşitler arasında koordinasyon şeklinde oluşmasını ifade etmektedir. Bununla yerel yönetim başkanlarının ve kurullarının kararları tek başlarına almaları yerine, alınan kararlardan etkilenen herkes arasında işbölümüne dayalı yeni bir model geliştirilmiştir. Dolayısıyla yerel yönetim, merkezi hükümetle yerel yönetim, yerel yönetimle de sivil toplum kuruluşları ve özel sektör arasında dengeli, katılımcı ve koordineli bir işbölümüne dayanmaktadır³⁰.

Yerel yönetişimin temel öznesi ya da asıl çalışma alanı yerel yönetimlerdir. Bu bakımdan yönetişim ve yerel yönetimin kesişimi olarak da değerlendirilebilen yerel yönetişimin daha net olarak anlaşılabilmesi için kısaca yerel yönetimlerden de kavramsal düzeyde söz edilmesi gerekmektedir.

Yerel yönetimler denildiğinde daha çok “yerel bir topluluğa kamu hizmetleri sağlayan” kamusal birimler akla gelmektedir. Diğer bir anlatımla, günümüzde yerel yönetimler ulus-devlet yapıları içerisinde hizmet üretim ve sunumunda merkezi yönetimin yerelde bir uzantısı gibi bir konum arz etmektedirler³¹. Yerel yönetimler, devletin tüzel kişiliğinden ayrı olarak bölgesel düzeyde hizmet sunmak amacıyla oluşturulmuş yönetsel birimlerdir. Modern devletlerin hemen hepsinde kamusal hizmetler merkezi yönetim ve

²⁸ Hasan Ejder Temiz, “Sosyal Politika Bağlamında Küresel Yönetişim”, *Toplum ve Demokrasi*, Sayı 13-14, Ocak-Aralık, 2012, s. 203.

²⁹ Yahya Fidan, “Yönetimden Yönetişime: Kavramsal Bir Bakış”, *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 1/Ekim 2010-Mart, 2011, s. 6.

³⁰ William L. Miller, Malcolm Dickson and Gerry Stoker, *Models of Local Governance: Public Opinion and Political Theory in Britain*, Palgrave Macmillan, New York, 2000, p. 1.

³¹ Ufuk Durna ve Mehmet Özel, “Bilgi Çağında Bir Yönetsel Dönüşüm Yaklaşımı: E-(Yerel) Yönetim”, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 5, Sayı 10, 2010, s. 14.

yerinden yönetim kuruluşları tarafından yerine getirilmektedir³². Nitekim yerel yönetimler, mahalli müşterek hizmetlerin yerine getirilmesi için oluşturulmuş, kamu tüzel kişiliğine haiz, karar organları vatandaşların demokratik usullere göre seçmiş olduğu temsilcilerden oluşan kuruluşlardır³³. 1982 T.C. Anayasası'na göre Türkiye'de yerel yönetim teşkilatı olarak; belediye, il özel idaresi ve köy sayılmıştır.

Yerel yönetimler, 1980 yılı sonrasında küreselleşme, neo-liberal ekonomi politikaları ve yeni kamu yönetimi (işletmeciliği) oluşumları sonrasında etkisini ve önemini artırmış olan yönetsel birimlerdir. Nitekim bu dönemden sonra yerel yönetimler, daha liberal, katılımcı, demokratik ve vatandaş odaklı bir yapıya kavuşmuştur³⁴. Bu gelişmelerin altında yatan en önemli nedenlerden biri, kamu yönetiminde meydana gelen paradigma değişikliğinin yerel yönetimlere de yansması ve ayrıca refah devleti anlayışında meydana gelen gerilemelerdir³⁵. Dolayısıyla yerel yönetimlerin 1980 yılı sonrası dönemde reforma tabi tutulmasındaki veya dönüşüme uğramasındaki en önemli gelişmeler; “küreselleşme, kamu yönetiminde yeniden yapılanma, refah devletinden neo-liberal devlete geçiş ve modern kamu yönetiminden postmodern kamu yönetimine dönüşüm” gibi siyasal, kültürel, yönetsel ve ekonomik farklı değişkenlere veya yönlere bağlı olarak açıklanabilmektedir.

3. POSTMODERN KAMU YÖNETİMİ ÇERÇEVESİNDE YEREL YÖNETİŞİM: YEREL YÖNETİMLER ve KATILIM

Postmodern kamu yönetiminin ortaya çıkardığı ya da destek verdiği alanlardan biri de yerel yönetişimdir. Nitekim postmodern kamu yönetiminin savunmuş olduğu ilkeler ve barındırmış olduğu özellikler, yerel boyutta farklı toplumsal aktörler olan yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör arasındaki bağı güçlendirmekte ve katılım kanallarını da açmaktadır.

³² Nuri Tortop, Eyüp G. İsbir ve Burhan Aykaç, *Yönetim Bilimi*, Yargı Yayınevi, Ankara, 1999, s. 99.

³³ Bekir Parlak ve Zahid Sobacı, *Kamu Yönetimi*, Alfa Aktüel, Bursa, 2010, s. 14.

³⁴ Bekir Parlak ve Mustafa Ökmen, *Yerel Yönetimler*, Orion Kitabevi, Ankara, 2013, s. 58.

³⁵ Filiz Tufan Emimi, “Türkiye’de Yerel Yönetimler Reformunun İç ve Dış Dinamikleri”, *Yönetim ve Ekonomi*, Cilt 16, Sayı 2, 2009, s. 37.

3.1. Postmodern Kamu Yönetiminin Yerel Yönetişime Etkileri

Postmodern kamu yönetimi, asıl olarak 1980 yılı sonrası kamu yönetimi disiplini alanında meydana getirdiği kavramsal ve kuramsal dönüşümlerle taşınmış olduğu nitelikler ve özellikler çerçevesinde katılımcılığa, demokrasiye ve temsile vurgu yapmaktadır. Sözü edilen bu değerlerin en sık başvurulduğu alanlar ise hiç kuşkusuz halka en yakın yönetsel-kamusal birimler ve tabanda demokratik meşruluğu güçlü olan yerel yönetimlerdir. Bu bağlamda, yerel yönetimler, dünyadaki siyasi ve entelektüel gelişmelere bağlı bir biçimde, farklı yönleriyle öne çıkan ve son yıllarda çok fazla tartışılan bir olgu haline gelmektedirler. Nitekim kamu yönetiminde “yeni kamu işletmeciliği” yaklaşımıyla kavramsallaştırılan değişim, yerel yönetimlere de yansımakta ve bu kuruluşlar demokratik, katılımcı, şeffaf ve etkin yönetim talepleriyle eklemlenerek etki, güç ve kapasitelerini artırmaktadırlar.

Postmodern kamu yönetiminin temel ilkeleri ya da bileşenleri arasında; “*esneklik, katılımcılık, vatandaş odaklılık, şeffaflık, hesap verebilirlik, etik anlayışa sahiplik ve yerinden yöneticilik*” bulunmaktadır³⁶. Dolayısıyla postmodern kamu yönetimi, yönetim kavram ve modeline felsefi, sosyolojik ve siyasal anlamda bir zemin hazırlamaktadır. Bu çerçevede, yönetişimin postmodern kamu yönetiminin ortaya çıkarmış olduğu somut bir tartışma ve uygulama alanı olduğu söylenebilmektedir³⁷.

Yerel yönetim de yönetişimin yerel/bölgesel boyuttaki bir yansıması olduğuna göre, postmodern kamu yönetimi anlayışının destek verdiği ya da etkilediği en önemli alanlardan biri, yerel yönetimler ve yereldeki diğer toplumsal gruplardır. Bu çerçevede değerlendirildiğinde, postmodern kamu yönetiminin temel bileşenleri, yerel yönetimler açısından katılımcılığı, demokratikliği, etiği ve vatandaş odaklılığı güçlendirmektedir. Yerel politikanın belirlenmesinde ve yürütülmesinde de, bu durumda sivil toplum kuruluşları ve özel sektör yönetimleri söz sahibi haline gelmektedirler. Bu ise yerelde katılımcı demokrasi ve sivil toplumun olanaklarını artırmaktadır.

³⁶ Kadir Caner Doğan, “Postmodernizmin Kamu Yönetimine Yansımaları: Ombudsman ve Toplam Kalite Yönetimi Yaklaşımları”, *Turkish Studies-International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, Volume 10/14 Fall 2015, s. 283.

³⁷ Mehmet Akif Özer, Murat Akçakaya, Hasan Yaylı ve Nazlı Y. Batmaz, *Kamu Yönetimi: Modern (Yapı ve Süreçler)*, Adalet Yayınevi, Ankara, 2016, s. 699.

3.2. Yerel Yönetişim, Yerel Yönetimler ve Katılım İlişkisi

Yönetişim kavramının uygulama bulduğu alanlardan biri kent yönetimleridir³⁸. Nitekim yerel yönetimler, kamu hizmetlerinin günü gününe sunulduğu ve vatandaşla sürekli ilişkiler halinde olduğu kamusal kuruluşlardır. Ayrıca, yerel yönetimler demokrasinin beşiği olarak ifade edilmekte, halkın katılımı devamlı surette özendirilmek istenmekte, bu nedenle de yerel yönetimlerin güçlendirilmesi, özerkliği ve idari vesayet denetiminin azaltılması istekleri sürekli gündemde tutulmaktadır³⁹. Katılımcı bir yerel yönetim, ancak demokratik bir toplum içerisinde gelişebilmektedir. Bu şekilde bir toplumun ilkeleri de; çoğulculuk, demokratiklik ve katılımcılıktan meydana gelmektedir. Bu noktada, yerel yönetimlerin demokrasinin yapılanmasında aracı rolünü üstlenen en önemli kurumlar olduğu söylenebilmektedir. Dolayısıyla yerel yönetimler, demokrasinin temel kurumları ve çekirdeği konumundadırlar⁴⁰.

Demokratik esaslı bir yerel yönetim anlayışı ya da yerel demokrasi, *“halkı doğrudan ilgilendiren, günlük hayatında önemli yer tutan gerçek ve somut sorunların gündemi belirlediği, tartışılıp karara bağlandığı ve uygulanmaya konulduğu bir süreçten”* oluşmaktadır. Bu süreçte, yerel demokrasinin tüm kurum ve kurallarının geniş halk kitleleri tarafından benimsenmesinde, vazgeçilmez bir yaşam tarzı olarak algılanmasında, korunmasında ve yaygınlaşmasında yerel yönetişimin yeri ve önemi büyüktür. Yerel halkın gerçek bir yönetişim anlayışı içinde katılımcılık etrafında toplanması ve harekete geçirilmesi için *“yerel sorumluluk”* ve *“hemşerilik”* bilinçlerinin geliştirilmesi ve bu bilinç içinde bir davranış sergilemesi gerekmektedir. Yerel halk, kendilerini yaşadıkları yere bağlı hissetmeli, içinde

³⁸ Gözde Kestellioğlu, “Örneklerle Kent Konseylerinin 3 Temeli ve 3 Sorunu: Katılım, Demokrasi ve Yönetişim”, Enes Battal Keskin ve Elif Karakurt Tosun (eds.), 10-11 Nisan 2015, *II. Ulusal Kent Konseyleri Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, Bursa, 2015, s. 226; Eran Vigoda and Etai Gilboa, “The Quest for Collaboration: Toward a Comprehensive Strategy for Public Administration”, Eran Vigoda (ed.), *Public Administration: An Interdisciplinary Critical Analysis*, Marcel Dekker, Inc., New York, 2002, p. 107.

³⁹ Hikmet Kavruk, “Yerel Yönetim Reformu ve Yönetişim Öngörüsü”, Levent Özmen ve M. Akif Sözer (eds.), 18-20 Mart 2005, *21. Yüzyılda Türkiye’de Sosyal Bilimler ve Toplum Sorunları Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, Başkent Ofset, Ankara, 2005, s. 365.

⁴⁰ Nilüfer Negiz ve Hakan M. Kiriş, “Yerel Demokratikleşmede Katılım Sorunu”, *Yerel Siyaset Dergisi*, Sayı 23, 2007, s. 37.

yaşadığı ortamın sorunlarına ve çözümlerine duyarsız kalmayıp, bu sorunların çözümünü sadece yöneticilerden beklememelidir⁴¹.

Demokrasinin tam anlamıyla gerçekleştirilebilmesi için, yerel yönetim kanallarının ve yerel inisiyatiflerin toplum yararına harekete geçirilmesi gerekmektedir. Nitekim yerel yönetimler, yerel toplumların kendilerini ilgilendiren politik ve yönetsel işlerden yakından haberdar oldukları ve buna göre karar alma sürecine katılabilecekleri örgütlenme biçimidir. Vatandaşlar, demokratik ilkelere ve davranışlara alışkanlığı yerel yönetimlerde kazanmaktadırlar⁴². Yerel yönetimler, demokrasinin tabandan tavana doğru yapılanması işlevini gören kurumlar⁴³ olarak seçim, denetim ve sorumluluk ilkelerinin en optimal biçimde yerel düzeyde yaşama geçirilmesinde etkin rol oynamaktadırlar. Bunlara bağlı bir biçimde yerel yönetimler, siyaset literatüründe, çoğulcu siyasi sistemin temel kurumları içinde değerlendirilmektedirler. Bir ülkede ulusal düzeyde bir siyasi iktidar olduğu halde, yerel yönetim sistemi sayesinde siyasete ve yönetime katılma kanalları genişlemektedir. Yerel yönetimler, merkezi hükümet ve ulusal parlamento üzerinde yoğunlaşan siyasete katılma taleplerini, bir ölçüde yerel boyuta çekerek ya da dağıtarak, siyasi hayatta tansiyonu azaltmakta ve böylece siyasi sistemin meşruluğuna önemli katkılar da sağlamaktadırlar⁴⁴.

Yerel yönetimlerle demokrasiyi, etkin ve işlevsel ilişkiler çerçevesinde bir düzlemde buluşturan, temsil ve katılma olgularıdır. Çünkü yerel düzeyde yönetilenlerle yönetenler arasında mekânsal ve toplumsal uzaklık en aza inmektedir. Bu önemli durum, hem çeşitli kentsel grupların yerel karar organlarında temsiline olanak sağlamakta hem de bu yerel aktörlerin kesintisiz yönetsel sisteme katılımı için gerekli ortamı sunmaktadır⁴⁵. Daha

⁴¹ Başaran, a.g.e., s. 49; Timothy D. Sisk et al., *Democracy at the Local Level: The International Idea Handbook on Participation, Representation, Conflict Management, and Governance*, International IDEA Handbook Series 4, Sweden, 2001, p. 13.

⁴² Vahide Feyza Urhan, "Türkiye'de Yerel Yönetimlerin Yeniden Yapılandırılması", *Sayıştay Dergisi*, Sayı 70, 2008, s. 92.

⁴³ Ruşen Keleş, *Yerinden Yönetim ve Siyaset*, Cem Yayınevi, İstanbul, 1992, s. 45.

⁴⁴ Mustafa Ökmen, Serhat Baştan ve Abdullah Yılmaz, "Kamu Yönetiminde Yeni Yaklaşımlar ve Bir Yönetişim Faktörü Olarak Yerel Yönetimler", Abdullah Yılmaz ve Mustafa Ökmen (eds.), *Kamu Yönetimi*, Gazi Kitabevi, Ankara, 2004, s. 50; Allan Rosenbaum, "Decentralization, Local Government and Democratic Institution Building", <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan048927.pdf>, (Erişim Tarihi: 02.11.2015), p. 8.

⁴⁵ M. Akif Çukurçayır, "Yerel Demokrasi ve Yerel Siyaset", Hulusi Şentürk (ed.), **Yerel Siyaset**, Okutan Yayınları, İstanbul, 2008, s. 26; Jan Bucek, "New approaches to local

açık olarak, yerel yönetimler halkın yönetime katılmasını sağlayan ve halka kendi kendilerini yönetme erdemi kazandıran en önemli kuruluşlar olmalarının yanında, demokrasinin en etkin bir şekilde hayata geçirildiği kuruluşlar olarak ifade edilebilmektedirler⁴⁶. Yerel yönetimlerin demokratik tabanlarını güçlendiren bileşenlerin ya da paydaşların arasında da katılımcı demokratik bir düzenin temel yapı taşları olan sivil toplum kuruluşları ve sermayedar çevresi gelmektedir. Bu bağlamda yerel demokrasinin tesis edilmesinde yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve şirketleri ya da özel sektörü temsilen sermayedarların yerel yönetişim bağlamında önemli görevleri vardır.

Yerel yönetişim açısından katılım kavramının içeriği ve sınırı, kimin, nereye, nerede, ne zaman ve nasıl katılacağı gibi birçok soruya verilen yanıtla göre değişebilmektedir⁴⁷. Katılım ya da katılımcılık kavramı, günümüzde vatandaş hakları, demokratik yönetişim, yolsuzlukla mücadele ve yoksulluğun azaltılması ile birlikte anılmaktadır. Bunlara ek olarak katılım kavramı, pozitif olarak kullanılabilmesi gibi negatif olarak da kullanılmaktadır. Protesto yürüyüşü, grev gibi faaliyetler negatif katılım kapsamına girerken, örneğin oy kullanmak pozitif katılım olarak görülmektedir⁴⁸. Halka en yakın birimler olan yerel yönetimlerde halkın alınacak kararlara, yönetim sürecine katılımı çok büyük bir önem taşımaktadır. Bu çerçevede yönetime halkın katılması siyaset ve yönetim kültürü ile ilgili bir konudur. Yerel yönetimlerin işleyişine halkın katılımı, merkezi yönetime göre daha kolaydır. Çünkü yerelde verilen mal ve hizmetlerin izlenmesi ve hesap verebilirlik-açıklık mekanizmasının harekete geçilmesi daha işlevseldir⁴⁹. Yerel yönetimler, vatandaşların yerel ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik kararların alındığı ve uygulandığı yerler

democracy: direct democracy, participation and the `third sector'", *Environment and Planning C: Government and Policy*, Vol 18, 2000, p. 4.

⁴⁶ Davut Dursun, "Demokratik Siyasal Kültürün Gelişmesinde Yerel Yönetimler", Hulusi Şentürk (ed.), *Yerel Siyaset*, Okutan Yayınları, İstanbul, 2008, s. 84.

⁴⁷ M. Akif Çukurçayır, *Siyasal Katılma ve Yerel Demokrasi*, Çizgi Kitabevi, Konya, 2006, s. 42.

⁴⁸ Gamze Kösekahya, "Katılımcılık ve İyi Yönetişim", 2003, www.deu.edu.tr/userweb/hilmi.../iyi%20yönetim/katılımcılık.pdf, (Erişim Tarihi: 12.10.2015), s. 35; Rumki Basu, *Public Administration: Concepts and Theories*, Sterling Publishers, India, 2004, p. 470.

⁴⁹ Ahmet İhsan Şatır, *Avrupa Birliği Sürecinde Yerel Yönetimlerde E-Dönüşüm ve Türkiye*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, İstanbul, 2009, s. 40-41.

olması açısından, karar alma sürecinin dağıtıldığı katılımcı demokrasinin kurumsallaşmasına uygun alanlardır⁵⁰.

Yerel yönetim açısından oldukça önem taşıyan bir diğer kavram olan sivil toplum ve bu anlayışa dayalı sivil toplumculuk, devletin ve piyasanın (sermayenin) dışında kalan alanı ifade etmektedir⁵¹. Sivil toplum, yerelde kamusal ruhu daha etkin bir şekilde güçlendirerek demokrasinin kanallarını açmakta⁵² ve temsil olanağını sağlamaktadır. Bu bağlamda, yerel yönetimler ve demokrasi ile ilgili tartışmaların önemli bir boyutunu sivil toplum konusu oluşturmaktadır⁵³. Demokrasi, her şeyden önce, devlet ile sivil toplumun birbirinden ayrılmasına dair tartışmalara dayanmakta ve bu tartışmalar ile konunun önemi daha net anlaşılabilir. Sivil toplum, son iki yüz yıldır yoğun olarak kullanılan bir kavram iken, yerel yönetim çok daha eski bir geleneğe ve tarihi geçmişe sahiptir. Buna karşın, son zamanlarda dünyada yaşanan demokratikleşme, değişim eğilimleri ve süreci, sivil toplum kavramını güncelleştirmiş, özellikle yerel yönetim ve demokrasi tartışmalarının önemli bir konusu haline getirmiştir⁵⁴. Buna bağlı olarak sivil toplumun yerelde güçlü olması, yerel yönetime, demokrasiye, temsile ve katılıma dair önemli ipuçları vermektedir.

Siyasal rejiminde hangi sistem uygulanırsa uygulansın, katı merkezîyetçilikle yönetilen ülkelerde, toplumun refahının artırılması ve demokrasinin yaygınlaştırılmasında önemli yapısal sorunlar meydana gelmektedir. Bu sorunların aşılması için toplumsal gelişim açısından yerel yönetimler önemli bir role sahiptir. Örneğin AB üyesi ülkelerde ve diğer gelişmiş ülkelerde kalkınma önemli ölçüde, halkın yönetime etkin katılımına ve yerel kaynakların harekete geçirilmesine bağlıdır. Bu ülkelerde, yerel yönetimlerin özellikle “*demokratik değerlerin yaygınlaştırılması, yerel kaynakların harekete geçirilmesi, hizmet önceliklerinin belirlenmesi ve hizmet*

⁵⁰ Şerif Öner, “Katılımcı Demokrasi Açısından Belediye Kanunu”, Hüseyin Özgür ve Muhammet Kösecik (ed.), *Yerel Yönetimler Üzerine Güncel Yazılar-I: Reform*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2005, s. 58; U. C. Mandal, *Dictionary of Public Administration*, SARUP & SONS, New Delhi, 2007, p. 356.

⁵¹ Taner Artan, *Yerel Yönetimlerde Sosyal Hizmetler*, SABEV, Ankara, 2012, s. 76.

⁵² İlhan Tekeli, *Katılımcı Demokrasi ve Sivil Toplum Kuruluşları*, Sosyal Demokrasi Derneği Yayınları-1, Ankara, 2006, s. 168; Yakup Bulut, “Sivil Toplum ve Yerel Yönetimler”, Hüseyin Özgür ve Muhammet Kösecik (ed.), *Yerel Yönetimler Üzerine Güncel Yazılar-I: Reform*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2005, s. 236.

⁵³ Kemal Görmez, *Yerel Demokrasi ve Türkiye*, Vadi Yayınları, Ankara, 1997, s. 65.

⁵⁴ Mustafa Ökmen ve Bekir Parlak, *Kuramdan Uygulamaya Yerel Yönetimler*, Alfa Aktüel, Bursa, 2010, s. 46.

malîyetlerinin düşürülmesi açılarından merkezi yönetime üstünlüğü” kabul edilmektedir⁵⁵.

Dünyada, özellikle 1980’li yıllardan sonra küreselleşme olgusunun gündemden güne hızlandığı, bölgesel/yerel entegrasyonların arttığı görülmektedir⁵⁶. Bu gelişme ile birlikte küreselleşme sürecinin dinamikleri olan teknik gelişmeler, teknolojiye yaşanan hız, ulaştırma ve iletişim hizmetlerindeki yaşanan gelişmeler sonucunda dünya giderek daha küçük hale gelmektedir. Bu gelişme, özellikle bölgesel entegrasyonlar ve işbirliği çalışmalarında ülkelerin siyasal, idari ve ekonomik yapılarını yeniden gözden geçirmeleri ve yeniden yapılanma çalışmalarına girmeleri sonucunu gündeme getirmektedir. Örneğin Avrupa Konseyi tarafından kabul edilen 1985 tarihli Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı çerçevesinde yerinden yönetim anlayışına (Yerindelik-Subsidiarity) yeni bir boyut getirilmekte, AB’de de 1992 Maastricht Anlaşması’yla bölgeselleşmeye vurgu yapılarak ekonomik ve siyasal entegrasyonun tamamlanması ve para birliğine doğru hızlı bir yönelme eğilimi ortaya çıkmaktadır⁵⁷. Yine AB tarafından kabul edilen Avrupa Tek Senedi’nde de yerellik ilkesi açıkça belirtilmemiş, ancak bunu çağrıştıran ifadelerle yer verilmiştir⁵⁸. AB boyutunda yerindelik açısından önem taşıyan bir diğer belge ya da uygulama da yönetişim kavramına vurgu yapan, 2001 yılı sonunda kabul edilen “White Paper (Beyaz Kitap)” adlı düzenlemedir. White Paper’da, yönetişim vurgusu “iyi yönetişim” ile ön plana çıkarılmakta ve siyasal sistemin idaresinde hükümet ile toplum arasında karşılıklı etkileşim, ortak çalışma, karar almada paylaşım olarak tanımlanmaktadır. Yine bu belgede, karar almanın mümkün olduğu kadar açık, katılıma yer veren ve her katılanın karar almada sorumluluk aldığı bir paydaşlık ilişkisi olduğu vurgulanmaktadır⁵⁹.

⁵⁵ Başaran, a.g.e., s. 63.

⁵⁶ Caroline Andrew and Michael Goldsmith, “From Local Government to Local Governance and Beyond?”, *International Political Science Review*, Vol 19, No 2, 1998, p. 101.

⁵⁷ Mustafa Sakal, “Türkiye’de Yerel Yönetimlerde Yeniden Yapılanma Sorunu: Tarihsel Perspektiften Bir Değerlendirme”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt 5, Sayı 1, 2000, s. 119-120; Michelle Evans, “The Principle of Subsidiarity in European Union Law: Some Comparisons with Catholic Social Teaching”, *Solidarity: The Journal of Catholic Social Thought and Secular Ethics*, Vol 3, 1, 2013, p. 61.

⁵⁸ Mehmet Karaarslan, *Türkiye’de Yerel Yönetim Reformu Bağlamında Yerel Yönetimlerin Özerkliği ve Denetimi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Hukuku Anabilim Dalı, Ankara, 2007, s. 84.

⁵⁹ Esra Ergüzeloğlu, “Avrupa Birliği Yönetişim Modelinde Bir Türk Aktör: İktisadi Kalkınma Vakfı”, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Gelişme ve Toplum Araştırmaları Merkezi, Tartışma Metinleri, Ankara, 2003, s. 3.

AB hukuki mevzuatına Yerindelik (Subsidiarity) ilkesi, yukarıda da belirtildiği üzere ilk olarak Maastricht Antlaşması ile genel bir ilke olarak girmiştir. Gerek AB kurumları gerekse Türkiye'nin de üyesi olduğu Avrupa Konseyi'nin önemini vurgulamak amacı ile son zamanlarda hep gündemde tuttuğu Yerindelik İlkesi, yerel ve bölgesel yönetimlere daha çok yetki aktarılmasını sağlayarak idari ve mali özerkliklerinin artırılmasını hedeflemektedir⁶⁰. Bu çerçevede, AB'nin benimsediği yerindelik ilkesi, uygulama sonuçlarına bakıldığında, yerel yönetimlerin yetkilerinin büyük ölçüde genişlemesine yol açmıştır. Yerindelik ile kamusal projeler içeriklerine ve yapılarına göre, onlara en uygun yerel ve merkezi otoriteler tarafından tasarlanıp uygulanmaktadır⁶¹. AB tarafından alınan kararların büyük bir bölümü, üye ülkelerde yerel yönetimler tarafından yerine getirilmektedir. Bu nedenle AB hukuku yerel yönetimleri bazı durumlarda doğrudan, bazı durumlarda ise dolaylı olarak etkilemektedir⁶². Diğer taraftan AB'de, sivil toplum kuruluşları, örgütlenmiş vatandaşların yaşadıkları ülkenin toplumsal ve ekonomik yönden kalkınmasında etkili olan kuruluşlardır. Ayrıca, bu kuruluşlar sivil toplum düzenine doğrudan katkıda bulunarak, katılımcı demokrasinin oluşturulması ve sürdürülmesi açısından çok hayati öneme sahiptirler⁶³.

Avrupa Konseyi, 1950'den beri demokratikleştirme konusuna önem vermiş ve yerel yönetimlerin geliştirilmesi için çaba göstermiştir. Buna bağlı olarak Konsey, bu alandaki çalışmalarını, 1985 yılında, yetkili organlarının, Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı'nı benimsemesiyle daha önemli bir hale getirmiştir. Yerel özerklik şartı, demokrasinin gelişmesinde ve yönetimde etkinlik sağlanmasında temel bir konuma sahip olan yerel yönetimlerin haklarının korunabilmesi için bir güvence oluşturmuştur. Nitekim Şart'ın başlangıç kısmında; *"yerel yönetimlerin demokratik rejimin temel*

⁶⁰ Yüksel Demirkaya, "Avrupa Birliği'nin Yerel Kamu Şirketleri Stratejisi: Türkiye'de Hukuki Yapı ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi Uygulamaları", *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 7, Sayı 13, 2010, s. 423.

⁶¹ Kürşad Hacıtahiroğlu, *Avrupa Birliği Genişleme Evrelerinde İzlenen Siyaset ve Türkiye İlişkileri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, İstanbul, 2006, s. 3.

⁶² Osman Nacak, *AB Sürecinde Türkiye'de Yerel Yönetimlerin Demokratikleşmesi ve İdari Denetimi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Sakarya, 2007, s. 101.

⁶³ Sefa Usta, *Avrupa Birliği'ne Giriş Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşları: Sivil Toplum, Demokrasi ve Güven*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Konya, 2006, s. 79.

kuruluşlarından biri olduğu, yurttaşların kamusal işlere katılma hakkının Avrupa Konseyi'nin tüm üye devletlerince paylaşılan demokratik ilkelerden biri olduğu hususlarını dikkate alarak; bu hakkın, yerel düzeyde en uygun biçimde kullanılabilmesi ve yerel yönetimlerin gerçek sorumluları ile var olmaları, hem etkili ve hem de yurttaşlara yakın bir idare sağlayabileceği inancı vurgulanmıştır". Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı'nın Özerk Yerel Yönetimin Kapsamı başlığını taşıyan 4. maddesinin 3. fıkrasında da şöyle denilmektedir: "Kamusal sorumluluklar genellikle ve tercihen, yurttaşın en yakın olan yönetimlerce yerine getirilir. Sorumluluğun bir başka yönetime bırakılmasında, görevin kapsamı ve niteliği ile etkinlik ve ekonomi ilkelerinin gerekleri göz önünde bulundurulmalıdır"⁶⁴.

Yine Avrupa Konseyi'nce, 17-19 Mart 1992 tarihleri arasında gerçekleşen Avrupa Konseyi Avrupa Yerel Yönetimler Konferansı'nda kabul edilen Avrupa Kentsel Şartı ise, 1980-1982 yılları arasında Avrupa Konseyi'nce düzenlenen "European Campaign for Urban Renaissance (Kentsel Rönesans İçin Avrupa Kampanyası)" çalışmaları sonucunda oluşturulmuş bir metindir. Kentsel fiziksel çevrenin geliştirilmesine, mevcut konut alanlarının iyileştirilmesine, kentlerde toplumsal ve kültürel olanakların yaratılmasına ve toplumsal kalkınma ile halk katılımına dayanan bu kampanya için çalışmalar 1986'dan sonra Avrupa Yerel ve Bölgesel Yönetimler Sürekli Konferansı çerçevesinde sürdürülmüştür. Bu kapsamda düzenlenen kongreler, konferanslar, yayınlar gibi etkinlikler Avrupa Kentsel Şartı'nın oluşmasına dayanak oluşturmuştur⁶⁵. Nitekim Avrupa Kentsel Şartı'nda 3. maddede yerel demokrasi de; "kentsel gelişmenin temeli, özerk ve mali bağımsızlığı olan yerel yönetimlerde halkın doğrudan katılımının sağlanması" şeklinde tanımlanmıştır.

Bunlara ek olarak dünyada yerel yönetim ve yerindelik açısından önem taşıyan bir diğer önemli oluşum ya da düzenleme arasında BM tarafından 1992 yılında Brezilya'nın Rio kentinde gerçekleştirilen "Rio Çevre ve Kalkınma Konferansı" bulunmaktadır. Bu konferansta sürdürülebilir kalkınma teması altında yerelde sürdürülebilir kalkınmayı harekete geçirebilecek olan yönetişime dayalı "Gündem 21" planı kabul edilmiştir. Bu plana göre ülkelerin kendi, yerel kaynaklarını ve potansiyellerini yönetim

⁶⁴ Gündüz Şan, "AB ve Yerel Yönetimler Bağlamında Subsidiarite (Yerindelik) İlkesi", 2007, <http://YerelSiyaset.Com/Pdf/Temmuz2007/11.pdf> (Erişim Tarihi: 12.11.2012), s. 67-68.

⁶⁵ Bülent Duru, "Avrupa Birliği Kentsel Politikası ve Türkiye Kentleri Üzerine", *Mülkiye*, Cilt XXIX, Sayı 246, Ankara, 2005, s. 66.

esası olarak harekete geçirebilecekleri Yerel Gündem 21'lerini hazırlamaları da önerilmiştir⁶⁶.

Daha sonrasında, 1996 yılında Türkiye'de İstanbul'da gerçekleştirilen ve ilki 1976 tarihinde Kanada'da toplanmış olan "Habitat II Kongre ve Kent Zirvesi"nde de yerel yönetim ve sürdürülebilirlik ile ilgili olarak "eşitlik, yaşanabilirlik ve yurttaşlık bilinci" gibi konulara dikkat çekilmiştir⁶⁷.

Yerel yönetim açısından katılım bağlamında yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör yönetimleri bir arada değerlendirildiğinde; yönetimin yerel boyutta bir yansıması olan yerel yönetimin işlerlik kazanması ve kazanımlar sağlaması için yerelde belirtilen bu üçlü modeli harekete geçirecek belirli önlemler alınması ve çeşitli modellerin uygulanması gerekmektedir. Nitekim yerel demokrasinin güçlenmesinde ve halkın kendisini ilgilendiren siyasal karar alma sürecine devamlı surette katılımında ve temsilinde, katılımcı demokrasi ve sivil toplum anlayışının önemli bir payı vardır. Yine bu anlayış ve ilkeleri harekete geçirecek yasal ve kurumsal düzenlemelerin oluşturulması da gerekmektedir. Nitekim çeşitli uluslararası kuruluşlar ve ülkeler tarafından geliştirilen anlayışlar, yasal düzenlemeler ve kurumsal modeller, yerel yönetimin uygulanabilirlik kapasitesini artırmıştır ve artırmaya da devam edecektir.

Yukarıda sözü edilen olanağın artırılmasında da yerel yönetimi harekete geçiren ya da geçirecek şu gibi olanaklardan söz edilebilmektedir: Halk oylaması (doğrudan demokrasi), halk toplantıları, halk günleri, meclis toplantılarına katılım, danışma kurulları, kent konseyleri, Yerel Gündem 21, planlama çemberleri/forumları, yurttaş kurulları, gelecek atölyeleri, yuvarlak masa toplantıları, kamuoyu yoklamaları ve iletişim demokrasisi (internet). Bununla beraber, yerel yönetimlerde halkın yönetime katılımının somut ve yaygın uygulamaları ise; halk oylaması, halk toplantıları, meclis toplantılarına katılım, danışma kurulları, il ve ilçe insan hakları kurulları, etik kurullar, yerel

⁶⁶ Taşkın Deniz, "Kentleşme, Yerel Gündem 21 ve Kent Konseyleri", *Turkish Studies-International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* Vol. 8/12 Fall 2013, s. 391.

⁶⁷ Göymen, a.g.m., s. 77-78.

ombudsman, kent konseyi ve Yerel Gündem 21'ler gibi oluşumlardan meydana gelmektedir⁶⁸.

Sonuç ve Değerlendirme

Postmodern kamu yönetimi, asıl olarak 1980 yılı sonrasında diğer sosyal bilimler alanında olduğu gibi kamu yönetimini de etkisine almıştır. Bundan sonra kamu yönetimi disiplini büyük bir dönüşüm süreci içerisine girerek, yeni kamu yönetimi reformları ile yerinden yönetimci, esnek, piyasa esaslı, etik, demokratik ve vatandaş odaklı bir yapıya sahip olmuştur. Diğer yandan, 1990'lı yıllardan sonra kamu yönetimi disiplini yönetim teorisi belirleyici bir konuma dönüşerek, kamu yönetiminde demokratikleşmenin ve yeniden yapılanmanın simgesi haline gelmiştir.

Postmodern kamu yönetimi, yeni kamu yönetimi ve yönetim gibi kamu yönetimi alanını etkileyen yönetsel teorilere felsefi, sosyolojik, siyasal ve ideolojik bir zemin hazırlamaktadır. Bu çerçevede, postmodern kamu yönetimi, belirtilen yönetsel teorileri harekete geçiren bir özelliğe sahiptir. Sözü edilen dönemde yerel yönetimlerin katılımcılık ve demokrasi bağlamında güçlenmesindeki en temel neden de budur.

Kamu yönetimi alanında, 1990'lı yıllardan sonra ortaya çıkan bir diğer kavram da yerel yönetişimdir. Yerel yönetişim, yerelde yerel yönetimler, sivil toplum ve özel sektör kuruluşları arasında etkileşim ve koordinasyon sağlayan, vatandaşların temsil ve katılım olanaklarını artırarak katılımcı demokrasiye zemin hazırlayan bir oluşumdur. Dolayısıyla yönetişimin yerele uyarlanmış hali olarak da değerlendirilebilen yerel yönetişim kavram ve oluşumu ile bir taraftan yerelde/bölgede toplumun farklı aktörleri arasında etkileşim ve işbirliği artarak, politik karar alma sürecinde bir dağıtım meydana gelirken, bir taraftan da vatandaşların kentlerine ait sorumluluk ve kent bilinçleri artarak yerel siyasetin oluşturulmasında bir aktör ya da paydaş konumuna gelmektedirler.

⁶⁸ Seher Polat ve M. Özge Aras, Yerel Yönetimlerde Demokrasi Sorunsalı: "Yerel Katılım", *TMMOB Yerel Yönetimlerde Dönüşüm Sempozyumu*, Ankara, 2007, <http://www.tmmob.org.tr/icerik/tmmob-yerel-yonetimlerde-donusum-sempoz-yumu>, (Erişim Tarihi: 07.04.2011), s. 175; Cemal Yükselen, "Yerel Gündem 21 ve Katılım Sorunu", Muharrem Güneş (ed.), *Küreselleşme Sürecinde Kent ve Politika*, Detay Yayıncılık, Ankara, 2004, s. 249.

Sonuç olarak, postmodern kamu yönetiminin etkilemiş olduğu yerel yönetim süreci, yerelde politik karar alma sürecinde koordinasyona ve işbirliğine gönderme yaparak, sivil toplum ve katılımcı demokrasi gibi anlayışlardan fayda sağlayarak, yerinden yönetimi güçlendirmekte ve tüm vatandaşlara ve kuruluşlara siyasi bir özne kimliği kazandırmaktadır.

Sayfa/Page | 92

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

KAYNAKÇA

ANDREW, Caroline, Michael Goldsmith, From Local Government to Local Governance-and Beyond?, *International Political Science Review*, Vol. 19, No. 2, 1998, p. 101-117.

ARTAN, Taner, **Yerel Yönetimlerde Sosyal Hizmetler**, SABEV, Ankara, 2012.

BASU, Rumki, **Public Administration: Concepts and Theories**, Sterling Publishers, India, 2004.

BAŞARAN, İsmail, **Kent ve Yerel Yönetim**, Okutan Yayınları, İstanbul, 2008.

BERİŞ, Hamit Emrah, "Moderniteden Postmoderniteye", Mümtazer Türköne (ed.), **Siyaset**, Lotus Yayınevi, Ankara, 2008, s. 483-521.

BERTENS, Hans, **The Idea of The Postmodern: A History**, Routledge, London, 1995.

BEVIR, Mark, R.A.W. Rhodes, "A Decentered Theory of Governance: Rational Choice", Institutionalism, and Interpretation, Working Paper 2001-10, <http://eprints.cdlib.org/uc/item/Obw2p1gp#page-5>, (Erişim Tarihi: 05.04.2016).

BUCEK, Jan, New approaches to local democracy: direct democracy, participation and the `third sector', *Environment and Planning C: Government and Policy*, Vol 18, 2000, p. 3-16.

BULUT, Yakup, "Sivil Toplum ve Yerel Yönetimler", Hüseyin Özgür, Muhammet Kösecik (ed.), **Yerel Yönetimler Üzerine Güncel Yazılar-I: Reform**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2005, s. 235-251.

CHHOTRAY, Vasudha, Gerry Stoker, **Governance Theory and Practice: A Cross-Disciplinary Approach**, Palgrave Macmillan, Great Britain, 2009.

COŞKUN, Selim, "Kamu Yönetiminde Yönetişim Yaklaşımı", Asım Balcı... [ve öte.] (ed.), **Kamu Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar**, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2013, s. 67-83.

ÇUKURÇAYIR, M. Akif, **Siyasal Katılma ve Yerel Demokrasi**, Çizgi Kitabevi, Konya, 2006.

- ÇUKURÇAYIR, M. Akif, "Yerel Demokrasi ve Yerel Siyaset", Hulusi Şentürk (ed.), **Yerel Siyaset**, Okutan Yayınları, İstanbul, 2008, s. 15-36.
- DEMİRKAYA, Yüksel, "Avrupa Birliği'nin Yerel Kamu Şirketleri Stratejisi: Türkiye'de Hukuki Yapı ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi Uygulamaları", *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 7, Sayı 13, 2010, s. 420-444.
- DENİZ, Taşkın, "Kentleşme, Yerel Gündem 21 ve Kent Konseyleri", *Turkish Studies-International Periodical For The Languages, Literature And History Of Turkish Or Turkic* Volume 8/12 Fall 2013, p. 391-402.
- DOĞAN, Kadir Caner, Fuat Ustakara, "Kamuda Bir Yapılanma Dönüşümü Olarak E-Devlet ve E-Yönetişim İlişkisi Üzerine", *Global Journal of Economics and Business Studies-GJEBS*, Sayı 3, Bahar 2013, s. 1-12.
- DOĞAN, Kadir Caner, "Postmodern Kamu Yönetimi Anlayışı Çerçevesinde Bir Denetim Paradigması: Ombudsman", *Sayıştay Dergisi*, Sayı 94/Temmuz-Eylül 2014, s. 73-96.
- DOĞAN, Kadir Caner, "Postmodern Kamu Yönetiminin Kuramsal Temelleri", M. Akif Çukurçayır... [ve öte.] (ed.), *Kamu Yönetiminde Değişimin Yönü ve Etkileri*, **KAYFOR 13 Bildiri Kitabı**, Selçuk Üniversitesi İ.İ.B.F., Konya, 2016, s. 149-162.
- DOĞAN, Kadir Caner, "Postmodernizmin Kamu Yönetimine Yansımaları: Ombudsman ve Toplam Kalite Yönetimi Yaklaşımları", *Turkish Studies-International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, Volume 10/14 Fall 2015, p. 273-290.
- DURNA, Ufuk, Mehmet Özel, "Bilgi Çağında Bir Yönetişel Dönüşüm Yaklaşımı: E-(Yerel) Yönetim", *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 5, Sayı 10, 2010, s. 1-32.
- DURŞUN, Davut, "Demokratik Siyasal Kültürün Gelişmesinde Yerel Yönetimler", Hulusi Şentürk (ed.), **Yerel Siyaset**, Okutan Yayınları, İstanbul, 2008, s. 77-86.
- DURU, Bülent, "Avrupa Birliği Kentsel Politikası ve Türkiye Kentleri Üzerine", *Mülkiye*, Cilt XXIX, Sayı 246, Bahar 2005, s. 59-76.
- EMİNİ, Filiz Tufan, "Türkiye'de Yerel Yönetimler Reformunun İç ve Dış Dinamikleri", *Yönetim ve Ekonomi*, Cilt 16, Sayı 2, 2009, s.31-48.
- ERGUN, Turgay, "Post-Modernizm ve Kamu Yönetimi", Burhan Aykaç, Şenol Durgun, Hüseyin Yayman (ed.), **Türkiye'de Kamu Yönetimi**, Yargı Yayınevi, Ankara, 2003, s. 607-620.
- ERGÜZELOĞLU, Esra, "Avrupa Birliği Yönetişim Modelinde Bir Türk Aktör: İktisadi Kalkınma Vakfı", Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Gelişme ve Toplum Araştırmaları Merkezi, Tartışma Metinleri, Ankara, 2003.

ERYILMAZ, Bilal, **Kamu Yönetimi: Düşünceler-Yapılar-Fonksiyonlar-Politikalar**, Umuttepe Yayınları, Kocaeli, 2012.

EVANS, Michelle, "The Principle of Subsidiarity in European Union Law: Some Comparisons with Catholic Social Teaching", *Solidarity: The Journal of Catholic Social Thought and Secular Ethics*, Vol 3, 1, 2013, p. 60-77.

EVRE, Bülent, "Bir Düşünüş Biçimi Olarak Postmodernizm ve Temel Parametreleri", *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, Sayı 13, 2007, s. 1-23.

FİDAN, Yahya, "Yönetimden Yönetişime: Kavramsal Bir Bakış", *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 1/Ekim 2010-Mart 2011, s. 5-10.

FOX, Charles J., Hugh T. Miller, **Postmodern Public Administration**, M.E. Sharpe Inc., the United States of America, 2007.

GENÇ, Fatma Neval, "Yeni Kamu Hizmeti Yaklaşımı", *Türk İdare Dergisi*, Sayı 466, Mart 2010, s. 145-159.

GÖRMEZ, Kemal, **Yerel Demokrasi ve Türkiye**, Vadi Yayınları, Ankara, 1997.

GÖYMEN, Korel, "Türk Yerel Yönetiminde Katılımcılığın Evrimi: Merkezietçi Bir Devlette Yönetişim Dinamikleri", *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt 32, Sayı 4, 1999, s. 67-83.

GÜNDOĞAN, Ertuğrul, "Yönetişim: Kavram, Kuram ve Boyutlar", M. Akif Çukurçayır, H. Tuğba Eroğlu, Hülya Eşki Uğuz (ed.), **Yönetişim: Kuram, Boyutlar ve Uygulama**, Çizgi Kitabevi, Konya, 2010, s. 13-56.

HACİTAHİROĞLU, Kürşad, "Avrupa Birliği Genişleme Evrelerinde İzlenen Siyaset ve Türkiye İlişkileri", İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, İstanbul, 2006 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

KARAARSLAN, Mehmet, "Türkiye'de Yerel Yönetim Reformu Bağlamında Yerel Yönetimlerin Özerkliği ve Denetimi", Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Hukuku Anabilim Dalı, Ankara, 2007 (Yayımlanmamış Doktora Tezi).

KAUFMANN, Daniel, Aart Kraay, Massimo Mastruzzi, "Governance Matters VIII: Aggregate and Individual Governance Indicators 1996-2008", Policy Research Working Paper 4978, The World Bank Development Research Group Macroeconomics and Growth Team June 2009 WPS4978.

KAVRUK, Hikmet, "Yerel Yönetim Reformu ve Yönetişim Öngörüsü", Levent Özmen, M. Akif Sözer (eds.), 18-19-20 Mart, **21. Yüzyılda Türkiye'de Sosyal Bilimler ve Toplum Sorunları Sempozyumu Bildiriler Kitabı**, Başkent Ofset, Ankara, 2005, s. 362-377.

KELEŞ, Ruşen, **Yerinden Yönetim ve Siyaset**, Cem Yayınevi, İstanbul, 1992.

KELLNER, Douglas, "Toplumsal Teori Olarak Postmodernizm: Bazı Meydan Okumalar ve Sorunlar", (çeviren ve derleyen: Mehmet Küçük), **Modernite Versus Postmodernite**, Vadi Yayınları, Ankara, 2000, s. 367-404.

KESTELLİOĞLU, Gözde, "Örneklerle Kent Konseylerinin 3 Temeli ve 3 Sorunu: Katılım, Demokrasi ve Yönetişim", Enes Battal Keskin, Elif Karakurt Tosun (ed.), 10-11 Nisan 2015, **II. Ulusal Kent Konseyleri Sempozyumu Bildiriler Kitabı**, Bursa, 2015, s. 221-239.

KING, Cheryl Simrell, "Postmodern Public Administration": In the Shadow of Postmodernism", *Administrative Theory & Praxis*, Vol 27, No 3 (Sep., 2005), p. 517-532.

KOOIMAN, Jan, **Governing as Governance**, SAGE Publications, London, 2003.

KOOIMAN, Jan, "Social-Political Governance: Introduction", Jan Kooiman (ed.), **Modern Governance: New Government-Society Interactions**, SAGE Publications, London, 1993, p. 1-9.

KÖSEKAHYA, Gamze, "Katılımcılık ve İyi Yönetişim", 2003, s.35. www.deu.edu.tr/userweb/hilmi.../iyi%20yönetim/katılımcılık.pdf (Erişim Tarihi: 12.10.2015).

MANDAL, U. C., **Dictionary of Public Administration**, SARUP&SONS, New Delhi, 2007.

MILLER, William L., Malcolm Dickson, Gerry Stoker, **Models of Local Governance: Public Opinion and Political Theory in Britain**, Palgrave Macmillan, New York, 2000.

NACAK, Osman, "AB Sürecinde Türkiye'de Yerel Yönetimlerin Demokratikleşmesi ve İdari Denetimi", Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Sakarya, 2007 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

NEGİZ, Nilüfer, Hakan M. Kiriş, "Yerel Demokratikleşmede Katılım Sorunu", *Yerel Siyaset Dergisi*, Sayı 23, 2007, s.36-47.

ÖKMEN, Mustafa, Bekir Parlak, **Kuramdan Uygulamaya Yerel Yönetimler**, Alfa Aktüel, Bursa, 2010.

ÖKMEN, Mustafa, Serhat Baştan, Abdullah Yılmaz, "Kamu Yönetiminde Yeni Yaklaşımlar ve Bir Yönetişim Faktörü Olarak Yerel Yönetimler", Abdullah Yılmaz, Mustafa Ökmen (ed.), **Kamu Yönetimi**, Gazi Kitabevi, Ankara, 2004, s.23-80.

ÖNER, Şerif, "Katılımcı Demokrasi Açısından Belediye Kanunu", Hüseyin Özgür, Muhammet Kösecik (eds.), **Yerel Yönetimler Üzerine Güncel Yazılar-I: Reform**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2005, s.57-87.

ÖZCAN, Kerim, Veysel Ağca, "Yeni Kamu Yönetimi Anlayışında Postmodernizmin İzleri", *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt 43, Sayı 3, Eylül 2010, s. 1-32.

- ÖZER, M. Akif, "Yönetişim Üzerine Notlar", *Sayıştay Dergisi*, Sayı 63, Ekim-Aralık 2006, s.59-89.
- ÖZER, Mehmet Akif, Murat Akçakaya, Hasan Yaylı, Nazlı Y. Batmaz, **Kamu Yönetimi: Modern (Yapı ve Süreçler)**, Adalet Yayınevi, Ankara, 2016.
- PARLAK, Bekir, Mustafa Ökmen, **Yerel Yönetimler**, Orion Kitabevi, Ankara, 2013.
- PARLAK, Bekir, Zahid Sobacı, **Kamu Yönetimi**, Alfa Aktüel, Bursa, 2010.
- POLAT, Seher, M. Özge Aras, Yerel Yönetimlerde Demokrasi Sorunsalı: "Yerel Katılım", **TMMOB Yerel Yönetimlerde Dönüşüm Sempozyumu**, Ankara, 2007, <http://www.tmmob.org.tr/icerik/tmmob-yerel-yonetimlerde-donusum-sempozyumu>, (Erişim Tarihi: 07.04.2011).
- POLLITT, Christopher, "The New Public Management: An Overview of Its Current Status", *Administratif Şi Management Public*, no. 8, 2007, p.110-115.
- ROSENBAUM, Allan, "Decentralization, Local Government and Democratic Institution Building", <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan048927.pdf>, (Erişim Tarihi: 02.11.2015).
- SAKAL, Mustafa, "Türkiye'de Yerel Yönetimlerde Yeniden Yapılanma Sorunu: Tarihsel Perspektiften Bir Değerlendirme", *Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt 5, Sayı 1, 2000, s. 119-120.
- SISK, Timothy D. et al., **Democracy at the Local Level: The International Idea Handbook on Participation, Representation, Conflict Management, and Governance**, International IDEA Handbook Series 4, Sweden, 2001.
- SOBACI, Mehmet Zahid, "Yönetişim Kavramı ve Türkiye'de Uygulanabilirliği Üzerine Değerlendirmeler", *Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt 5, Sayı 1, 2007, s. 219-235.
- ŞAN, Gündüz, "AB ve Yerel Yönetimler Bağlamında Subsdiarite (Yerindelik) İlkesi", 2007, s.64. <http://yerelisyaset.com/pdf/temmuz2007/11.pdf>, (Erişim Tarihi: 12.11.2012).
- ŞATIR, Ahmet İhsan, "Avrupa Birliği Sürecinde Yerel Yönetimlerde E-Dönüşüm ve Türkiye", Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, İstanbul, 2009, (Yayımlanmamış Doktora Tezi).
- ŞAYLAN, Gencay, **Postmodernizm**, İmge Kitabevi, Ankara, 2006.
- ŞENER, Hasan Engin, "Kamu Yönetiminde Postmodernizm", Şinasi Aksoy, Yılmaz Üstüner (ed.), **Kamu Yönetimi: Yöntem ve Sorunlar**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2007, s.31-47.
- ŞENER, Hasan Engin, "Kamu Yönetiminde Katılım ve Çoğulculuk", *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt 38, Sayı 4, 2005, s.1-22.

- TEKELİ, İlhan, **Katılımcı Demokrasi ve Sivil Toplum Kuruluşları**, Sosyal Demokrasi Derneği Yayınları-1, Ankara, 2006.
- TEMİZ, Hasan Ejder, "Sosyal Politika Bağlamında Küresel Yönetişim", *Toplum ve Demokrasi*, Sayı 13-14, Ocak-Aralık 2012, s.201-217.
- TİMUR, Kemal, "Tanımı Yapılamayan Postmodernizm", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 1, 1999, s.319-323.
- TORTOP, Nuri, Eyüp G. İSBİR, Burhan Aykaç, **Yönetim Bilimi**, Yargı Yayınevi, Ankara, 1999.
- TÜZEN, Hasan, "Postmodernizm Mitosu", *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 17, Mayıs 2008, s.145-158.
- URHAN, Vahide Feyza, "Türkiye'de Yerel Yönetimlerin Yeniden Yapılandırılması", *Sayıştay Dergisi*, Sayı 70, 2008, s.85-102.
- USTA, Sefa, "Avrupa Birliği'ne Giriş Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşları: Sivil Toplum, Demokrasi ve Güven", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Konya, 2006 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- VIGODA, Eran, Etai GILBOA, "The Quest for Collaboration: Toward a Comprehensive Strategy for Public Administration", Eran Vigoda (ed.), **Public Administration: An Interdisciplinary Critical Analysis**, Marcel Dekker, Inc., New York, 2002, p. 99-117.
- YILDIRIM, Murat, "Modernizm, Postmodernizm ve Kamu yönetimi", *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, Cilt 7, Sayı 1, 2010, s.703-719.
- YILDIZ, Hasan, "Postmodernizm Nedir?", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 13, 2005, https://birimler.dpu.edu.tr/app/views/panel/ckfinder/userfiles/17/files/DERG_/13/153-166.pdf, (Erişim Tarihi: 12.11.2014).
- YÜKSEL, Mehmet, "Yönetişim (Governance) Kavramı Üzerine", *Ankara Barosu Dergisi*, Sayı 3, 2000, s.145-160.
- YÜKSELEN, Cemal, "Yerel Gündem 21 ve Katılım Sorunu", Muharrem Güneş (ed.), **Küreselleşme Sürecinde Kent ve Politika**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2004, s.243-252.

Summary

The concept of postmodernism has been used for reference to the period after modernism. this concept emerged after World War II according to information included many scientific sources as well. The concept appeared primarily in the fields of art and architecture, dominated almost all intellectual fields within 30-40 years. The concept or expression of postmodernism showing significant separations from modernism, which started in the 17th century, challenges to grand narratives, positivist theory of knowledge and absolute realities.

Postmodernism essentially started to be effective in the field of social sciences after the year 1970s; and hereafter, public administration was also affected by this process as many scientific fields did. Postmodernism is substantially different from modernism epistemologically in terms of knowledge/theoretical context and in philosophical/conceptual framework. Public administration or modern public management understanding based on postmodernism and modernism, transformed into governance based on flexibility, openness, and network structuring from understanding of bureaucratic, closeness and hierarchy. In this context, the post modern public administration has been shaped in accordance with the principles of decentralized, ethical, democratic, participant management and market.

In this study, participation and local governance-oriented relation was intended to be established among postmodern public administration, governance and local governments. In this way, local or urban level opportunities of local governments and postmodern public administration was intended to be mentioned, making use of local governance-oriented concepts and statements belonging to the period after the year 1990 in which postmodern public administration was essentially effective in theoretical and application level. One of the most important concepts or constitutions standing out in the framework of the basic components put forwarded by postmodern public administration is local governments. Local governments are public corporations, became important in the framework of paradigm change occurring in public administration after the year 1980 and new public management reforms. Within this scope, local governments emphasize participation of public in decision making process in an active way with understandings such as civil society, participatory democracy, in the context of local governance which is a reflection of governance to local especially after 1990. In this way, legal and institutional

models; especially local governments which will strengthen local democracy and participation have been mentioned.

This study is based on the hypothesis suggesting existence of a great connection among postmodern public administration, local governments and governance and also suggests that this connection offers great contributions with opportunities of local governance and local management in local / urban places. Within this scope, the study intends to reveal the relationship mentioned, starting from especially conceptual/theoretical literature.

The concepts of postmodernism and postmodern public administration will be explained in the first part of the study; information regarding governance will be given in the second part of the study; local governments will be mentioned briefly in the third section; in the last part, the relation among postmodern public administration, local governments and local governance will be expressed with a participation-oriented understanding in order to perform the analysis mentioned above.

Siyasi Partilerin Sosyal Medya Kullanımı: Başbakan Ahmet Davutoğlu Facebook Resmi Sayfası Örneği

Özden TOPRAK*, Olgun KÜÇÜK**

Öz

Bu çalışmada, 1 Kasım 2015 seçimleri öncesi Başbakan Ahmet Davutoğlu'nun Facebook sosyal paylaşım sitesi hesabı üzerindeki kullanıcı yorumları incelenmiştir. Başbakan Ahmet Davutoğlu Facebook Resmi Sayfası'nın, 1-31 Ekim tarihleri arasındaki bir aylık dönemde yayınladığı elli videoya yazılan kullanıcı yorumları incelenip yorum konuları sınıflandırılmıştır. Çalışmanın amacı, Facebook gibi sosyal paylaşım sitelerinin, sağladıkları anlık geri bildirim avantajıyla geleneksel medyaya karşı üstünlüklerini ve siyasiler için kamuoyunun nabzını tutma anlamında referans oluşturabilecek bilgiler sağladığını göstermektir. Yöntem olarak öncelikle kaynak taramasından faydalanılarak internet ve sosyal medyanın ortaya çıkış ve gelişim süreci aktarılmış, ardından örneklem Facebook hesabında bir aylık zaman diliminde yayınlanan elli adet video, veri analizi yöntemiyle incelenmiştir. Kullanıcı yorumlarının tasnifi ile ulaşılan bulgularda, örneklem sayfadaki yorumların toplumun genel düşüncesi ve kamuoyundaki sorunların önem derecesine göre sıralanmasında referans oluşturabilecek sonuçlar ortaya koyduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Facebook, Sosyal Medya, Siyasal İletişim, Ahmet Davutoğlu

Political Parties Social Media Usage: Example of Prime Minister Ahmet Davutoğlu's Official Facebook Page

Abstract

This study examines the Facebook user comments to the Facebook Account of President Ahmet Davutoğlu before November 1, 2015 elections. Comments to 50 videos that are posted by the verified Facebook account of President Ahmet Davutoğlu

DOI: <http://dx.doi.org/10.17336/igusbd.94044>

* Yrd. Doç. Dr., İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi Radyo Televizyon Sinema Bölümü Öğretim Üyesi, E-posta: otoprak@gelisim.edu.tr

** Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yeni Medya, İletişim ve Habercilik Programı, E-posta: kucukolgun@hotmail.com

between the dates of 1-31 October are examined and the comment subjects are classified. The aim of the study is to show the advancement of social networking sites such as Facebook over traditional media by its ability to provide instant feedback and to show that these sites can provide politicians informations that are useful in taking the pulse of public opinion. Methodologically, first a literature review is made on the topics of the emergence and the advancement of internet and social media, and then a data analysis is conducted above-mentioned fifty videos. Findings that are gained by the categorization of the user comments show that these comments can provide a reference point to understand the public opinion and ranking the public problems by their importance.

Keywords: Facebook, Social Media, Political Communication, Ahmet Davutoğlu

1. Giriş

Geleneksel medyanın en önemli araçları olarak evlerimize konuk ettiğimiz radyo ve televizyonlar, uzun yıllar boyunca siyasetçiler yararına bir reklam ve propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Siyasiler, teknik gelişmelerle ortaya çıkan yeni medya araçları ve özellikle sosyal paylaşım siteleri sayesinde hitap ettikleri kitleye erişebilme ve bu kitlenin tepkilerini gözlemleyebilme bakımından önemli avantajlara sahip olma şansını yakalamışlardır.¹

Teknolojinin sağladığı yığınla avantajın yanında, yeni medyanın maliyetler bakımından gazete, dergi ve televizyon gibi geleneksel araçlarla kıyaslandığında üstün konumu, bu yeni mecraanın geleneksel medyaya göre tercih edilmesinde belirleyici olacaktır.²

İnternet ortamı siyasal reklamcılık için ilk olarak 1996 yılındaki ABD Başkanlık seçimlerinde kullanılmıştır. Gerek internetin toplumda yaygın olmayışı gerekse teknik imkânsızlıklar sebebiyle bu tecrübe cılız bir örnek olarak tarihsel süreçte yerini almıştır.³ Sosyal medya araçlarının etkili şekilde siyasal propaganda unsuru olarak kullanılmaya başlandığı tarih olarak 2008 yılındaki ABD başkanlık seçimleri gösterilmektedir. Sosyal medya kullanımının gençler arasında yaygın olduğu düşüncesinden hareket eden

¹ Müge Demir, *Yeni Medya Üzerine*, Literatür Yayınları, İstanbul, 2013, s. 68.

² Müge Demir, *Yeni Medya Üzerine, Vol.2*, Literatür Yayınları, İstanbul, 2014, s. 46.

³ Cihat Polat, *Siyasal Pazarlama ve İletişim*, Nobel Yayıncılık, Ankara, 2015, s. 538, 539.

başkan adayı Obama, geleneksel medya araçları yanında Facebook, Twitter, Youtube gibi yeni medya araçlarından yoğun olarak faydalanmıştır.⁴

“Obama’nın başkanlığını destekleyen etkileyici bir internet gösterisi yürütüldü. Obama, internet üzerinden daha önce örneği görülmemiş miktarlarda para topladı, Facebook’ta 2 milyon, MySpace’de 886.887 “arkadaş” edindi. Kampanya veri tabanına 10 milyondan fazla e-posta adresi toplandı, gençleri ve sosyal ağ kullanıcılarını harekete geçirmede SMS ve e-posta kullandı.”⁵

Siyasal reklamcılık bakımından geleneksel medya ile yeni medya olarak tabir ettiğimiz medyayı kıyasladığımızda sosyal medyada paylaşılan bir reklamın kitleye ulaşım süresi çok daha kısa olabilmektedir. Morgan Stanley’in 2004 yılında yaptığı bir araştırmaya göre; diğer iletişim araçları ile karşılaştırıldığında 50 milyon kullanıcıya ulaşma süresinin radyoda 38 yıl, televizyonda 13 yıl, internette ise 5 yıl olduğu saptanmıştır.⁶

Sosyal medya platformları bir yandan seçmen kitlesini oluşturan bireylerin kendilerini yöneten ya da yönetmeye aday siyasi liderlere ulaşmaları için uygun ortamlar yaratırken, diğer yandan siyasilere düşünce ve ideallerini topluma aktarma, seçmenin talep ve arzularını gözlemleyebilme imkânı sağlayabilmektedir.⁷

2010 yılında ortaya çıkan ve Arap baharı olarak adlandırılan Mısır, Tunus, Libya gibi kuzey Afrika ülkelerinde iktidar değişimleriyle sonuçlanan toplumsal isyan hareketlerinin Facebook ve Twitter üzerinden yönlendirildiğinin ifade edilmesi sosyal medyanın toplumsal hareketler ve dinamikler üzerinde ne denli etkili olabileceğinin göstergesidir.⁸

TTNET verilerine göre Türkiye’de yaklaşık 8 milyon hanede internet vardır, bunun toplam hane sayısı içindeki oranı ise %43’e tekabül etmektedir. 30 milyon internet kullanıcısının %59’u erkek yüzde 41’i ise kadın kullanıcılardan oluşmaktadır.⁹

⁴ Yusuf Devran, *Seçim Kampanyalarında Geleneksel Medya, İnternet ve Sosyal Medyanın Kullanımı*, Başlık Yayın Grubu, İstanbul, 2011, s. 11.

⁵ Yusuf Devran, *a.g.e.*, s. 50.

⁶ Cihat Polat, *a.g.e.*, s. 557, 558.

⁷ Müge Demir, *Yeni Medya Üzerine*, Vol.2, Literatür Yayınları, İstanbul, 2014, s. 55.

⁸ Nazife Güngör, *İletişim, Kuramlar ve Yaklaşımlar*, 2. Baskı, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2013, s. 368.

⁹ Müge Demir, *a.g.e.*, s. 168.

Facebook ülkemizde en çok üyeye sahip sosyal paylaşım sitesidir. Facebook üye sayımız 35 milyonu aşmış durumdadır.¹⁰ Facebook'un Türkiye'de bu denli sevilmesinin, çevremizde ve özellikle tanıdığımız kişilerin hayatlarında neler olup bittiğini öğrenme merakından kaynaklandığı söylenilebilir.

Sayfa/Page | 104

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

2. Dünyada ve Türkiye'de Sosyal Medya

Sosyal medya ya da diğer adıyla yeni medya kavramıyla alt yapısını bilişim teknolojisinin sağladığı, bilgisayar ve internet vasıtasıyla yapılan her tür iletişim ara yüzü ifade edilmektedir. Çevrim içi haber siteleri, anlık mesajlaşma, sohbet odaları, dijital oyunlar, sosyal ağlar gibi unsurlar yeni medya kavramı içinde değerlendirilebilir.¹¹

Sosyal ağların yaygınlaşması karşımıza yepyeni bir teknik terim çıkarmıştır. Web 2.0 kavramı ilk kez 2004 yılında düzenlenen uluslararası bir konferansta dillendirilmiştir. Konferansa ev sahipliği yapan iki şirketten birinin sahibi olan *Tim O'Reilly* katılımcıların ortak isteği ile internet dünyasında ortaya çıkan yeni duruma bir isim koyulması düşüncesinden hareketle yeni bir bakış açısı kazandıran web 2.0 tabirini dile getirmiştir.¹²

Kronolojik gelişime bakıldığında internetin 1970-80'li yıllar boyunca daha çok askeri amaçlı uygulamalar için Pentagon tarafından kullanıldığı görülmektedir. Sosyal paylaşım sitelerinin ticari amaçlara hizmet etmesi ise 1990'lı yıllardan itibaren göze çarpan bir gelişme olmuştur.¹³

Sosyal ağlar alanındaki ilk örneğin 1997 yılında kurulmuş **SixDegress.com**¹⁴ sitesi olduğu görülmektedir. Bu site günümüzün popüler sosyal ağ sitesi Facebook gibi arkadaş listeleri oluşturmaya imkân vermekteydi. SixDegress'in ardından insanların eski arkadaşlarıyla yeniden iletişime geçmelerine olanak sağlayan **Clasmatess** internet sitesi varlığını göstermiştir.

¹⁰ Levent Eraslan ve Dr. Derya Çakıcı Eser, *Sosyal Medya Toplum Araştırma*, Beta basım yayını, İstanbul, 2015, s. 124.

¹¹ Mutlu Binark ve Günseli Bayraktutan, *Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik*, Kalkedon Yayıncılık, İstanbul, 2013, s. 18.

¹² Tolga Kara, *Sosyal Medya Endüstrisi*, Beta Basım, İstanbul, 2013, s. 29.

¹³ Müge Demir, *Yeni Medya Üzerine*, Vol.2, Literatür Yayınları, İstanbul, 2014, s. 274.

¹⁴ Müge Demir, *Yeni Medya Üzerine*, Literatür Yayınları, İstanbul, 2013, s. 69.

2000 yılına kadar üyelerine çöpçatanlık hizmetleri sunan ve ilkel sosyal ağ siteleri diyebileceğimiz siteler internet arenasında boy göstermiştir. (AsianAvenue, BlackPlanet, MiGente gibi.)¹⁵

2003 Yılında kurulan Myspace, müzik gurupları ve müzisyenleri takip eden hayran kitleleri açısından vazgeçilmez bir mecra haline dönüşmüştür.¹⁶

2004 yılında Harvard'lı üniversite öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından kurulan Facebook sosyal paylaşım sitesi web otoriteleri tarafından en başarılı web 2.0 uygulamalarından biri olarak gösterilmektedir.¹⁷

Sosyal ağ sitelerinin asıl gelişimi 2005 yılından sonraya rastlamaktadır. Bu tarihte dünyada çok popüler olan sosyal ağ siteleri şunlardır: Frierster, Orkut, Mixi, LunarStorm, Hyves, Grono, Hi5 ve Bebo.¹⁸

90'lı yıllardan itibaren ODTÜ ve İTÜ gibi üniversiteler vasıtasıyla internetle tanışan ülkemiz düşük veri hızlarıyla da olsa internet ve sosyal medyanın ilk uygulamalarıyla vatandaşlarımızı tanıştırmış oldular.¹⁹

Bugünkü forumların ilk örnekleri sayabileceğimiz ilkel forum siteleri BBS (Bulletin Board System)'ler sosyal medyanın ilk örnekleri olarak adlandırılabilir.²⁰

2000 yılına gelinceye kadar internetin ve bilgisayarın Türk toplumu için lüks olduğunu söyleyebiliriz. 1996-2000 yılları arasında toplumun internet erişim ihtiyacını büyük oranda hızla çoğalan internet kafeler vasıtasıyla giderdiği görülmüştür.

Zamanla BBS'ler yerlerini, IRC (Internet Relay Chat) teknolojisine bıraktı. IRC sunucular vasıtasıyla internet üzerinden sohbet odalarıyla sohbet etme imkânı sağlamaktaydı. Bu sohbet odalarının önceki forumlardan en önemli farkı eşzamanlılık kavramıyla kendini gösteriyordu. Sohbet odaları vasıtasıyla etkileşimli ve anlık iletişim türü ortaya çıkmış bulunuyordu.²¹

¹⁵ Müge Demir, *a.g.e.*, s. 70.

¹⁶ Müge Demir, *a.g.e.*, s. 71.

¹⁷ <https://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook> (Erişim: 19.12.2015)

¹⁸ Müge Demir, *Yeni Medya Üzerine*, Literatür Yayınları, İstanbul, 2013, s. 72

¹⁹ İbrahim Toruk, *Gutenberg'den Dijital Çağa Gazetecilik- Türkiye'de Haber Siteleri*, Literatürk yayınları, İstanbul, 2008, s. 270.271.

²⁰ Tolga Kara, *a.g.e.*, s. 62.

²¹ Tolga Kara, *a.g.e.*, s. 62.

2000'li yıllarla birlikte 14K ve 56K (düşük hızlı) bağlantı yerini ADSL modemlere bıraktı. Bu sayede internete daha uzun süre bağlı kalma şansı da yakalanmış bulunuyordu. ADSL modemler sayesinde internete bağlıken telefon hattı meşgul olmuyor, daha sağlıklı ve uzun süreli bağlantılar mümkün olabiliyordu. Üstelik bu sistem internet ücretlerinde ciddi bir ucuzlama sağlamıştı.

İnsanlar IRC sohbet odalarında sohbet etmeye alışmışken yepyeni bir sohbet programı ortaya çıktı: ICQ. Bu programın IRC'ye göre üstün yanı kullanıcılarına telefon numarası gibi bir kod numarası vermesiyle kalıcı bir kimlik oluşturmasıydı.²²

Başlangıçta Yahoo, Geocities, Angelfire gibi firmaların sağladığı imkânlarla web sitesi oluşturan kullanıcılar bir süre sonra HTML editör programları ile tanıştılar. Bunların en ünlüleri Frontpage ve Dreamweaver programlarıydı. Kişisel ve profesyonel web sayfaları bu programlar vasıtasıyla kodlanmaya başlandı.²³ Yahoo, Alta Vista gibi arama motorları Google arama motorunun kendini göstermesiyle silinip gittiler. Google tam anlamıyla bir tekel oluşturdu. O kadar etkili oldu ki "SEO" denilen bir optimizasyon sisteminin doğmasına sebep oldu.²⁴

Web 2.0 teknolojisinin gelişi ile birlikte internet "ben" merkezli pozisyonundan "biz" merkezli pozisyona doğru kaydı.²⁵ Youtube isimli site, tamamen kullanıcıların paylaşımından oluşan bir içerikle insanların karşısına çıktı ve kısa zamanda başarı sağladı.

İnsanların gerçek kimlikleri ile sanal dünyada boy göstermeleri ise Facebook paylaşım sitesinin ortaya çıkmasıyla mümkün oldu.²⁶ Facebook sistemine her gün milyonlarca fotoğraf yüklenmektedir. Sitede yetmişten fazla dil seçeneği sunulmaktadır. Yaklaşık 7 milyon site Facebook sitesini kendi

²² Tolga Kara, *a.g.e.*, s. 62.

²³ İbrahim Toruk, *a.g.e.*, s. 276.

²⁴ İbrahim Toruk, *a.g.e.*, s. 283.

²⁵ Dağhan Irak ve Onur Yazıcıoğlu, *Türkiye ve Sosyal Medya*, Okyanus Yayınları, İstanbul 2012, s. 15.

²⁶ Dağhan Irak ve Onur Yazıcıoğlu, *a.g.e.*, s. 17.

siteleri ile bütünleştirmiştir. Dünya üzerindeki 475 GSM operatörü bu sitenin ürünlerini yayıp tutundurmak için destek vermektedirler.²⁷

3. Başbakan Ahmet Davutoğlu Resmi Facebook Sayfası Örneği

Bu çalışmanın konusunu oluşturan ve Facebook sitesi üzerinde bulunan www.Facebook.com/A.Davutoglu resmi sayfası, kullanıcılar ve yorumları açısından veri değerlendirmesi sistemi ile incelenmiştir.

15 Kasım 2015 tarihi itibarıyla sayfayı beğenenlerin sayısı 716.000 kişidir. Kapsam olarak 1 Ekim-31 Ekim tarihleri arasında sayfada paylaşılan elli adet video ele alınmıştır. Her video için yirmi yorumcunun yorumu rastgele ve ardışık olarak incelenmiş toplam bin adet yorum analiz edilmiştir. Sayfada yayınlanan videoların uzunlukları on saniye ile on dakika arasında değişmekle birlikte özel bir durum olmadıkça bir dakikayı ender olarak geçmektedir.

Sayfadaki video ve yorum verilerinin erişim tarihleri; 15, 16 ve 27 Kasım 2015'tir. Seçilen videolar bu erişim tarihinde sayfadaki açık videolardan alınmıştır.

Bu çalışmanın amacı; sosyal medyanın geleneksel medyaya karşı üstün yönlerini ortaya koymak, Facebook yorum verilerinin siyasiler açısından toplumsal sorunları tespit etme kaynağı olarak kullanılabilirliğini sınamaktır.

Bu çalışmanın hipotezi; Facebook kullanıcı profilleri ve yorumlarının anket ve kamuoyu verileri olarak kullanılabilirliğidir.

3.1. Bulgular

Ahmet Davutoğlu resmi Facebook sayfası 1 Kasım 2015 genel seçimleri öncesi ekim ayı boyunca yayınladığı videolardan oluşan elli video özelinde verileri analiz edilmek suretiyle incelenmiştir. Videoların izlenme sayıları, beğenilme, paylaşılma ve yorumlanma adetleri kayıt altına alınmıştır. Bu verilerle ilgili çok farklı teknik analizler yapma olanağı vardır. Cinsiyetlerine, yorum farklılıklarına varıncaya kadar inceleyip analiz etme imkânı

²⁷ Özgür Köseoğlu, "Bir Pazarlama İletişimi Alanı Olarak Facebook Reklam ve Elektronik Ağızdan Ağıza Mesajların Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Araştırma", http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/makaleler/GMJ_6_sayi_Bahar_2013/pdf/Koseoglu.pdf, s.74, (Erişim: 22.12.2015)

sağlamaktadır. Kullanıcı yorumlarından oluşan veriler tablolar ve grafikler yardımıyla açıklanmıştır.

3.2. Sayfadaki Kullanıcıların Cinsiyet Dağılımı

Toplam yorumcu	Erkek yorumcu	Kadın Yorumcu
1000	687	313

Tablo-1 Yorum yapan kullanıcıların cinsiyet dağılımı



Grafik-1 Yorum yapan kullanıcıların cinsiyet dağılımı

Tablo-1'e göre cinsiyet dağılımı; %69 erkek ve %31 kadın olarak çıkmaktadır. TTNET verilerine göre %59 erkek % 41 kadın olarak ölçülmüştü. Türkiye'de kadınların siyasete ilgisinin erkeklere oranla daha az olduğunu düşündüğümüzde bulduğumuz bu oranın gerçeği yansıttığını söyleyebiliriz. Aradaki 10 puanlık sapma sayfanın temasının kadın kullanıcılara hitap etmemesiyle açıklanabilir. Böyle olunca da Facebook yorumlarının sanal bir anket verisi olarak kullanılabilceği iddia edilebilir.

3.3. Genel Veri Değerlendirilmesi

NO/TARİH	VİDEO İSMİ	SÜRE (sn.)	İZLENME SAYISI	BEĞENİ SAYISI	PAYLAŞI SAYISI	YORUM SAYISI
1- 2 Ekim	Kanal 7 TV	0.55	11.000	1.506	135	644
2- 4 Ekim	Çevre	0.9	6.700	1.520	184	184
3- 4 Ekim	Çiftçi	0.9	4.200	717	187	116
4- 4 Ekim	Engelli	0.9	4.200	767	214	107
5- 4 Ekim	Kadın	0.9	4.400	718	157	124
6- 4 Ekim	Sağlık	0.10	2.700	676	117	121
7- 5 Ekim	Genç	1.15	264.000	8.322	1.579	714
8- 5 Ekim	Konya	0.25	16.700	3.057	281	248
9- 5 Ekim	Samsun	0.30	59.000	4.431	1.153	284
10- 6 Ekim	Vira	4.17	301.000	3.181	3.021	579
11- 7 Ekim	Simit	1.11	67.000	3.074	733	272
12- 7 Ekim	Pazar	6.39	1.400.000	16.424	31.071	1.306
13- 8 Ekim	Sen- Ben	0.12	17.000	2.176	419	460
14- 9 Ekim	ATV	0.20	10.000	1.570	166	514
15-10 Ekim	Yas	0.42	22.000	1.998	309	110
16-11 Ekim	Kılıçdaroğlu	0.45	19.000	1.347	113	160
17-14 Ekim	SHOW TV	1.03	9.000	1.509	162	102
18-15 Ekim	Saldırı	0.51	6.000	1.999	113	96
19-16 Ekim	Bursa	0.50	34.0000	3.219	706	176
20-17 Ekim	Terör	1.02	7.000	1.795	196	236
21-18 Ekim	Kocaeli	1.03	56.000	3.650	1.096	1.103
22-18 Ekim	Güçlü	0.30	12.000	2462	238	505
23-18 Ekim	Terör	0.37	8.000	2.212	178	730
24-18 Ekim	Öğretmen	0.39	19.000	2.382	239	2.919
25- 19 Ekim	50 Bin TL	0.20	19.000	2.000	659	553
26- 19 Ekim	Trabzon	1.07	15.000	2.977	341	474
27- 20 Ekim	Birlik	1.09	8.000	1.845	193	515
28- 21 Ekim	Terör	0.51	15.000	2.756	439	231
29- 20 Ekim	Polis	0.18	11.000	1.534	220	1645
30- 21 Ekim	Emekli	1.21	10.000	1.945	226	261
31- 21 Ekim	Bakırcı	1.55	1.100.000	10.111	17.086	615
32- 22 Ekim	Urfa	0.45	31.000	4.754	733	442
33- 22 Ekim	Tatil	0.54	24.000	3.639	475	396
34- 23 Ekim	İzmir	0.35	51.000	6.995	861	1656
35- 24 Ekim	Canlı	57.15	471.000	26.939	4.138	132.808
36- 25 Ekim	HABERTÜRK	0.33	27.000	3.536	229	237
37- 26 Ekim	Toros	0.22	106.000	3.864	754	331
38- 26 Ekim	Bu Memleket	2.32	42.000	4.402	1.740	442
39- 26 Ekim	İstikrar	0.55	19.000	4.043	381	278
40- 27 Ekim	Kadın	01.15	28.000	5.421	695	224
41- 27 Ekim	Seçim kon.	9.52	34.000	7.193	977	488
42- 27 Ekim	Gençler	1.52	267.000	12.667	3.039	510
43- 28 Ekim	Muhtar	0.19	322.000	8.903	1.420	1.040
44- 28 Ekim	Polis	0.51	302.000	10.193	1.577	1273
45- 28 Ekim	Öğretmen	0.7	374.000	10.568	900	1.697
46- 28 Ekim	Uzman Erbaş	0.10	221.000	7.050	783	958
47-30 Ekim	Konya	0.58	115.000	15.381	2.779	629
48-30 Ekim	Rekor	0.54	79.000	18.086	1.895	1.149

NO/TARİH	VİDEO İSMİ	SÜRE (sn.)	İZLENME SAYISI	BEĞENİ SAYISI	PAYLAŞI SAYISI	YORUM SAYISI
49-30 Ekim	Nine	2.10	336.000	22.637	6.596	587
50-31 Ekim	Bu Memleket	1.24	125.000	15.487	3.247	453

Tablo-2 Genel Veri Tablosu

Tablo-2'yi incelediğimizde 1 Kasım 2015 Genel Seçimleri öncesi Ekim ayı boyunca sayfada yayınlanan elli videonun; izlenme, beğenilme, paylaşılma ve yorumlanma sayılarına ulaşılabilmektedir. Böylece en çok beğenilen, en çok paylaşılan veya yorumlanan videoların içeriklerinden yola çıkarak toplumun beklenti ve genel hissiyatı hakkında değerlendirmede bulunma imkanı doğmaktadır. Kitle tarafından az beğenilen ve ilgi görmeyen paylaşımlar yerine çok beğenilip paylaşılan videolardan yola çıkarak politik amaçlar bakımından daha verimli sonuçlar alabilmek mümkün olabilecektir.

3.4. En Çok İzlenen 10 Video

NO/TARİH	VİDEO İSİM	SÜRE (dk., sn.)	İZLENME SAYISI	BEĞENİ SAYISI	PAYLAŞI SAYISI	YORUM SAYISI
1- 7 Ekim	Pazar	6.39	1.400.000	16.424	31.071	1.306
2- 21 Ekim	Bakırcı	1.55	1.100.000	10.111	17.086	615
3- 24 Ekim	Canlı	57.15	471.000	26.939	4.138	132.808
4- 28 Ekim	Öğretmen	0.7	374.000	10.568	900	1.697
5- 30 Ekim	Nine	2.10	336.000	22.637	6.596	587
6- 28 Ekim	Muhtar	0.19	322.000	8.903	1.420	1.040
7- 28 Ekim	Polis	0.51	302.000	10.193	1.577	1273
8- 6 Ekim	Vira	4.17	301.000	3.181	3.021	579
9- 27 Ekim	Gençler	1.52	267.000	12.667	3.039	510
10- 28 Ekim	Uzm. Erbaş	0.10	221.000	7.050	783	958

Tablo-3 En çok izlenen 10 video

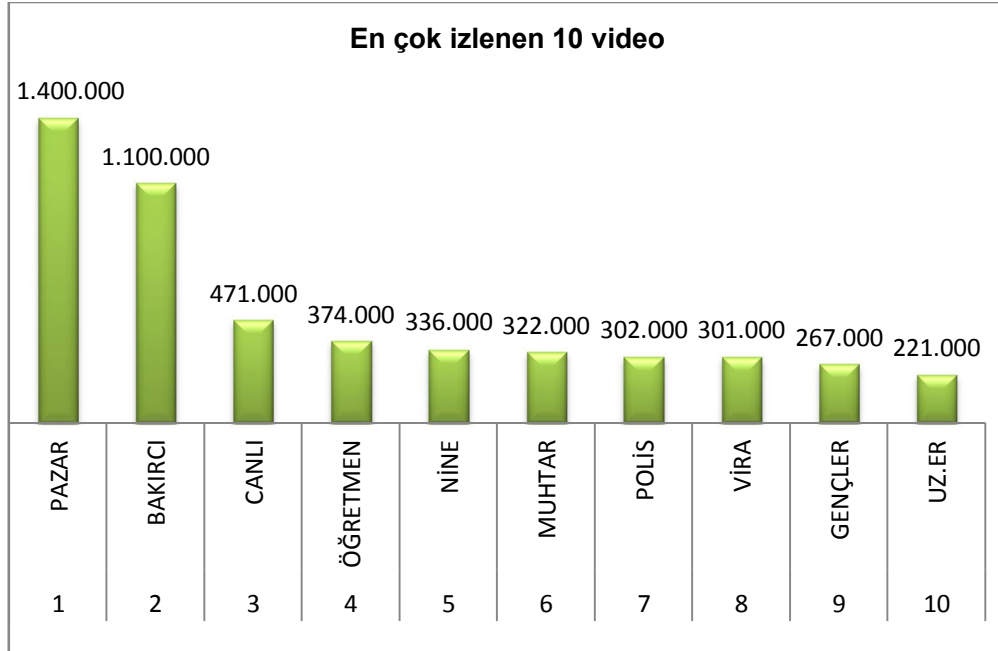
Bir ay boyunca izlenen elli video, izlenme sayılarına göre çoktan aza doğru sıraladığında, takipçilerin beğenileri hakkında bir bilgi edinmek mümkün olmaktadır. Tablodan yola çıkılarak bakıldığında örneğin; en çok izlenen ve 7 Ekim tarihinde yayınlanan "Pazar" isimli video izleyicilerin en çok izlediği video, ayrıca en çok paylaştığı ikinci video olmuştur. Bu videoda Başbakan Davutoğlu İstanbul'un Fatih ilçesindeki semt pazarında tezgaha geçerek vatandaşlara ve bürokratlara satış yapmaktadır.

En çok izlenen ikinci video içeriğine bakıldığında Başbakan'ın, Gaziantep Bakırcılar Çarşısı'nda ve şehrin muhtelif yerlerinde bizzat halkın içine girerek samimi görüntüler verdiği görülmektedir. Başbakan bir yandan iş yeri

sahipleriyle sohbet ederken, bir yandan da yöresel hediyelik eşyalarının imalatını kendi elleriyle gerçekleştirmektedir.

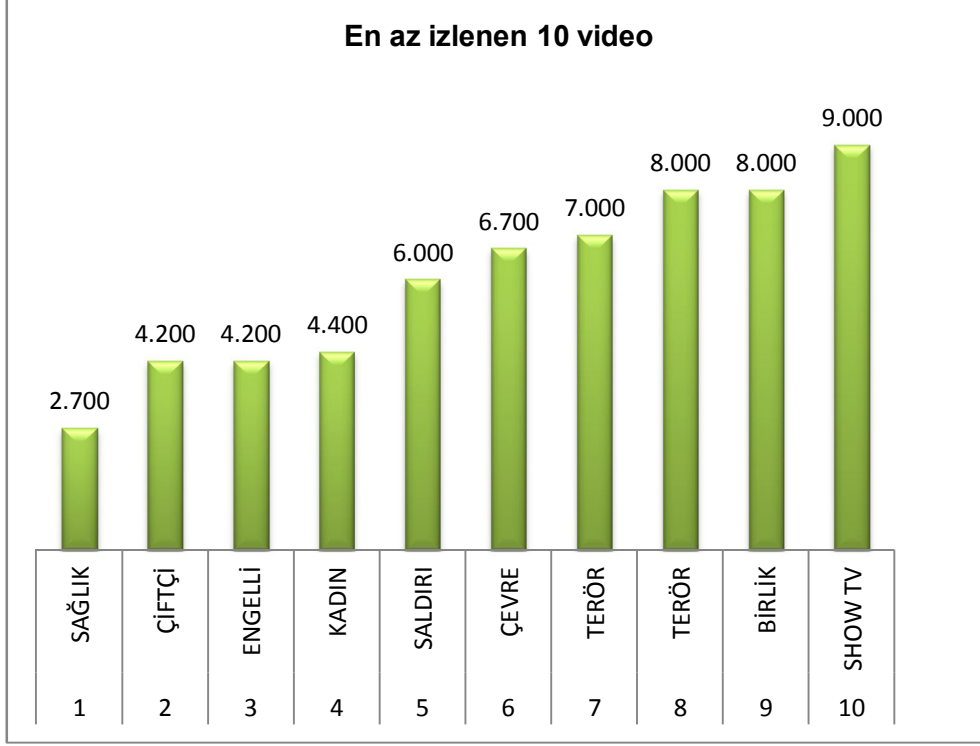
Bu videolar ve diğer çok izlenen videolardan yola çıkıldığında, takipçilerin Başbakan'ın halkın içinde, halktan birisi olarak görüntülediği videoları daha çok izleme ve paylaşma eğiliminde olduğu sonucuna varılabilmektedir.

Facebook'ta yayınlanan videolar, kullanıcıların geri bildirimleri marifetiyle siyasi çevrelere daha sonraki yayın içeriği açısından başarılı bir düzenleme yapabilme imkanı tanımaktadır. Bu yönüyle sosyal medyanın geleneksel medya ile kıyaslanmayacak bir üstünlüğe sahip olduğu söylenebilir.



Grafik-2 En çok izlenen 10 video

3.5. En Az İzlenen 10 Video



Sayfa/Page | 112

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

Grafik-3 En az izlenen 10 video

NO/TARİH	VİDEO İSİM	SÜRE (sn.)	İZLENME SAYISI	BEĞENİ SAYISI	PAYLAŞI SAYISI	YORUM SAYISI
1- 4 Ekim	Sağlık	0.10	2.700	676	117	121
2- 4 Ekim	Çiftçi	0.9	4.200	717	187	116
3- 4 Ekim	Engelli	0.9	4.200	767	214	107
4- 4 Ekim	Kadın	0.9	4.400	718	157	124
5- 15 Ekim	Saldırı	0.51	6.000	1.999	113	96
6- 4 Ekim	Çevre	0.9	6.700	1.520	184	184
7- 17 Ekim	Terör	1.02	7.000	1.795	196	236
8- 18 Ekim	Terör	0.37	8.000	2.212	178	730
9- 20 Ekim	Birlik	1.09	8.000	1.845	193	515
10- 14 Ekim	SHOW TV	1.03	9.000	1.509	162	102

Tablo-4 En az izlenen 10 video

Yine bulgular sonucu oluşan tablodan yola çıkılarak, bir aylık periyot içinde en az izlenen on video azdan çoğa doğru sıralandığında; az ilgi gören video paylaşımlarının içerikleri hakkında bilgi sahibi olunabilmektedir. En az

izlenen videolara bakıldığında bunların genellikle hareketli görüntü içermeyen, metin ve grafik ağırlıklı hazırlanmış - el broşürlerinin video hali - içerikler olduğu görülmektedir. Ayrıca bu videoların süre olarak genellikle on saniyeyi geçmeyen spot diye tabir edilen videolar oldukları görülmektedir. Buradan yola çıkılarak takipçilerin hareketli görüntü içermeyen grafik ağırlıklı videolara fazla ilgi göstermedikleri sonucuna varılabilmektedir. Siyasilerin sosyal medya danışman veya uzmanları açısından bakıldığında Facebook gibi sosyal medya araçlarında yayınlanan videolara izleyiciden gelen tepkilerin anlık olarak ölçülüp değerlendirilebilmesi bu araçları rakipsiz hale getirebilecektir.

3.6. En önemli Yorum Konuları Sıralaması

Sıralama	Sorun Türü	İstek Adedi
	AKP destek	316
	AKP eleştirisi	138
1	Kamuda genel atama isteği	147
2	Öğretmen ataması isteği	98
3	Paralelci iddiasıyla elenen polisler eleştirisi	30
4	Davutoğlu destek	18
5	Davutoğlu eleştirisi	16
6	Atanamayan polisler	15
7	Kürtçülük siyaseti ve BDP ye eleştirisi	13
8	Emeklilikte yaşa takılanların sorunları	12
9	Muharip gazilerin sorunları	10
10	Ziraat, Su Ür. Mühendislerinin sorunları	7
11	Terör başsağlığı	7
12	Taşeron eleştirisi	6
13	CHP Kılıçdaroğlu eleştirisi	5
14	Kıdem tazminatı sorunu	4
15	Haksız kadrolaşma	4
16	Fahri din görevlilerinin sorunları	4
17	Staj mağdurlarının talepleri	4
18	Mevsimlik orman işçilerinin sorunları	3
19	Hükümlüler için af ve ceza indirimi isteği	3
20	Bahçeli destek	2
	Diğer	158
Toplam		1000

Tablo-5 En Çok Yazılan 20 Yorum Konusu

Tablo-5 incelendiğinde kullanıcı yorumlarından yola çıkılarak Türkiye’de halkın gözünden en önemli yirmi sorunun sıralandığı görülebilmektedir.

408 adet yorumdan: Kamuda memur atama ve kamuda öğretmen ataması isteği $147+98=245$ kişiye tekabül etmektedir. Bu sayı baz alınan yorum sayısı olan 408 içerisinde yüzde 51'lik dilime denk gelmektedir. İlk yirmi yorum tablosundaki 1. ve 2. maddeler dışındaki, çalışma hayatındaki sorunlarla ilgili maddelerdeki yorumları da bu listeye eklediğimiz zaman sayı 340'a ulaşmaktadır. Bu sayı, baz alınan 408 yorum sayısının yüzde 83'üne denk gelmektedir. Sayısal veriler doğrultusunda bakıldığında yorum yapanların yüzde 83'ü işsizlik ve özel sektördeki çalışma hayatından şikayetçidir. Ayrıca gençlerin en önemli isteklerinin devlet memurluğu kadrosunda çalışmak olduğu ortaya çıkmaktadır.

Sonuç

Özellikle 2005 yılından sonra içeriklerini kullanıcıların oluşturdukları ve Web 2.0 olarak adlandırılan yeni ortam sosyal paylaşım sitelerini gündem belirleme konusunda öne çıkarmıştır. Facebook ve Twitter gibi sitelerde popüler olan konular bir anda halkın ve diğer medyanın gündemine oturabilmektedir. Milyonlarca kullanıcı her gün bu sitelere girerek gündelik hayattan, yemek kültürüne hemen her konuda düşünce, resim ve video paylaşarak içerikleri meydana getirmektedirler. Kullanıcılar tarafından oluşturulan bu içerikler kendileri gibi başka kullanıcılar tarafından beğenme butonları veya yorumlar vasıtasıyla çeşitli övgü veya eleştirilerle karşılaşmaktadır. Siyasi aktörlerin Facebook gibi kanallar vasıtasıyla topluma erişip arzuladıkları mesajları iletme ve toplumun bu mesajlar karşısındaki olumlu-olumsuz tepkilerini öğrenebilme imkanı vardır.

Geleneksel medyanın daha çok tek yönlü ve geri dönüşümü için ayrıca çaba gerektiren iletişim modelinin aksine, yeni medya eş zamanlı geri besleme avantajıyla çok uygun bir iletişim mecrasıdır. Kullanıcı ve takipçiler sosyal medyada ilgilendikleri konularla ilgili düşüncelerini anlık olarak dile getirme olanağına sahiptirler. Televizyon veya Gazeteye demeç veren bir siyasinin bu demeçle ilgili tepkileri görebilmesi için belli bir zaman geçmesi gerekirken, sosyal medyadaki bir ileti için tepki süresi saniyelerle ölçülecek kadar kısadır. İzleyici yorumları kaynaktan gönderilen mesajın alıcıda oluşturduğu yargı hakkında bilgi sahibi olmayı sağlayarak iletişim sürecini eksiksiz olarak ortaya koymaktadır.

Facebook benzeri çok sayıda ve farklı sosyal kesimden insanların üye olup ileti paylaşımında buldukları sanal ortamlar kamuoyunun oluşmasında önemli yararlar sağlayabilir. Halkın kendisini yönetecek adaylara düşünce ve

görüşlerini iletebilmesi açısından sosyal medya, demokrasiye katkıda bulunabilir.

Sosyal medyada ifade özgürlüğü bağlamında düşüncelerin serbestçe belirtilebileceği özgür ortamların açık tutulması, yönetenlerin de yararına olacaktır. Siyasilerin ve özellikle iktidar partisi yöneticilerinin kitlenin verdiği tepkileri değerlendirip, yeniden pozisyon alma veya var olan pozisyonlarını daha da güçlendirmek adına sosyal medyayı son derece yararlı biçimde kullanmaları mümkündür.

Yapılan çalışmadaki bulgular göstermiştir ki, Türk Toplumunu ve özellikle gençler arasında çalışma hayatı ve işsizlik bağlamında önemli sorunlar bulunmaktadır. TÜİK verilerine göre 2015 yılı Mart ayı işsizlik oranı %10,2'dir.²⁸ Eğitimlerini tamamlayan gençlerin mesleklerini icra edebilecek iş olanaklarına kavuşmaları her zaman mümkün olmayabilmektedir. Tablo-5'te yorumcuların en sık dile getirdiği onuncu sorun olarak göze çarpan Ziraat ve Su Ürünleri Bölümü mezunlarının iş bulma noktasında ciddi sorunlar yaşadığı gerçeği bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Yorumcuların dile getirdiği sorunlardan yola çıkarak ülkemizi yönetmeye aday olan siyasilerin; işsizlik, çalışma hayatı, özel sektör ve taşeronluk sistemindeki sorunlar, adalet sistemindeki aksaklıklar, terör ve teröre dayalı problemler için çözüm olabilecek projelere ağırlık vermeleri faydalı olacaktır.

Çalışmada elde edilen veriler ve bulgular ışığında, siyasal iletişimde hedef kitlelerin görüş ve beklentilerini öğrenmede sosyal medyanın etkili bir araç olduğu görülmektedir. Sitede yayınlanan videolar milyonlarca ifade edilen kullanıcılar tarafından görülüp izlenmekte binlerce paylaşım ya da beğenme sayısına ulaşılmaktadır. Sosyal medyadaki bu kullanıcı yorumları karar vericiler ve siyasiler açısından bir mini referandum olarak değerlendirilebilir.

²⁸ <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18638> (Erişim: 19.12.2015)

KAYNAKÇA

Kitaplar:

BİNARK, Mutlu ve BAYRAKTUTAN Günseli, **Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik**, Kalkedon Yayıncılık, İstanbul 2013.

DEMİR, Müge, **Yeni Medya Üzerine**, Literatür Yayınları, İstanbul 2013.

DEMİR, Müge, **Yeni Medya Üzerine, Vol.2**, Literatür Yayınları, İstanbul 2014.

DEVİRAN, Yusuf, **Seçim Kampanyalarında Geleneksel Medya, İnternet ve Sosyal Medyanın Kullanımı**, Başlık Yayın Grubu, İstanbul 2011.

ERASLAN, Levent ve ÇAKICI, Eser Derya, **Sosyal Medya Toplum Araştırma**, Beta Basım Yayın, İstanbul 2015.

GÜNGÖR, Nazife, **İletişim, Kuramlar ve Yaklaşımlar**, 2. Baskı, Siyasal Kitabevi, Ankara 2013.

IRAK, Dağhan ve YAZICIOĞLU Onur, **Türkiye ve Sosyal Medya**, Okyanus Yayınları, İstanbul 2012.

KARA, Tolga, **Sosyal Medya Endüstrisi**, Beta Basım, İstanbul 2013.

POLAT, Cihat, **Siyasal Pazarlama ve İletişim**, Nobel Yayıncılık, Ankara 2015.

TORUK, İbrahim, **Gutenberg'den Dijital Çağa Gazetecilik-Türkiye'de Haber Siteleri**, Literatürk Yayınları, İstanbul 2008.

İnternet:

KÖSEOĞLU, Özgür, Bir Pazarlama İletişimi Alanı olarak Facebook Reklam ve Elektronik Ağızdan Ağıza Mesajların Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Araştırma, http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/makaleler/GMJ_6_sayi_Bahar_2013/pdf/Koseoglu.pdf s.74 (Erişim: 22.12.2015)

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18638> (Erişim: 20.12.2015)

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook> (Erişim: 19.12.2015)

Summary

Today social media, with its advantage of feedbacks, gives rise to more effective results compared to traditional media. In this work, researchers examined the fifty video postings that were prepared for Prime Minister Ahmed Davutoglu's campaign of general election and released in his Facebook account between 1-31 October 2015.

The findings obtained from the analysis of these fifty video postings have revealed that it is possible to take the pulse of the society by means of the comments of social media followers. The followers of Ahmet Davutoglu's Facebook page have expressed their opinions about their expectations and problems via their comments. In this context, it is quite accurate to say that social media is an effective media since the rulers in democratic regimes could gain insight about their position in the public eye.

It is possible to convey public expectations and demands directly to the politicians via social media by means of this research departing from the Facebook page of Prime Minister Ahmet Davutoglu.

İnternet'ten İzlenen Dizi ve Seriyallerin “Araç İletidir” ve “Kullanımlar Doyumlar” Bağlamında İncelenmesi

Sami ÇÖTELİ*

Öz

Televizyon izleme pratikleri arasında önemli yere sahip olan dizi film ve seriyallerin İnternet ortamından izlenebilir olması beraberinde akla şu soruyu getiriyor: “İnternet, dizi film ve seriyallerin izlenmesi bakımından doğru bir medya mıdır?” Dizi film ve seriyallerin İnternet üzerinden izlenmesi ile yayın aracına müdahale edilmiş olur ve araçlar bozuma uğrar. Oysaki dizi ve seriyallerin anlatı yapısında bölümü dorukta sonlandırma, izleyiciyi meraklandırma ve gündelik sohbetlere konu olma vardır. İnternet üzerinden izlendiğinde ise izleyici açısından heyecanlar ortadan kalkar ya da yaratılmaya çalışılan takip etme motivasyonu seviyesi düşer.

Anahtar Kelimeler: Dizi Film, Seriyal, Televizyon, İnternet

**Researching About TV Series and Serials Watching on the Internet
with the Context of “Uses and Grafication” and
“Medium is the Message”**

Abstract

Television series and serials which have an important staff among television viewing practices be monitored via Internet brings with it this question; “is the Internet suitable media for following television series and serials?” Television series and serials broadcast on the Internet monitoring tool and means of intervention would have been discomfited. However, chapter of serial is finish on peak in narrative structure of television serials and series' and they are wondering by viewers and they be a topic of daily chats. When they are following via on Internet, emotions are eliminated or following motivation level is down for try to create.

Keywords: Television Serials, Television Series, Television, Internet.

DOI: <http://dx.doi.org/10.17336/igusbd.21108>

* Yrd. Doç. Dr., İstanbul Gelişim Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Sinema ve Televizyon Bölümü Öğretim Üyesi, E-posta: scoteli@gelisim.edu.tr

1.Giriş

Televizyon, sanayileşmiş ülkelerin gündelik yaşamına tamamen yerleşmiş bir araçtır. Toplumun sosyal ve politik yaşamının her alanında üstlendiği rolü çok önemlidir. Siyasi, iktisadi, sosyal, kültürel, magazinsel ve eğitsel konular bu rollerin önemli bir bölümüdür. Tüm bu roller bireyin sosyal statüsüyle veya gelir durumuyla ilgilenmez ve toplumun tümüne hitap eder niteliktedir. Örneğin satın alınacak bir gazete ve özellikle de dergi, ilgi alanlarına ve sosyal statüye göre seçilebilir, çünkü bu tür basılı yayın araçları belirli kitleler için hazırlanmaktadır. Dergiler sektörel, siyasi, ekonomi, spor, hobi, magazin vb... sınıflandırılmış tematik yayınlardır. Ancak televizyon bu tür ayrımlara gitmemektedir. Çünkü tecimsel televizyonculukta önemli olan düşük maliyetli programlarla yüksek reyting toplamak ve bunun paralelinde reklam gelirlerinden yüksek kazançlar elde etmektir. Toplumun televizyon izleme alışkanlıkları, izlenme saat dilimleri ve bu dilimlerde izleyici grubunun hangi sosyal statüye girdiği saptanmaktadır. Bu saptama sonucunda hazırlanacak programlar ve bunların yayın saatleri belirlenmektedir. Haber yayınları ve eğitici programlar dışında kalan televizyon içerikleri eğlencelik ve zaman geçirmeye yönelik hazırlanmaktadır. Televizyon içerik türlerinden olan dizi film ve seriyaller de tecimsel yayıncılıkta izleyiciyi eğlendirmek ve bağımlı hale getirerek yüksek kar elde etmek amacıyla hazırlanmaktadır. Bu sebeple İlal'a göre; tecimsel yayıncılıkta dizi film ve seriyaller anlatı yapısı bakımından her yedi dakikada bir doruk noktasına ulaşır ve dikkatlerin yoğunlaştığı yerde uzun soluklu reklam arasına girilmektedir¹.

Gelişen enformasyon teknolojileri ile birlikte yayın araçlarında kaymalar olmuştur. Dizi film ve seriyaller yayın mecrası olarak İnternet üzerinden de izlenmeye başlanmıştır. Enformasyon teknolojilerinin gelişimi ile birlikte ortaya çıkan İnternet, evlere girmeye başladıkça onun sunduğu hizmetlerin sayısında da inanılmaz bir artış olmuştur. İnternet kullanıcılarının sayısındaki hızlı artış, İnternete dair içeriklerin artırılmasını sağlamıştır. İnternet içerikleri servis sağlayıcıların ve şirketlerin yanı sıra nihai kullanıcılar tarafından da geliştirilmeye açıktır. Kullanıcılar İnternet üzerinden işleyen sayfalara, bloglara ve sosyal medya platformlarına, telif hakları gibi hukuki sorumluluk çerçevesinde istedikleri video ve fotoğrafları yerleştirebilmektedir.

¹ Seçkin Özmen, *Radyo ve Televizyon Okumaları*, İstanbul, Derin Yayınları, 2014, s. 7.

İnternet içeriklerinin kullanıcılar ve yayıncılar tarafından geliştirilmesi ve genişletilmesi, birçok soru işaretini de beraberinde getirmiştir. Bu soru işaretlerinden bir tanesi "İnternetin, dizi filmlerin seyredilmesinde doğru bir mecra" olup olmadığıdır. Soruya yaklaşım şekli daha çok biçimsel olacaktır. Çünkü izleme eylemi hangi mecradan olursa olsun, alınan görüntü (yayın kalitesi hariç) aynı olacaktır. Türkoğlu'na göre; televizyondan izlenen görüntüler, hangi adlandırma altında olursa olsunlar, belli bir seçme, kurgulama, yorumlama işleminden geçirilmektedir. Televizyonun gerçekliği aktarma biçimi, olayların doğasını "formatlara" dönüştürme olanağına dayanmaktadır.² İnternet bir yayın mecrası olarak geleneksel yayın mecralarından oldukça farklı deneyimler sunmaktadır. Bunların başında izleyicinin/kullanıcının seçme, yayını durdurma, hareketli görseli ileri ve geri alma, geri bildirimde bulunma imkanları gelmektedir. Öncelikle seçme hakkı ile izleyici, televizyondaki içeriği reddetme ve kendi izlemek istediği videoyu İnternet'ten seçme özgürlüğü sağlanmıştır. Bu sayede televizyon yayın politikalarından olan yayın içeriklerinin günün belli saatlerine yayılmasından dolayı, izleyicinin verileni mecburi olarak kabul etmesinin önüne geçilmiş olmaktadır. İnternet üzerinden izlenen bir film, dizi ya da kaydı yapılarak İnternet ortamına yüklenmiş bir programın herhangi bir bölümünde durdurarak, izleyici tarafından ara verilmesi ya da daha sonra izlemek için bekletilmesi, izleyicinin televizyon karşısındaki edilgenliğini kırarak, etken rol üstlenmesine olanak sağlamaktadır. İnternet karşısındaki izleyicinin öz denetimi ile verdiği aralarda da, televizyon izleyicisine mecbur kılınan reklamları izlemek mecburiyetinden kurtulmuş olmaktadır. İnternet içeriğinin izlenmesi esnasında durdurmanın yanı sıra, ileri ve geri alabilmek imkanı da, kaçırılan bir sahnenin yeniden izlenebilmesi ya da sıkıcı bulunan sahnenin geçilebilmesine olanak sağlamaktadır.

Bu çalışmada kullanımlar ve doyumlar yaklaşımından faydalanılacaktır. Ayrıca dizi filmlerin ve seriyallerin semantik özelliklerine de değinerek sorunsalı oluşturan soruya yanıt aranacaktır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının seçimindeki temel neden; kitle iletişim araştırmalarında kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı olarak adlandırılan bu bakış açısının temel aldığı çok önemli bir nokta; kitle iletişim araçları kullanımının, bireysel hedef kitle üyeleri tarafından kontrol edildiğidir. Bir başka anlatımla kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının özünü oluşturan aktif izleyici, sunulan içerikleri kendi

² Nurçay Türkoğlu, *İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Toplumsal İletişim*, İstanbul, Kalemus Yayınları, 2007, s. 266.

amaçlarına yönelik seçer ve kullanır.³ Seçimin ve kullanımın tamamıyla izleyici kontrolünde olması, izlenme türünün mecralar arası seyrini mümkün kılabilir.

2. Teknolojik Çeşitlilik ve Yayın Araçlarına Yansımaları

Özellikle enformasyon teknolojilerinin gelişimi ile yayın araçları çeşitlenmiştir. Bunun sonucu olarak da; müziğin radyodan ya da daha teknolojik olan dijital müzik çalarlardan dinlenmesi, filmin sinemada ya da televizyonda izlenmesi gibi sabitler ortadan kalkmış, teknolojinin olanakları ile birlikte yayın türleri seyyar (İnternet özelliği olan akıllı telefonlar, diz üstü bilgisayarlar ve tabletler) elektronik araçlar ile takip edilebilir hale gelmiştir. Akıner'e göre; cep telefonu gibi cihazların duygusal doğası onların tasarım içeriklerine de yansımakta ve kişileri cep telefonu televizyona yönelten sebepler: esneklik, bağımsızlık, güvenlik ve toplumsallaşma duygusu; geliştirilmiş kişisel ve samimi izleme deneyimi, zaman ve mekana duyarlı bilgi; boş zamanı doldurma; kişisel içerik yaratımıdır.⁴ Özellikle de İnternet bağlantı hızlarının yükselmiş olması ve düşük bağlantı maliyetleri, izleyiciler açısından sanal ortamı tercih edilebilir kılmıştır. Yüksek hızlı İnternet, kablolu televizyon veya uydu yayıncılığı, günlük yaşantı içine yerleşmiş ve bu alt yapılar üzerinden alınan hizmetler, geleneksel kitle iletişimini yürüten büyük organizasyon yapılarının desteklediği araçların sunduğu tekil hizmete karşın daha güçlü ve efektif bir hal almıştır.⁵ Teknoloji çağına özgü yeni medyalar – buradaki medya kavramına tam karşılık olarak İngilizce “multimedya”, “çoklu medya” da söylenebilir– içerik bakımından zenginliği karşısında kullanıcı, sahip olduğu cihaz ile ne yapacağına kendisi karar verebilmektedir.. Bu bağlamda, cihazla istenirse telefon görüşmesi yapılır, oyun oynanır, müzik dinlenir; istenirse de film ve takip edilen dizi film ya da seriyalin kaçırılan bölümleri izlenebilmektedir. Bu gelişmeleri yakından takip eden ücretli yayın yapan platformlar da İnternet destekli set üstü kutuları (set top box) üreterek müşterilerine sunmuşlardır. Bu yaygın kutuları sayesinde izleyici kendi izlemek

³ Şükrü Balcı...[ve öte.], “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Seçim Dönemlerinde Gazete Okuma Alışkanlıkları ve Motivasyonlar: Konya Örneği”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* (30), 2010, s. 52.

⁴ Nurdan Akıner, “Birleşik Kitle İletişim Araçları Platformu: Cep Telefonu Televizyon”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi* (37), 2009, s. 12.

⁵ Sedat Özel, “Yakınsama: Yeni Medyanın İtici Gücü”, *Erciyes İletişim Dergisi*, 2 (2), Kayseri, 2011, s. 55.

istediği filmi ya da kaçırdığı dizilerin bölümlerini izleyebilmekte ve yayın arasında durdurma, ileri ve geri alma özelliklerini kullanabilmektedir.

Kullanımlar ve doymular kuramına göre içerik, algılanan sorunların çözümüne yardım edecek şekilde seçilecek ve kullanılacaktır.⁶ Dizi filmler ve seriyallerde algılanan sorun, belirli günlerin saat dilimlerinde yayınlanıyor oluşudur. Dizi film ve seriyallerin takipçisi olan izleyici, bölümü kaçırdığı zaman, kendi alternatifine sahip olarak İnternet üzerinden kaçırdığı bölümü seyredebilme imkânına sahiptir. Bir başka örnek olarak; yerel televizyon kanallarında yayına dahi girmeyen yabancı orijinli dizi filmler ve seriyaller, orijinal dilde ya da altyazı desteği ile izlenebiliyor oluşu da İnternet üzerinden dizi film seyretmeyi cazip kılmaktadır. Nitekim İnternet üzerinden dizi film ve seriyal izleme pratiklerinin ortaya çıkışından bu yana geçen sürede, yabancı dizi film ve seriyal yapımcıları, satış primlerini artırmak amacıyla, ürettikleri dizi film ve seriyal geçmiş sezonlarını, CD/DVD kayıt ortamları aracılığı ile yasal olarak satışa sunmuşlardır. Yayıncıların bu tavırları, İnternet üzerinden dizi film ve seriyal seyretmeyi daha meşru hale getirmiştir.

3.Kullanımlar ve Doymular Kuramı Açısından Medya Tercihi

Elihu Katz'ın çalışmalarının dayandığı "Kullanımlar ve Doymular Yaklaşımı"na göre Katz; medya alanındaki çalışmaların medyanın insanlara ne yaptığı sorusu üzerinde odaklandıklarını, oysa asıl sorulması gerekenin insanların medya ile ne yaptıkları olduğunu belirtmiştir.⁷ İzleyici tepkilerinin araştırılmasında temel teşkil edecek yapılar sunan kullanımlar ve doymular araştırmaları; özellikle bireylerin medya tüketimi üzerinde odaklanmaktadır. Şöyle ki; insanlar medyanın sunduğu iletileri kendi amacına yönelik seçer ve kullanırlar. Bu yaklaşım "medyanın insanlara ne yaptığı sorusu yerine, insanların medya ile ne yaptığı" yönünde bir araştırma sorusuna kaymasında aktif rol oynamıştır.⁸ Katz, kullanımlar ve doymular yaklaşımını beş varsayıma dayanarak formüle etmiştir. Bunlardan ilk üçü şöyledir: Birincisi; medya kullanımının doğrudan amaçlanmış davranış olduğudur.

⁶ Denis McQuail ve Sven Windahl, *İletişim Modelleri: Kitle İletişim Çalışmalarında*, (Y. Konca, çev.) Ankara, İmge Yayınevi, 2005, s. 170.

⁷ Levent Yaylagül, *Kitle İletişim Kuramları: Egemen Eleştirel Yaklaşımlar*, Ankara, Dipnot Yayınevi, 2008, s. 62.

⁸ Şükrü Balcı ve Bünyamin Ayhan, "Kırgızistan'da Üniversite Gençliği ve İnternet: Bir Kullanımlar ve Doymular Araştırması", *Bilgi Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi* (48), 2009, s. 16.

Bireyler, medya ya da medya içeriği seçiminde bulunan aktif kitle iletişim katılımcıdır. İkincisi; kitle iletişim araçları, bireyler tarafından gereksinimlerine yanıt vermek amacıyla kullanılır. Bireysel eğilimler, sosyal etkileşim ve çevresel faktörler, medya kullanım beklentilerini şekillendirir. Üçüncüsü; medya seçimini bireyler başlatır. Kitle iletişim araçları tarafından kullanılmak yerine, bireyler gereksinimlerini gidermek için medya ya da medya içeriklerini seçer ve kullanmaktadırlar.⁹ Konuya, kullanımlar ve doyumlar kuramı çerçevesinden baktığımız zaman, içeriğin yani bu çalışmanın sorunsalını oluşturan dizi filmlerin veya seriyallerin, hangi medyadan izlendiğinin pek bir önemi yokmuş gibi görünmektedir. Yaylagül'ün ifadesi ile izleyiciler birtakım ihtiyaçlarını gidermek için medya içeriklerini kullanırlar ve bu kullanmanın sonucunda izleyicinin ihtiyacı giderilmiş yani ihtiyaç doyurulmuş dolayısıyla da izleyiciler ihtiyaçları yönünde medya içeriklerini kullanarak doyuma ulaşmış olurlar.¹⁰ Çünkü kurama göre önemli olan; izleyicinin neyi, nerede izlemek istediğidir. Yayıncılar, dizi filmi ve seriyali nerede yayınlarsa yayınlasınlar, izleyici kitle, çıkarına en uygun olan medya aracını tercih etmektedir. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımında; iletişim bilimcilerden James Halloran'ın tüm medya için özetle dediğini televizyona çevirerek yeniden söyleyecek olursak, bu yaklaşım "televizyonun insanlara ne yaptığına değil, insanların televizyonla ne yaptığına bakar".¹¹ Ya da dizi ve seriyaller için de benzer olarak şunu söyleyebiliriz: Dizi ve seriyallerin hangi medya aracılığı ile sunulduğuna değil, izler kitlenin hangi medya ortamını seçtiğine bakılabilir.

Buraya kadar olan çalışmada, dizi film ve seriyal bölümlerinin İnternet üzerinden izlenebilir olma durumunu tartıştık. Herhangi bir içerik ya da etki araştırmasına gerek duymaksızın, kullanımlar ve doyumlar kuramına dayanarak, dizi film ve seriyallerin İnternet'ten izlenebilir olduğu ortaya çıkıyor. Ancak İnternetin, dizi film ve seriyal bölümleri izlemede mecra olarak "uygun"luğunu tartışabileceğimiz noktada, dizi film ve seriyalin semantik özelliklerini ve yayın araçlarının ne tür anlamlar kazandırabileceği koşullarını incelemek gerekecektir.

⁹ Dersindir.net Kullanım ve Doyum Yaklaşımı, İnternet adresi: www.dersindir.net/http://www.dersindir.net/kullanim-ve-doyum-yaklasimi-2/?download=kullanim-ve-doyum-yaklasimi-2 (Erişim tarihi: 03.01.2015).

¹⁰ Levent Yaylagül, *Kitle İletişim Kuramları: Egemen Eleştirel Yaklaşımlar*, Ankara, Dipnot Yayınevi, 2008, s. 62.

¹¹ Erol Mutlu, *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2005, s. 93.

4.Dizi Filmlerin ve Seriyallerin Özellikleri

Günümüzün dizi ve seriyal formatları arasında çok kesin çizgilerle ayırım yapmak oldukça güç olmakla birlikte, bir zamanlar bu iki format arasındaki ayırım oldukça belirgindi. Dizi, aynı ana karakterler, bazen sürekli bir mekan ortak paydasına dayanan ama birbirinden farklı olay dizilerinden oluşan dramatik anlatılar bütününe dile getirmektedir.¹² Televizyon dizilerinin kökenini, 19. yüzyılın yeniliklerinden olan "tefrika roman" lar oluşturmaktadır.¹³ Diziler anlatı yapısı bakımından bölüklüdür. Yani her bölümde farklı bir olay anlatılmaktadır. Her bölümde başlayan hikaye bölümün sonunda sonuca bağlanmaktadır. Seriyal ise her bölümde kapanmayan bir ana öykü ile onun etrafında her bölümde biten yan öykülerden oluşan dramalardır.¹⁴ Erol Mutlu'nun tanımı ile seriyal; tanımı gereği bitimsizdir, aylarca, yıllarca sürecek devamlılık yaratılırken, seriyali oluşturan tek tek bölümlerde kesintisiz bir öykü anlatılır ve her bölüm bu öykünün en heyecanlı yerinde kesilir.¹⁵ Dizilerde karakter sayısı azdır, sonu yoktur ve olay örgüleri karmaşıktır. Çoğunlukla meslekidir, yani polisiye, doktorluk gibi... Sürekli ve çizgisel bir zaman anlayışı vardır. Karakterlerde hafıza ve tarih yoktur. Anlatı olaylarında ise her bölüm bağımsız olduğundan belli bir sırada izlenmesine gerek yoktur.

Seriyallerde ise; her bölüm bir öncekinin devamıdır, yani ana bir olay vardır ve bu olay etrafında her bölüm yaşananlar anlatılır. Karakter sayısı fazladır ve sonu vardır, şöyle ki; ana olay örgüsü çözüme kavuştuğunda seriyal de biter. Olay örgüleri diziyeye oranla daha sadedir. Kullanılan zaman gerçek zamana metaforik düzlemde eşdeğerdir. Karakterlerde hafıza ve tarih vardır. Olaylar birbirine bağlantılı geliştiği için her bölüm belli sıralamada izlenmelidir. İzleyiciye hâkimiyet duygusu verdiğinden, izleyicide doyum hissi yaratır ve bağımlılık yapar.

¹² Erol Mutlu, *Televizyonu Anlamak*, Ankara, Ayraç Yayınevi, 2008, s. 155.

¹³ Nural İmik ve Mustafa Yağbasan, "Televizyon Dizilerinde Kullanılan Müziklerin Genç İzleyicilerin Dizileri İzleme Oranına Etkisi", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (28), 2007, s. 105.

¹⁴ Seçkin Özmen ve Yavuz Yıldızhan, "Hikayeyi Yeniden Anlatmak 'Asmalı Konak'ta İlksel Metinlerin ve Seriyal Özelliği", *Communication in the Millennium: International Symposium, Association of Turkish and American Scholars*, 2004, s. 293.

¹⁵ Erol Mutlu, *Televizyonu Anlamak*, Ankara, Ayraç Yayınevi, 2008, s. 155.

Günümüzde seriyal ile iç içe geçmiş olan diziler, merak uyandırması ve tek tek bölümlerde kesintisiz bir öykü anlatması ya da bazen sürekli bir mekân ortak paydasına dayanan ama birbirinden farklı olay dizilerinden oluşan dramatik anlatılar bütünü olması gereği, birçok kişi tarafından seyredilmektedir.¹⁶ Televizyon dizileri yapıları gereği toplumda var olan kültürel değerleri yansıtırken insanların duygularını da harekete geçirir. Üstelik bu diziler sürekli olduğu için insanların merak duygularını harekete geçirerek karakterlerle izleyicinin özdeşleşmesine olanak sağlar.¹⁷ Dizi filmler ve seriyallerin ortak hedefi izleyicide alışkanlık yaratmaktır. Seriyaller bu bakımdan daha şanslıdır. Çünkü seriyallerin yapısı gereği, her bölüm bir önceki bölümün olay örgüsü ile devam eder. Buna ek olarak, Mutlu'nun seriyal tanımında da olduğu gibi, bölüm en heyecanlı yerinde kesilir ve izleyicide merak uyandırmaktadır. Seriyalin cazibe alanı bölümün sonudur ve izleyici bir sonraki bölümü beklemeye mahkûm bırakılmaktadır. Oysa dizi için aynı şeyi söylemek zordur. Dizilerin alışkanlık yaratma stratejisini, ana karakterlerin sempati yaratması ve izleyiciyi eğlendirme ya da duygusal olarak doyuma ulaştırması oluşturur. Dizi filmlere örnek olarak Avrupa Yakası, 7 Numara, Çiçek Taksi, Arka Sokaklar, Çocuklar Duymasın, En Son Babalar Duyar ve Benim Annem Bir Melek, Kanıt dizileri gösterilebilir. Bu dizilerde belli ana karakterler vardır ve her bölümde karakterlerin başından geçen öyküler yer alır ya da belli bir ana karakter ile ilgili bir öykü vardır ve diğer karakterler de olay örgüsü bağı ile olaya dâhil edilirler. Ayrıca çoğunlukla güldürüye yöneliklerdir. Seriyallere örnek olarak ise, Fatmagül'ün Suçu Ne?, Muhteşem Yüzyıl, Adını Feriha Koydum, Öyle Bir Geçer Zaman Ki, Al Yazmalım ve İffet dizileri gösterilebilir. Seriyallerde, ilk bölümde yaşanan bir olayın geliştirilip ağıdalanması ile sonraki bölümler oluşturulur ve ilk bölüm ile bağlar her zaman sıkı tutulur.

Günümüz televizyonlarında, iki ayrı formatın (dizi ve seriyaller) olumlu unsurlarını birleştirip, olumsuz unsurlarını gideren dizi seriyalleri ortaya çıkmıştır. Bu birleşik formatta her bölüm, açılıp kapanan bir öyküyü anlattığı gibi, devam eden bir öyküyü de anlatmaktadır. Böylece, izleyicinin bir bölümü kaçırmaması onu programdan uzaklaştırmamaktadır. Ayrıca devam eden öykü sayesinde, programa bağımlı bir izler kitle de oluşturulmaktadır. Her bölümün

¹⁶ Nural İmik ve Mustafa Yağbasan, "Televizyon Dizilerinde Kullanılan Müziklerin Genç İzleyicilerin Dizileri İzleme Oranına Etkisi", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (28), 2007, s. 104.

¹⁷ Canan Uluyağcı, Sezen Ünlü, Sevil Uzoğlu Bayçu, "TV Dizilerindeki Mekanlarda Kültürel Yansımaların Göstergebilimsel Çözümlemesi: Canım Ailem", *İstanbul, Global Media Journal*, 2 (3), 2011, s. 118.

kendi içinde bütünlük oluşturması, zaman ve mekanın bölümden bölüme açılması da tempoyu arttırmaktadır.¹⁸ Özellikle arkası yarın niteliğinde olan dizilerde, bölüm içerisindeki olay örgüsü çözülmeye yakın ve izleyici merakı açısından da doruğa ulaştığı noktada bölüm biter ve izleyici ertesi bölümü beklemeğe başlar. Bu bekleme sürecinde ise, izleyiciler arasında bir sonraki bölümün ne şekilde başlayacağına dair sohbetler oluşabilir, dizi karakterleri hakkında fikir paylaşımları olabilir. Yani dizi bölümünün dorukta ve merak uyandırıcı bir sonla bitmesi, izleyicilerin sosyal davranışları üzerinde etkili olur. Bu şekilde, diziyi ve yayıncı kanalı takip eylemi başlar. Bu durum televizyon dizilerinin en temel semantik özelliğidir.

Dizi ve seriyaller televizyon dramalarında yayıncılık açısından en popüler ürünlerdir. Bunun başlıca sebebi düşük maliyetli ve yüksek reklam geliri olması gelmektedir. Yayıncı reklamların arasına dizi ve seriyal yerleştirmektedir. İzleyici açısından bakıldığında ise izleyicinin duygusal ve psikolojik doyuma ulaşması söz konusudur. Yapımcılar senaryolarında yarattıkları özendirici dünyanın gerçek algısı ile izleyiciyi programlarına bağımlı hale getirebilmektedir.

5. McLuhan "Araç İletidir" Söylemine Göre: İnternet Üzerinden Dizi ve Seriyal İzleme

Öte bir düşünceyle, dizi film veya seriyal bölümleri İnternet'ten izlendiğinde, yayın aracına müdahale edilmiş olunmaktadır. Araçlar bozuma uğradığı zaman mecralar da değişmektedir. Bunun en temel ispatı tecimsel yayıncılık ilkeleridir. Tecimsel yayıncılıkta kazanç reklamlardan ve sponsorluk anlaşmalarından elde edilmektedir. Bu sebeple tüm televizyon içeriklerini bu ekonomik politikaya göre belirlemektedirler. Yayıncının amacı sözü geçen reklam ürününü izleyiciye tanıtmak ve satın alma eylemi üzerinde etki yaratmaktır. Televizyon içeriği ise İnternet'ten kesintisiz olarak izlendiğinde yayıncının temel hedefi ortadan kalkmaktadır. McLuhan, mesajın içeriğinin iletildiği araçtan daha önemli olduğu görüşünün aksine, aracın bir etki oluşturduğunu savunmuştur. Şen'in aktarımıyla, McLuhan'a göre; Toplumlar her zaman, iletişimin içeriğinden ziyade, bir iletişim aracı olarak kullanılan

¹⁸ Nural İmik ve Mustafa Yağbasan, "Televizyon Dizilerinde Kullanılan Müziklerin Genç İzleyicilerin Dizileri İzleme Oranına Etkisi", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (28), 2007, s. 105.

medyanın doğası tarafından şekillenmektedir.¹⁹ Yayıncı içerikte izleyiciye ne sunarsa araçta o içeriğin taşıyıcısı konumuna gelmektedir. McLuhan'a göre araçla neyin söylendiği önemlidir. Tıpkı Walter Benjamin'in reklamı, dokunma duyusuna hitap eden, bir sıçramayla ulaşılabilecek yakınlığın estetize edilmesi olarak vasıflandırması gibi, McLuhan da televizyonda, seyirciyi duysal anlamda etkin kılan bir medyum görmektedir.²⁰ Örneğin bir hikaye; sözlü söylenmesi, sahnede oynanması, radyoda anlatılması, filmde gösterilmesi ve televizyonda sergilenmesiyle farklı anlamlar kazanmaktadır. Araç doğal olarak bir mesajı taşıyan bir dile ve eğilime sahiptir. Televizyon için hazırlanmış bir yayın, merak uyandırıcı ve bir sonraki bölümün beklenmesini gerektiren durumlar içerebilmektedir. Bu benzeri senaryo yaklaşımları çoğunlukla dizi filmlerde görmek mümkündür. Ya da dizinin en heyecanlı yerinde araya reklam alarak ilgiyi artırmak ve reklamları izletmek de bir yayın politikasıdır. Oysa aynı yayın İnternet üzerinden izlendiğinde yayıncının uygulamaya çalıştığı politikaların önüne geçilmiş olunmaktadır. İzleyici açısından değişen tek şey; bölümlerin peş peşe izlenmesi durumunda bir sonraki bölüme olan heyecanın azalması olacaktır. Burada esas olarak izletenin vermeye çalıştığı mesajın önüne geçilmiş olunmaktadır. Yani araç mesajdır. McLuhan bu söz için Altay şöyle der: "Bir medya (araç) bizim algımızı şekillendirir ve yeniden şekillendirir".²¹ Dizi film ve seriyallerde, asıl olan neyin anlatıldığı (mesajın içeriği) değil, yapımın iletilerinin biçimi (mesajın biçimi) ve hangi medya aracılığı ile geldiğidir. McLuhan, "araç iletidir" özdeyişi ile de, her iletişim aracının kendine özgü bir anlatımı olduğuna (...) inanmaktadır.²²

Sonuç

McLuhan'ın "araç iletidir" ifadesi, televizyon için hazırlanmış bir içeriğin, yani izleyiciye televizyonun izleme pratikleri göz önünde bulundurularak hazırlanmış mesajlar başka bir yayın aracının izleme pratiği ile karıştırıldığında iletide kopmalar yaratmaktadır. Geleneksel anlamda ve yayıncıların ya da reklam stratejistlerinin planlamaları doğrultusunda, dizi

¹⁹ Marshall McLuhan, Quentin Fiore, *Medya Mesajı, Medya Mesajdır*, İstanbul, MediaCat, 2012, s. 8.

²⁰ Akt. Rıdvan Şentürk, "McLuhan'ın Televizyon Teorisi", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (15), 2009, s. 24.

²¹ Akt. Derya Altay, *Küresel Köyün Medyatik Mimarı Marshall McLuhan. Kadife Karanlık: 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar*, İstanbul, Su Yayınları, 2005, s. 15.

²² Neşe Kars, *Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği*, İstanbul, Derin Yayınevi, 2010, s. 74.

film ya da seriyallerin izlenebileceği yer televizyondur. Çünkü ağırlıklı olarak tecimsel yayıncılıkta, izleyici için hazırlanan dizi filmler ve seriyaller, televizyon kanalının reklam gelirlerini artırmaya yöneliktir. Dizi ve seriyalin her doruk noktasında program arasına reklam alınmakta ve izleyiciye sunulmaktadır. İzleyicinin tüketim alışkanlıklarını ya da reklamdaki markanın bilinirliğini artırmaya yönelik olarak hazırlanan reklamlar, izleyici programı İnternet'ten izlediği zaman ortadan kalkmakta ve program için hedeflenen tüketiciye ulaşma çabası sonlanmaktadır. Mecranın değişmesi ile oluşan bir diğer hususta dizi ya da seriyal içerisindeki doruk noktalarında düşüşler olmasıdır. Her doruk noktasında araya giren reklamlar ile izleyici merak içerisine girmektedir ve bu merak seviyesi reklamsız izleme ile düşecektir. Araç değiştiği zaman iletideki duygu durumu da değişiklik göstermiş olacaktır. Dizi ve seriyaller televizyonun ve onun izler kitlesinin talepleri doğrultusunda arz edilmiştir.

Dizi film ve seriyaller tamamıyla, televizyonun nicel özelliklerine bağlı olarak planlanır, stratejisi geliştirilir, hazırlanır ve izleyiciye sunulur. Silverstone'a göre, televizyon modern toplumsal yaşamda merkezi bir yer tutmaktadır ve bunun nedeni televizyonun gündelik niteliğidir, yani televizyonun sabahdan akşama gündelik yaşamın tümüne yayılan yapısıdır. Günün belli bir saatinde televizyon açıldığında, o saatte izleyici zaten önceden bildiği, tanıdığı bir program türüyle, bildiği bir anlatıyla karşılaşır.²³ Bu görüş biraz daraltılıp dizi film ve seriyaller ile sınırlanacak olursa, izleyici televizyonu belirlediği zaman diliminde açtığında karşısına çıkacak diziyi bilmektedir. Zaten izleyici bir önceki bölümün bitişinden beri o anı beklemektedir. Bir önceki bölüm sonunda yarıda bırakılan ve dorukta kalmış sahnenin devamını seyredecektir. İzleyicinin bu doğal hareketi dizinin yapımcıları ve senaristleri tarafından öngörölmüş bir tepkidir ve bu tepkiyi yaratmak için çabalamaktadırlar.

Tüm bu çabalar, izleyici sadece televizyonu kullansın diye değil, "o televizyon kanalını" izlesin diye planlanır. -Burada televizyon açısından izleyicinin önemini de kısaca hatırlatmak gerekir: Kars'a göre; izleyici, televizyon iletişiminin biçim ve içeriğini belirleyen en önemli etkidir. İzleyicinin tepkisi, programın sürdürölmesi ya da kaldırılması açısından en

²³ Erol Mutlu, *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2005, s. 91.

önemli veriyi oluşturur.²⁴ Bu planlamaların neticesini reyting cihazları aracılığı ile alırlar ve dizinin yayın hayatına devam edip edemeyeceği belirlenir. Reyting de dizi film ve seriyallerin anlatı özelliğini belirleyen en önemli unsurdur. Dolayısıyla endüstrinin temel kaygısı katkılarımızla 'rating' hesaplarının kabarılaşması için politikalar geliştirilen, televizyon endüstrisinin en önem verdiği 'rating' hesaplamalarından her birimiz %10, 15, 20'nin oluşturucu unsurlarıyızdır ve programları nasıl izlediğimiz, kullandığımız, bunların üzerimizde ne gibi etkiler yarattığı, izleme deneyimine nasıl katıldığımız hiç önem taşımaz.²⁵

Dizi film veya seriyaller televizyon pratikleri arasında yer almaktadır. Medya (televizyon) ve iletinin bütünü (diziler) iç içedir. Dizi filmler ve seriyaller televizyonun teknik, siyasal, dilsel ve anlatısal yapısı düşünülerek hazırlanmaktadır. Yayın aracını da yayınlanana da bir bütün içerisinde düşünmek gerekir. Tıpkı Saussure'ün dil için söylediği gibi; bütün, parçalarına indirgenemeyen bir sistemdir ve bu sistem dilde neyin nasıl söyleneceğini belirler.²⁶ Dizi film ve seriyallerde yayın politikaları ve izleyiciyi etkileme stratejileri bakımından bir bütündür. Dizi film ve seriyal İnternet üzerinden seyredildiğinde, esas bütünlük bozulur ve yeni bir bütünlük kurulur. Bu yeni kurulan bütünlükte, dizinin anlatısal yapısından birçok şey eksilmiş olur. Bu durum yayıncıların ve yapımcıların istemeyeceği bir durum olacaktır. İzleyici açısından da daha önce söylediğimiz gibi, ileti bütünü (diziler) ile kurduğu duygusal bağlar zayıflayacaktır. Çünkü gösteren -yani televizyon- ve gösterilen -yani dizi filmler- arasında, izleyicinin psikolojik durumu da yer alır. Bu psikolojik durum ise, alıcıda uyanan haz alma ve heyecan duyma hisleridir. Diziler de bu hisleri uyaracak biçimde hazırlanmaktadır. Dizi film veya seriyal bölümleri İnternet'ten izlendiğinde, yayıncının yaratmak istediği etki ve belli aralıklarla uygulanan reklam politığıne, bütünsel açıdan ise yayın aracına müdahale edilmiş olur. Araçlar bozuma uğratarak mecralarda değişiklik yaşanır. Televizyon yıllar içerisinde alışılmış bir medyum olarak izleyenini etkiler ve aygıtla izleyen arasında alışageldilik bağı oluşmuştur. Bu bağ yeni ortaya çıkan İnternet teknolojileri ve onun bağlamındaki dizi ya da film izleme imkanları ile yeniden dönüşüme girmektedir. Bu dönüşümü takip eden

²⁴ Neşe Kars, *Televizyon Programı Yapılım Herkes İzlesin*, İstanbul, Derin Yayınevi, 2010, s. 9.

²⁵ Erol Mutlu, *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2005, s. 107.

²⁶ Çağlar Enneli, "Televizyonun Toplumsal Tüketimi ve Toplumsalın Yeniden Üretimi: Maneviyat İçerikli Dizilerin Tüketimi Üzerinde". (Yayımlanmış Doktora Tezi, Tez No: 218147), Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007, s. 51.

yapımcılar İnternet'ten izlemeye yönelik yapımlara girişmiştir. Sadece İnternet'ten yayınlanması amacıyla hazırlanmış olan "Sanctuary" ve "Amanda O" dizileri de bunlardandır. Sanctuary bir bilim-kurgu dizisidir. Toplamda 13 bölüm olarak yayınlanan dizi ilk 8 bölüm olarak İnternette yayınlandı ve ardından Sci-fi kanalına transfer olmuştur.²⁷

Kullanımlar ve doyumlar kuramı açısından, dizi filmlerin ve seriyallerin, hangi medya aracılığı ile izleneceğinin kararını verecek olan bireylerdir. Çünkü kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, kitle iletişim sürecindeki gönderici (televizyon) kategorisini ikincil plana iterken, izleyicinin gereksinim ve güdülerini ön plana çıkarır.²⁸ Medyanın seçimini izleyici ihtiyacı ve duygusal durumuna bağlı olarak yapmaktadır. İzleyiciler gereksinimlerini gidermek için medya ya da medya içeriklerini seçer ve kullanırlar. Dizi filmlerin veya seriyallerin, hangi medyadan izleneceği, kullanımlar ve doyumlar kuramı çerçevesinde ihtiyaca ve bireyin medyadan faydalanma tercihinine göre belirlenmektedir. Çünkü medya içerikleri kullanılarak ve bu kullanmanın sonucunda izleyici ihtiyacını gidererek doyuma ulaşmış olurlar. İzleyici, türlü sebeplerden kaçırdığı bölümleri ya da bölümlerin tamamını İnternet'ten izleyebilir. Bu yaklaşımla, izleyicinin gereksinimini nasıl karşılayacağını kararı kendisine bırakılmıştır. Ancak belirtildiği gibi, televizyonun ve televizyon içeriği olan dizi filmlerin ya da seriyallerin kendilerine has ayrı ayrı özellikleri vardır. Yayın aracının değiştiği yerde tüm bu özellikler geçerliliğini yitirir ve ortaya bozuma uğramış yeni bir yayın türü çıkar. Yayıncıların dizi ve seriyallerde duygu yoğunluğunun yükseldiği yerlerde araya girerek izleyiciye reklam izletmesi onlar için ana kazanç kaynağını oluşturmaktadır. Bir diğer yandan dizinin ve seriyalin bölüm sonunda, izleyici merak içerisinde bırakacak sonla bitirilmesi ile bir sonraki hafta izleyiciyi yeni bölümün izletilmesi taktiği kullanılmaktadır. Bu iki uygulama dizi ve seriyallerin üretilme mantığının temel parçalarıdır. Bölümler İnternet'ten bölümlü olarak seyredildiğinde reklam verenin mesajı yayın aracı ile izleyiciye ulaşmamış olacaktır. Bölümlerin peş peşe izlenmesi durumunda ise; dizi ya da seriyal içerisindeki doruk noktaların izleyici üzerindeki etkisinde ve reklam arasında oluşacak merak duygusunda azalmalar olacaktır. Burada McLuhan'ın "araç iletidir" ile ifade etmeye çalıştığı denklem mecranın değişmesi ve yayıncının iletmek istediği iletiler bütünü bozulması ile sonuçlanırken, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı açısından ise izleyici kendi tatmin olma noktasını

²⁷ "Sanctuary (dizi)", Wikipedia, İnternet adresi: [http://tr.wikipedia.org/wiki/Sanctuary_\(dizi\)](http://tr.wikipedia.org/wiki/Sanctuary_(dizi)) (Erişim Tarihi: 05.01.2015).

²⁸ Erol Mutlu, *İletişim Sözlüğü*, Ankara, Araç Yayinevi, 2008, s. 190.

belirleyerek, yayıncının iletmeye çalıştığı mesajlardan da izole etmiş olmaktadır.

KAYNAKÇA

Sayfa/Page | 132

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

AKINER, Nurdan, “Birleşik Kitle İletişim Araçları Platformu: Cep Telefonu Televizyon”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi** (37), 2009, s. 6-19.

ALTAY, Derya, “Küresel Köyün Medyatik Mimarı Marshall McLuhan”, **Kadife Karanlık: 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar**, Su Yayınevi, İstanbul, 2005, (içinde ss. 9-74).

BALCI, Şükrü, ve Bünyamin AYHAN, “Kırgızistan’da Üniversite Gençliği ve İnternet: Bir Kullanımlar ve Doyumlar Araştırması”, **Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi** (48), 2009, s. 13-40.

BALCI, Şükrü, Hüsamettin AKAR, Bünyamin AYHAN, “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Seçim Dönemlerinde Gazete Okuma Alışkanlıkları ve Motivasyonlar: Konya Örneği”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi** (30), 2010, s. 51-79.

ENNELİ, Çağlar, “Televizyonun Toplumsal Tüketimi ve Toplumsalın Yeniden Üretimi: Maneviyat İçerikli Dizilerin Tüketimi Özelinde”, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara 2007, (Yayımlanmış Doktora Tezi, Tez No: 218147).

İMİK, Nural ve Mustafa YAĞBASAN, “Televizyon Dizilerinde Kullanılan Müziklerin Genç İzleyicilerin Dizileri İzleme Oranına Etkisi”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi** (28), 2007, s. 103-114.

KARS, Neşe, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, Derin Yayınevi, İstanbul 2010.

KARS, Neşe, **Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin**, Derin Yayınevi, İstanbul, 2010.

Dersindir.net Kullanım ve Doyum Yaklaşımı, İnternet adresi: <http://www.dersindir.net/kullanim-ve-doyum-yaklasimi-2/?download=kullanim-ve-doyum-yaklasimi-2> (Erişim tarihi: 03.01.2015).

McLUHAN, Marshall, Fiore QUENTIN, **Medya Mesajı, Medya Mesajdır**, (İ. Haydaroğlu, çev.), İstanbul, MediaCat, 2012.

MCQUAIL Denis ve Sven WINDAHL, **İletişim Modelleri: Kitle İletişim Çalışmalarında**, (Y. Konca, çev.), İmge Yayınevi, Ankara, 2005.

MUTLU, Erol, **Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya**, Ütopya Yayınevi, Ankara 2005.

MUTLU, Erol, **İletişim Sözlüğü**, Ayraç Yayınevi, Ankara 2008

MUTLU, Erol, **Televizyonu Anlamak**, Ayraç Yayınevi, Ankara 2008

ÖZEL, Sedat, "Yakınsama: Yeni Medyanın İtici Gücü", **Erciyes İletişim Dergisi**, 2 (2), Kayseri 2011, s. 54-66.

ÖZMEN, Seçkin ve Yavuz YILDIZHAN, "Hikayeyi Yeniden Anlatmak 'Asmalı Konak'ta İlksel Metinlerin ve Seriyal Özelliği", **Communication in the Millennium: International Symposium, Association of Turkish and American Scholars**, 2004, s. 291-304.

ÖZMEN, Seçkin, **Radyo ve Televizyon Okumaları**, Derin Yayınları, İstanbul 2014.

"Sanctuary (dizi)", Wikipedia, İnternet adresi: [http://tr.wikipedia.org/wiki/Sanctuary_\(dizi\)](http://tr.wikipedia.org/wiki/Sanctuary_(dizi)) (Erişim Tarihi: 05.01.2015).

ŞENTÜRK, Rıdvan, "McLuhan'ın Televizyon Teorisi", **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi** (15), 2009, s. 17-31.

TÜRKOĞLU, Nurçay, **İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Toplumsal İletişim**, Kalemus Yayınevi, İstanbul, 2007

ULUYAĞCI, Canan, Sezen ÜNLÜ, Sevil UZOĞLU BAYÇU, "TV Dizilerindeki Mekanlarda Kültürel Yansımaların Göstergibilimsel Çözümlemesi: Canım Ailem", **Global Media Journal**, 2 (3), 2011, s. 117-127.

YAYLAGÜL, Levent, **Kitle İletişim Kuramları: Egemen Eleştirel Yaklaşımlar**, Dipnot Yayınevi, Ankara, 2008.

Summary

There have been changes in the evolving information technologies with broadcast media. Television serials and series, as well as broadcast media has begun to be monitored over the internet. The Internet emerged with the development of information technologies in the number of users increases, the number of services offered has also been an incredible increase. The rapid increase in the number of Internet users has led to the increase in content on the Internet. Internet as a broadcast medium offers quite a different experiences than the traditional broadcast media. Among these select opportunities for audience/users can stop broadcasting, forward and rewind image and send feedback. First of all audience with the right to vote, rejecting the content they want to watch their own television and video are provided the freedom to choose from the internet. In this way, due to the day of the broadcast television content during certain hours of the editorial policy of the spread, given the viewer is prevented from accepting as compulsory. a film that followed over the Internet, series or made a record by stopping in any part of a program loaded onto the internet, the interruption by the audience or to stand to watch later, breaking the passivity against the television audience, makes it possible to take active role.

Değişen Finansal Akımlar: Rasyonalizmden Davranışsal Finans Yaklaşımına

Nazlı Gamze SANSAR*

Öz

Klasik finans teorilerinin piyasa anomalilerini açıklamada yetersiz kalması bu alanda yeni teorilerin ortaya çıkmasıyla sonuçlanmıştır. Bu anlamda geleneksel finansçıların temel çıkış noktalarından olan ve temelleri Fama tarafından 1960'larda atılan Etkin Piyasa Hipotezine karşı geliştirilmiş Davranışsal Finans yaklaşımı, yatırımcıların geçmişten günümüze değişime uğrayarak yatırım kararlarında tam anlamıyla rasyonel davranmadıklarını ve aldıkları yatırım kararlarında bazı psikolojik faktörlerin etkisi altında olduğunu savunmaktadır. İnsanın doğası gereği karar alma süreçlerinde rasyonel davranışların yanı sıra duygu ve kişisel sezgilerinin de geniş bir yer tuttuğu ve bu özelliklerin davranışlara son halini verdiği görülmektedir. Bu çalışmanın amacı finansal piyasa katılımcılarının yatırım kararlarına etki eden psikolojik faktörleri belirtmek ve bu faktörler arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Bu amaçla yatırım kararlarına optimal gerçeklik kazandırarak yatırımcı varlıklarının, yatırımcının doğası içerisindeki kusurlarından dolayı erimesine engel olmak ve yatırımcılara kendi özelliklerini göz önünde bulundurarak doğru yatırım kararları almasına olanak sunmaktır.

Anahtar Kelimeler: Etkin Piyasalar Hipotezi (EPH), Davranışsal Finans, Yatırımcı ve Psikolojik Faktörler

Changing Financial Flows: From Rationalism to Behavioral Finance Approach

Abstract

New search in the field of anomalies of the market has started, as a result of traditional financial theories become inadequate to explain the ground. In this sense

DOI: <http://dx.doi.org/10.17336/igusbd.27952>

* Yrd. Doç. Dr., İstanbul Gelişim Üniversitesi, İİSBF Öğretim Üyesi,

E-posta: ngsansar@gelisim.edu.tr

Efficient Market Hypothesis which marks the starting point of the traditional finance, improved by Fama, was thrown in 1960 by Behavioral Finance approach, arguing that investors do not behave rationally in their investment decisions because of the influence of some psychological factors. Advanced human nature, as well as personal feelings and intuition of rational behavior also seems to hold a large place at these factors. The purpose of this article is to study psychological factors affecting the application investment decisions of participants by reviewing their hair up and reveal the relationship between these factors. With this purpose, it is aimed to shed light to optimal investment decisions by offering investors the existence of reality, to prevent melting of investments because of imperfections in the nature of investors and to provide opportunities to make the right investment decisions to investors.

Keywords: Efficient Market Hypothesis (EMH), Behavioral Finance, Investors and Psychological Factors

Giriş

Finansal piyasalarda birçok yeni yaklaşım, teori ve hipotez özellikle son yüz yılda büyük artış göstermiştir. Birçok finansçı ve akademik yazın piyasa anomalilerini sebep-sonuç ilişkisi içerisinde açıklamaya çalışmış, finans dünyasında önemli yer edinen Etkin Piyasa Hipotezi, Rassal Yürüyüş, Beklenti Teorisi vb. ölçülebilir finansal yaklaşımları günümüzde evrim geçirerek yeni bir hal almıştır.

Klasik finans teorilerinin finansal davranışları açıklama için oluşturduğu model ve denklemler, yatırımcıların söz konusu modellemelerdeki varsayımlardaki gibi “rasyonel” davranmadığının izlenmesinin sonucu davranışsal finansı doğurmuştur. Davranışsal Finans, piyasadaki değişimleri insanların irrasyonel davranışlarına bağlayan, ekonomik karar alma mekanizmalarının sosyal ve duygusal dürtülerden nasıl etkilendiği üzerine araştırmalar yapan ve genel olarak, fiyat değişimlerinin rasyonel faktörlerden daha çok irrasyonel faktörlerin/olguların etkisinde olduğunu ve bunları da kapsayan bazı modelleri açıklayan bir yaklaşımdır.

Bu anlamda, Jim Rogers “yatırımlar kadar yatırım karşısında takınılacak tavır da önemlidir” sözü ile yatırımcılar için yatırım kararlarının finansal tekniklerle belirlenmesinden sonra, duygu ve bilişsel tavırlarıyla da söz konusu kararı sürdürebilme yeteneğine sahip olmaları gerektiğini özetlemiştir. Davranışsal finansın ana amacı ölçülebilir finansal yaklaşımlarının yanlış olduğunu ispat etmek değil, yatırımcıların sadece

finansal tekniklerle karar almadığını ve bu kararlarının psikolojik hakimiyetle daha optimal bir hale dönüşeceğini açıklamasıdır. Kısacası, gelişmiş insan beyninin, ilkel yapısıyla olan bağlantısını finansal işleyiş içerisinde anlatmak, sebeplerini sunabilmek ve konu hakkında farkındalık yaratabilmektir.

Teori olarak Davranışsal Finans ise; temelleri Fama tarafından 1960'ta atılan Etkin Piyasalar Hipotezine bir eleştiri, zayıf etkin piyasalara da örnek olarak ortaya çıkmıştır. Akımın son yıllarda popüler hale getiren sebep ise, 2008 krizi döneminde mortgage fiyatlamalarında rasyonel fiyatlamamanın başarısız olması ve fiyatlamamanın içerisinde insana özgü algıların da var olduğu gerçeğidir. Davranışsal Finans teorisi daha sonra ise birçok akademisyen ve finansçı tarafından zenginleştirilerek tüm finansal piyasalara uygulanmış ve piyasa anomalilerindeki temel sebeplerin insani zaafardan oluştuğu gerçeğine ulaşmıştır.

Bu bağlamda yapılan çalışmalar ile klasik finans modellerinde öngörülen aksine yatırımcıların "rasyonel" hareket etmedikleri ve tercihlerini optimize edemedikleri ortaya çıkmıştır. Bilişsel sınırlar, psikolojik önyargılar, belirsizlik, geçmiş tecrübeler gibi olgular, yatırım ve finansal kararlarda yatırımcıların rasyonellikten uzak, sezgi ve hislerin kontrolünde davranmalarına neden olmaktadır. Davranışsal Finans teorisi ise, insanı "rasyonel" olarak kabul eden klasik teori ve modellere alternatif olarak geliştirilmiş, irrasyonel ve insan psikolojisinin yatırım kararlarına etkisi üzerinde durmuştur. Varlık fiyatlarında sezgi, alışkanlık ve geçmiş tecrübelerin de önemli rol oynadığının ortaya çıkmasıyla birlikte Davranışsal Finans teorisi ekonomik modellerde yoğun olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Bireylerin rasyonel hareket ettikleri varsayımı başta Beklenen Fayda kuramı ve Etkin Piyasalar Hipotezi olmak üzere birçok klasik finans ve ekonomi kuramına dayanak oluşturmuştur. Davranışsal Finans ise yatırımcıların risk ve belirsizlik durumları oluştuğunda karar alırken psikolojik ve sosyolojik faktörlerden de etkilendiğini öne süren interdisipliner bir teoridir. Davranışsal Finans teorisinde yatırımcılar, klasik portföy teorisinin aksine, bir takım bilişsel kusurlar ile bu kusurların neden olduğu ve rasyonelliğe uymayan bir takım zihinsel kısa yollarla davranabilmekte, varsayımlar ile rasyonellikten uzaklaşabilmektedir.

1. ETKİN PİYASA HİPOTEZİ

1965 yılında Etkin Piyasa Hipotezini ortaya çıkaran Fama, etkin piyasaları “rasyonel ve kar amaçlı bireylerden oluşan” ve sonucunda da “ürünlerin/hizmetlerin gerçek fiyatını bulduğu yer” olarak tanımlamaktadır.¹ Etkin Piyasa Hipotezi piyasalardaki tüm bilgilerin bütün piyasa katılımcıları tarafından ulaşılabilir olduğu için fiyatların içerisinde olduğunu, kimsenin bilmediği ve para kazanmak için kullanılabileceği bir bilginin olmadığını varsayar. Bu nedenle örneğin, yatırımcının piyasaların geçmiş fiyat verilerini kullanması, böylelikle herkesten çok para kazanması teoride mümkün değildir. Söz konusu hipotezin tartışmalı bir diğer varsayımı ise, fiyatların doğruluğudur. Etkin Piyasa Teorisinin varsayımına göre piyasada oluşan fiyatlar, varlıkların gerçek değerini yansıtır, doğrudur ve bir fiyat balonunun oluşması da bu nedenle mümkün değildir.²

Etkin Piyasa Hipotezi ile ilgili en çok tartışılan ve bu iki konu Davranışsal Finans Teorisinin ortaya çıkış nedenlerinden en önemlileridir. Etkin Piyasa Teorisinin varsayımlarından biri olan rasyonelite ve piyasada oluşan fiyatların doğru olarak kabul edilmesi Davranışsal Finans tarafından farklı yönleriyle irdelenmektedir.

2. BEKLENTİ TEORİSİ

Etkin Piyasa Teorisinde yer alan yatırımcı rasyonelliği; yatırımcının karar verirken analizler yaparak en doğruyu seçtiğini ve bunu sürekli ve tutarlı bir şekilde yaptığını varsayar. Bu çerçevede “rasyonellik” tutarlılıkla ilişkili bir varsayımdır.

Miller and Modigliani, 1961 yılında temettüler üzerine yayınladıkları makalede yatırımcıları “rasyonel” olarak tarif ederler. Rasyonel yatırımcılar, “her zaman daha fazla kazancı daha azına tercih ederler ve kazancın türü (nakit ya da hisse senedi değer artışı olması) onlar için önemli değildir.”³ Shefrin ve Statman’a göre ise yatırımcıların belirli bir hisse senedine sahip

¹ Orhan Erdem, “Değişen Teoriler ve Davranışsal Finans”, 26 Ağustos 2015, http://www.bilgi.edu.tr/site_media/uploads/files/2015/08/26/ekonomide-paradigma-150824.pdf, (Erişim Tarihi 12 Ocak 2015), s.1.

² A.g.m, s.2.

³ M. Miller ve F. Modigliani, “Dividend policy, growth, and the valuation of shares”, *Journal of Business*, 34 (4), 1961, s. 411-433.

olma nedenleri sadece rasyonel yatırım kararları değil; arzuları, duyguları ve bilişsel hatalarıdır.⁴

Yatırımcıların her daim rasyonel davranmadığını savunan bu tür akademik çalışmalar genellikle deneyler ile savunulmaktadır. Daniel Kahneman ve Amos Tversky 1979 tarihli “Beklenti Teorisi: Risk Altında Karar Vermenin Bir Analizi” adlı çalışmalarında Beklenen Fayda Teorisinin yetersizliklerinden yola çıkarak, insanın belirsizlik altında nasıl karar verdiğini anlatan ve rasyonaliteye dayanan, Beklenti Teorisi’ni ortaya koymuşlardır.⁵ Beklenti Teorisi’ne göre yatırımcılar memnuniyet veya memnuniyetsizlik duygularını belirli bir referans noktası çerçevesinde oluşturmakta ve söz konusu referans noktasından uzaklaştıkça kazanç veya kayıp algısı da değişkenlik göstermektedir. Beklenti teorisinin “kayıptan kaçınma” özelliğinden dolayı değer fonksiyonda, kayıplar kazançlardan daha diktir. Teori, insanların ellerindekinden vazgeçmeleri için, o şeye sahip olmak için verdiklerinden daha fazlasını istedikleri varsayımı üzerine kuruludur.⁶

Beklenti Teorisine göre karar alma; düzeltme ve değerlendirme süreçlerinden oluşmakta, yatırımcılar, kararlar alırken bu süreçlerden geçmektedirler. Düzeltme sürecinin ilk aşaması kodlama safhasından oluşmaktadır. Kodlama safhası her şeyden önce, ilk olarak referans noktasının belirlendiği safhadır. Referans noktasının belirlenmesini takiben, mevcut durum incelendiğinde, mevcut durum referans noktasının altında kalıyorsa kayıp olarak, üstünde kalıyorsa kazanç olarak kodlanmaktadır. Sürecin ikinci safhası ise kombinasyon safhası olarak adlandırılmakta, bu safha eşdeğer çıktıların olasılıklarının birleştirilmesi ile bir anlamda basitleştirmeye gidilmesidir. Son safha ise iptal etme safhasıdır. Bu safhada her seçenekte yer alan ortak beklenti ve olasılıklar iptal edilerek seçeneklerin biraz daha basit hale getirilmeye çalışıldığı aşamadır. Düzeltme sürecini takiben, değerlendirme aşamasında ise analizi yapılarak önerilmiş beklentiler değerlendirilerek, sonucunda en yüksek değeri olan olasılıktan yana tercihte bulunulur. Böylelikle, beklenti teorisinde yatırımcılar, getirilerini son servet durumlarına göre değil, belirlemiş oldukları referans noktasından oluşan olumlu ya da olumsuz sapmalar şeklinde değerlendirmektedir.

⁴ H. Shefrin ve M. Statman, “Explaining investor preference for cash dividends”, *Journal of Financial Economics*, 13 (2), 1984, s. 253-282.

⁵ Michael Schrage, “Daniel Kahneman: The Thought Leader Interview”, *Strategy + Business*, 2003, s. 1-6.

⁶ C. Fox Trepel...et al., “Prospect theory on the brain? Toward a Cognitive Neuroscience of Decision Under Risk”, *Cognitive Brain Research*, 2005, s.37.

Bu teoriye göre; yatırımcılara hisse senedine yatırım yapmaları durumunda %80 olasılıkla %30'luk fiyat artış kazancı ve %20 olasılıkla kazanamamak ile %100 olasılıkla %15'lik fiyat artış kazancı seçenekleri sunulduğunda, yatırımcıların geneli %15'lik kazancı tercih edecektir. Gene teoriye göre; yatırımcılara %80 olasılıkla %30 reel değer azalış zararı ve %20 olasılıkla hisse senedi fiyatlarının sabit durması ile hiçbir şey kaybetmemek ile %100 olasılıkla %15 reel değer azalışı arasında bir seçim yapmaları istenmesi durumunda ise, yatırımcıların geneli %30'luk reel değer azalış zararını tercih ederler. Bunun nedeni ise, yatırımcının gerçekte kazançlarla ilgili olarak riskten kaçınması, kayıplar için ise risk alması olarak açıklanmaktadır.

Beklenen Fayda Teorisinin eksik kaldığı noktalardan hareketle ortaya konan Beklenti Teorisi bazı temel noktalarda Beklenen Fayda teorisinden ayrılmaktadır. En temel farklılık, Beklenen Fayda teorisinde karar alma rasyonel bir süreç olarak ele alınırken, Beklenti Teorisinde bu rasyonelliğin geçerli olmadığı, kişilerin kararlarında kendi beklentilerinin ön planda olduğu ifade edilmiştir. Buna göre, Beklenen Fayda Teorisinde net nakit girişleri yatırımcının kararlarında dikkate aldığı bir unsur olarak değerlendirilirken, Beklenti Teorisinde belirlenen referans değerlerinin altında ya da üstünde kalmak yatırımcıların kararlarını şekillendiren bir unsur olmaktadır.

3. DAVRANIŞSAL FİNANS İÇİNDEKİ PSİKOLOJİK EĞİLİMLER

Davranışsal Finans teorisinde öncelikle; asıl neden ne olursa olsun, insan beyni rasyonel karar almada düşünülenin aksine yanıltıcı bir araç olabilmektedir. Yani Klasik İktisat teorisindeki rasyonel davranış varsayımı, Davranışsal Finans teorisyenlerinin bulgularıyla örtüşmemektedir. Klasik ekonomi teorisi insanoğlunun sabit tercihlere sahip olduğunu ve rasyonel davranarak bu tercihler ışığında maksimum fayda elde etmek için uğraşacağını varsayarken, Davranışsal Finans yaklaşımı ise insanların irrasyonel davranışlarda da bulunduğunu ve bu davranışların temel sebebinin ise psikolojik önyargılar olduğunu savunmaktadır.

Psikolojik ön yargılar, bilginin depolanması ve tecrübeler, bilginin işlenmesindeki algı hatalar ve karar sürecinde oluşan hatalardan oluşmaktadır. Ön yargılar ise iki ana başlık altında; hevristik ile bilişsel önyargılar ve duygusal faktörler olarak şekillenmektedir. Hevristik ve bilişsel önyargılar, problem çözümede çeşitli problemlere uygulanan ancak her zaman doğru çözümü sağlamayan düşünsel boyuttaki kestirme yollardır. Söz konusu

önyargular, aşırı bilgi ile yüklendiğinde, sorunun çözümü için zaman kısıtı olduğunda, şansa bağlı veya önemli olmayan konularda, karar aşamasında yeterli bilgi olmadığında ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle de sistematik hataların ardı ardına yapılmasına neden olmaktadır.

3.1 Beynimizin İlk Zaafı: Aşırı Güven

Yatırımcılar kendi yeteneklerine aşırı derecede güven duyma ve diğer insanlarınki ile kıyasla kendi tahminlerinin doğruluğuna daha çok önem verme eğilimindedirler.⁷ Söz konusu aşırı güven ise yatırımcılar için yatırım kararlarının kolaylıkla manipüle edilmesine neden olabilmektedir. Aşırı güven sahibi yatırımcılar, aldıkları risk düzeyini doğru yorumlama yetilerini kaybetme eğilimindedirler. Bu da algılanan risk düzeyini değiştirmektedir. Yatırımcılar aşırı güven sonucu portföylerinde gereğinden az çeşitlendirme yapabilmekte, bu nedenle riskin yeterince dağılmamasıyla beklenilenden daha kötü sonuçlar alınabilmektedir.

“Rasyonel” bir yatırımcı ise getiriye maksimize etmeye çalışırken, riski de minimize etmeye çalışmaktadır. Aşırı güven sahibi yatırımcı ise, yaptığı yatırımdan oldukça emin olduğu için ve yatırımındaki riski görmez. Sonuç olarak, aşırı güven eğilimi, yatırımcının risk seviyesini ve algısını değiştirmekte ve yatırım riskini yanlış değerlendirmesine neden olmaktadır.

3.2 Optimizim-Aşırı İyimserlik

İnsanlar, doğası gereği yapabilecekleri konusunda gereğinden fazla iyimserdir. Bu özellik, yatırımcılar için genellikle kendi portföy getirilerinin endeks ortalamasından daha fazla getiriye sahip olacağına inanmaları olarak ortaya çıkmaktadır. Bu varsayımla yatırımcılar örneğin, Endeks 100 almak yerine kendi belirlediği endekste yer alan spesifik hisseleri almayı tercih etmektedir.

Hem aşırı güven hem de iyimserlik tutumu içinde olan yatırımcılar, piyasa hakkında elde ettikleri bilgileri ve alım-satım işlemlerindeki yetkinliklerini abartma, bununla birlikte riskleri ise önemsememe eğilimi göstermektedir. Bu tip yatırımcılar, ayrıca, elde ettikleri başarılı sonuçları

⁷ Zvi Bodie et al., *Investments*, 8th ed., Mc Graw Hill Yayınevi, Singapur, 2009, s.386.

kendilerine, başarısızlıkları ise dış etkenlere atfetme eğilimindedirler.⁸ “Rasyonel” bir yatırımcı ise fazla iyimser tutumlar sergilemekten kaçınır, sadece başarılarını değil başarısız yatırım kararlarını da dikkate alır ve yatırım kararlarını güncel veriler, analizlere dayandırır.

Sayfa/Page | 142

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

3.3 Temsililik

Yatırım kararlarını etkileyen prensiplerden birisi de temsililik eğilimidir. İlk olarak Kahneman ve Tversky tarafından öne sürülen söz konusu eğilim ile insan beyni, benzeş özelliklere sahip olan şeylerin çok büyük oranda benzer olduğu varsayımını yapmaktadır.⁹ Temsililik genellemelere dayalı kararlardan bahsetmektedir.¹⁰ Özellikle bağımsız ve tarafsız yapılan örneklemelerin, geneli yansıttığı doğru olmakla birlikte, insanların bir olaya ilişkin örnek büyüklüğünü dikkate almama eğilimi içinde olması, stereotipleme yapmalarına yol açar.

Temsililik eğilimde olan yatırımcılar örneğin, dövizin belli bir süre devamlı değer kazanması ile birlikte, bir süre sonra söz konusu değerlemeyi bir genelleme haline dönüştürmektedir.¹¹ Bu da, rasyonel bir yatırımcının yapacağı aksine, yatırım kararlarını alırken sınırlı istatistiksel bilgi ve analiz kullanmaları, bu verilerin yerine genellemeler yönünde hareket etmeleri ile sonuçlanmaktadır.

3.4 Akli Muhasebeleştirme

İnsanlar paranın nereden geldiği, nerede geliştiği ve nasıl harcandığına bakarak kategorize etme eğilimi içindedir. Hâlbuki rasyonel bakıldığında paranın tek bir değeri vardır, o da üstünde belirtilen rakamın alım gücüyle birleşmesidir. İnsanoğlu için ise “alın teri” ile kazandığı 3000 TL, borsada kazanılan 3000 TL’den daha değerlidir. Bu yüzden yatırımcılar genelde yatırım yaparken borsadan kazandıkları 3000 TL ile daha fazla risk üstlenebilirken, maaş olarak kazandıkları 3000 TL ile daha az risk alırlar. Bu

⁸ E. Langer ve J. Roth, “Heads I win, tails it’s chance: The illusion of control as a function of the sequence of outcomes in a purely chance task”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, 1975, s. 951–955.

⁹ Daniel Kahneman ve Amos Tversky, “Subjective Probability: A Judgment of Representativeness”, *Cognitive Psychology*, Vol: 3, 1972, s. 430-454.

¹⁰ John R. Nofsinger, *The Psychology of Investing*, 4th ed., NJ: Prentice-Hall, 2010, s.76.

¹¹ K. E. Case ve R. Shiller, “The behavior of home buyers in boom and post-boom markets”, *New England Economic Review*, 80, 1990, s. 29–46.

özellikten dolayı, borsada yatırım yapan bir yatırımcı, başta finansal analizler sonucunda oluşturduğu stop loss (zarar kes) seviyesini, borsada beklenmeden yaşanan değer artışları sonucunda riske atarak bu seviyeyi esnetme eğiliminde olabilirler. Rasyonel olarak bakıldığında ise aslında borsada kazanılan 3000 TL, “alın teri” ile kazanılan 3000 TL ile aynı oranda değerlidir ve alınan risk oranının da aynı olması gerekmektedir.

3.5 Statüko Sapması

İnsanoğlunun pişman olmaktan kaçınma dürtüsü, karar alma mekanizmasını çok güçlü bir şekilde etkilemektedir. Bu da insanların elindekinden vazgeçememe eğiliminde olmalarına, daha iyi bir alternatif önerildiği halde pasif kalarak, iyi bir fırsatı kaçırmalarına yol açmaktadır. Bu özellik aynı zamanda, yatırımcıların karar alırken, sahip oldukları varlıklara daha fazla değer biçmeleri ile sonuçlanır.¹²

Statüko sapması bu yüzden, yatırımcıların portföy varlıklarını satma konusunda kararsız kalmalarına yol açar ve portföy yapısını değişen şartlara karşı dönüştürebilme yeteneğini de zayıflatır. Örneğin, bu durum hisse senedine olduğundan daha fazla değer biçen bir yatırımcının, bu araçların asıl amacı olan likitide imkanını kaçırmaması sonucunu doğurabilmektedir. “Rasyonel” yatırımcı ile sahip olduğu değerlere karşı duygusal bir bağ yoktur, söz konusu değerlere sahip olmasının tek nedeni elde edeceği kazançtır ve kazancın türü onun için önemli değildir. Bu yüzden elinde bulundurduğu değerlemelerin fiyatlamasını objektif yapar, yatırım fırsatlarını böylelikle iyi değerlendirir.

3.6 Çıpalama

Çıpalama, insanların ilk gelen bilgiye takılı kalarak, sonrasında gelen bilgilere yeterli derecede adapte olamama eğilimidir. Bu eğilim yatırımcılar için, örneğin, dövizde ya da emtialarda 3 TL, 5 TL gibi psikolojik beklenti içerisine girip, değişen koşullarda eski beklenti sınırını güncellememesine sebep olur. Bu durumda, pazarlık genel anlamda bir malın satışı öncesinde bahsedilen fiyat etrafında yoğunlaşmakta, bu da değişen şartlara ayak uydurulmaması sonucunu doğurabilmektedir.

¹² P. Knez, V. L. Smith ve A. Williams, “Individual rationality, market rationality, and value estimation”, *American Economic Review Papers and Proceedings*, 52, 1985, s. 397-402.

Örneğin, bir yatırımcı bir yatırım uzmanının Endeks için 72 bine kadar yükselir dediğini duymuş ve endeks 71.500'den dönmüşse, o yatırımcı için söz konusu yatırım uzmanı hiçbir şeyden anlamıyor pozisyonuna gelir. Aynı şekilde, hisse senetleri fiyatlamasındaki üst direnç ve alt destek bölgeleri de yatırımcıların çıpalama yapma eğilimi göstermesine neden olabilmektedir. Mesela, bir yatırımcının elinde bulunan hisse senedinin değeri 8.50'den dönüp 8.30'a düştüğünde, çoğu yatırımcı 8.50'de satmak içgüdüleriyle hareket edecektir ve bu seviye direnç seviyesi haline gelecektir veya hisse senedinin değeri 8.10 seviyesine gelip oradan yukarı yönlü hareket ediyorsa ve bunu en az iki kere yapmışsa, artık yatırımcı için hisse senedini satın alma noktası 8.10 olur. Söz konusu hisse senedinin değeri 8.05'e düştüğünde ise artık yatırımcının satmasına imkan yoktur. Çünkü hisse senedinin değeri hakkında ilk elde ettiği izlemine kolay kolay değiştiremez. Hisse senedinin değerinde yaşanan aşağı yöndeki hareketi piyasada kendisinin elinden hisse senedini almak isteyenlerin bilinçli bir şekilde yaptığını, kısa zaman sonra değerinin tekrar yukarı hareket edeceğini düşünür. Oysa rasyonel yatırımcı net finansal verilerle reel gerçekler üzerinde dinamik bir yatırım planı izler. Değişen şartlara yeni finansal değerlemelerle ayak uydurmaya çalışır. Kısacası yatırım kararlarına yeni finansal eşikler oluşturur.

3.7 Yanlış Görüş Birliği

İnsanlar kendine ait olan görüşlerinin diğer insanlar tarafından da paylaşıldığı veya benimsendiği konusunda iyimser olma eğilimi içerisindedirler. Örneğin, borsanın yükselmesi beklentisindeki bir yatırımcı, borsanın düşeceğini belirten zıt bir görüşe tepki duymakta, uzmanlar tarafından yapılan uyarılara bu nedenle kulak asmamaktadırlar. Bu durumda yatırımcılar, ne kadar bilgili olursa olsun, zıt görüş sunan birinin yanlış bildiğini varsaymakta ve hatta onu kötü niyetli olmakla suçlayabilmektedir. Hele ki bir yatırımcı bir hisse senedinde belirli bir pozisyon almışsa, o hisse senedi ile ilgili görüşleri tarafsız bir şekilde okuyamaz. Yatırımcılar bu özelliklerinden dolayı karşıt görüşe kapalı olabilmekte, sonucunda ise rasyonel yatırım kararı almakta zorlanabilmektedirler.

3.8 Duygusal Etkilenme

İnsanlar, tersini doğrulayan bilgiler olmasına rağmen, duyguların etkisi altında kalarak kayıptan kaçma içgüdüleriyle yaşanan olaylarda pozitif yanların varlığına inanma eğilimi içerisindedirler. Bu kapsamda, bireyler duygusal

davranarak olayları tüm gerçekliği ile kabul etmeyi reddeder, pozitif yanlarına yoğunlaşmayı tercih ederler. Bu davranış biçimi, aşırı güven ve iyimserlikten sonra en önemli önyargılı algılama davranış biçiminden biridir.

Bu durum, yatırım kararları alırken, yatırımcıların gerçekten uzaklaşmalarına, doğru analiz yapamamalarına yol açar. Bu tür önyargılı algılama davranışlarından yatırımcılar zaman içerisinde kaçınabilmekle beraber, tamamen kurtulmaları insanın doğası gereği neredeyse imkansızdır. Rasyonel yatırımcılar ise, bu tür önyargılı algılama davranış biçimlerinden uzak durmak için veri ve analizleri sentezleyerek gerçekler üzerinden hareket eder.

4. DAVRANIŞSAL FİNANS MODELLERİ

Davranışsal finans alanında yapılmış olan çalışmaların en başında; Barberis, Shleifer ve Vishny (1998)'in, "temsili yatırımcı" modeli, Daniel, Hirshleifer ve Subrahmanyam (1998)'in "aşırı güven ve kendine yükleme" modelleri, Hong ve Stein (1999)'in "karşılıklı etkileşen ilişkiler" modelleri bulunmaktadır.

4.1 Temsili Yatırımcı Modeli

Barberis, Shleifer ve Vishny tarafından geliştirilen "Temsili Yatırımcı" modeli, davranışsal finansı iki yatırımcı davranış eğilimi üzerinden ifade etmektedir. Bu eğilimler "muhafazakârlık eğilimi" ve "temsiliyet etkisi" eğilimidir. "Muhafazakârlık eğilimi" insanların yeni bir görüşe uyum sağlayabilme konusunda zorluk çekmelerini ifade eden bir davranış eğilimidir. Muhafazakârlık eğiliminin nedeni, inançların güncellenmesinin veya yeni bilgi edinmenin insanoğlu için oldukça maliyetli olmasıdır. Finansal piyasalardaki karşılığı da, yatırımcıların daha önce yatırım yaptıkları hisse senetleri hakkında piyasaya, o hisselerin değerini olumsuz yönde etkilenmeye sürükleyebilecek bir haber ulaştığında dahi daha önceki görüşlerinde bir değişim yapmaksızın o hisseyi tutmaya devam etmesi olarak ortaya çıkabilir. Önyargılarına sıkıca bağlı olan muhafazakâr yatırımcı, daha önce yatırım yapmadığı yatırım araçlarına ve kendinin benimsemediği yeni bilgilere direnç gösterir. Halbuki finansal piyasalar asla statik değildir, rasyonel yatırımcının yeni bilgiye ve fırsatlara daima açık olması dinamik kararlar alması gerekmektedir.

İkinci yatırımcı davranış eğilimi ise, bir olay, kişi ya da durumu değerlendirirken başka bir olay, kişi ya da durum tarafından temsil edilip edilmediğine bakılarak değerlendirilmesini ve en çok göze çapan unsurlardan etkilenerek karar vermesini ifade eden “temsiliyet etkisi”dir. Bu etki ile yatırımcı piyasada oluşan ve belli bir süre devam eden durumu genelleme olarak kararlarına uygular, bu durum yatırımcının piyasa koşullarına aşırı tepki göstermesine yol açar. Aşırı tepki ise yatırımcıların yeni bilgilere daha çok ağırlık verip, eski bilgileri ise yeni bilgilere kıyasla göz ardı etmesi sonucunda, fiyatları pozitif ya da negatif yönde yanlış değerleyip, daha sonra bu hatayı fark etmiş olsa bile uzun ve/veya kısa vadede yatırımcı konumunu sürdürmesi ile sonuçlanır.

Belirli bir dönemi örnekleme olarak almak ve sonucunda genelleme yapmak her zaman yanlış değildir. Fakat önemli olan peş peşe gerçekleşen olayların birbirleriyle ne kadar ilişkili olduğunu çok iyi analiz etmektir. Örneğin yazı tura atılırken, gelecek sonucun ne olacağı daha önceki yazı tura oyunlarının sonucuna bağlı değildir. Bu durumda sonuç olarak yazı ya da tura gelme olasılığı her yazı tura atıldığında aynıdır. Bu sebeple, yazı tura atarken belli bir süre en çok yazı gelmiş olması, bir sonraki seferde de yazı geleceği, ya da tam tersi bir şekilde çok fazla yazı geldiğinden dolayı bu sefer tura geleceği anlamını taşımaz. Yapılan genelleme insanı yanılgıya itmektir. Fakat eğer bir deste iskambil kağıdından peş peşe dört vale çekilirse, bir sonra çekilen kağıt için vale olmaz tahmininde bulunmak akıllıca olacaktır, çünkü bu durumda olaylar birbirleri ile ilişkili haldedir. Finansal piyasalarda karşılaşılan durumlar elbette bu örneklerdeki kadar basit değildir, bu yüzden rasyonel yatırımcının sebep-sonuç ilişkilerini analiz ederken birçok farklı değişkeni göz önünde bulundurması, analizlerini bilgiye dayandırması, genellemelerden kaçınması gerekmektedir.

4.2 Aşırı Güven ve Kendine Yükleme Modeli

“Aşırı güven” eğilimi daha önce de ele alındığı üzere kişilerin yetenekleri ve karar verme becerileri konusunda kendilerine aşırı bir güven gösterme ve genel olarak diğer insanlardan üstün görme eğiliminde olma hallerini ifade eden bir yatırımcı davranışıdır. “Kendine yükleme” eğilimi ise insanların genel olarak başarıyı kendinden bilmek, başarısızlığı ise dış faktörlere bağlamak eğilimini ifade etmektedir.¹³ Bu iki davranış şekli genellikle birbirleriyle

¹³ Ali Yörükoğlu, “Davranışsal Finans”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul, 2007, s. 63-64.

ilişkidir. Kendine aşırı güven sahibi insanlar, yaptıkları hataların nedenini kendinde göremeyerek dış faktörleri suçlama eğiliminde olurken, her başarının nedenini de kendinde görmektedir.

Yatırımcılar yatırım kararları alırken bu tür önyargılı algılama davranışları nedeniyle irrasyonel davranma eğiliminde olabilmektedirler. Zaman ile kazanılan tecrübe bu tür önyargılı davranışları elbette azaltmaktadır. Fakat insanoğlunun karmaşık iç dünyası ve her daim rasyonel olmayan davranışlarının yatırım kararlarının sağlıklı olması açısından kontrol altına alınması ancak rasyonel güçlerin yaygınlaşması ile gerçekleşir.

4.3 Karşılıklı Etkileşen İlişkiler Modeli

Bu model, yatırımcılar arasındaki karşılıklı etkileşen ilişkilere dayanılarak ortaya konmuştur. Bu karşılıklı etkileşen ilişkileri betimlemek için ise iki tür yatırımcı profili geliştirilmiştir. Bunlar: “bilgi avcıları” ve “momentum yatırımcıları”dır.¹⁴

Bilgi avcıları, tahminlerini tamamen geleceğe dair gözlemlerinden hareketle gerçekleştirirken, mevcut ve geçmişe dair bilgileri tahminlerinde kullanmakta yetersiz kalmaktadır. Bu tip yatırımcıları, herhangi bir hisse senedini değerlendirirken temel analizi kullanan ancak teknik analiz kullanmakta yetersiz kalan bir yatırımcıya benzetmek mümkündür.

Momentum yatırımcıları ise bilgi avcılarının tam tersi bir yapı gösteren yatırımcılardır. Bu tip yatırımcılar, yatırım tahminlerinde geleceğe dair bir tahminlemeden hareket etmeyerek, tamamen geçmiş fiyat hareketlerinden bir takım tahminlerde bulunma yöntemini kendilerine seçmiş yatırımcılardır. Bu tip yatırımcıları da tanımlamada, tahminlerinde temel analizden uzak duran, tamamen teknik analizle hareket eden yatırımcılar olarak tanımlamak mümkündür.

Piyasada oluşan her türlü bilgi ve verinin yatırım kararları açısından bir önemi bulunmaktadır. Sermaye piyasalarında sistematik ve sistematik olmayan olmak üzere iki ana bilgi kaynağı bulunmaktadır. Sistematik bilgi, menkul kıymetlerin fiyatlarına etki edebilecek, piyasa koşulları ve

¹⁴ Harrison Hong ve Jeremy Stein, “A Unified Theory of Underreaction, Momentum Trading and Overreaction in Asset Markets”, *Journal of Finance*, Cilt: 54, Sayı: 6, 1999, s. 2144.

makroekonomik göstergeler gibi genel bilgilerdir. Sistematiik olmayan bilgiler ise; temettü ödeme kararları, firma birleşme ve devirleri, fiyat/kazanç oranı, yeni ihraç kararları ve mali tablolar gibi ihraççı şirkete özel bilgilerdir. Yatırımcıların sağlıklı yatırım kararları alması doğrultusunda her iki bilgi kaynağını da teknik ve temel analizlerinde kullanması gerekmektedir. Yatırımcının bilgi düzeyi bu yüzden oldukça önemlidir ve yatırım amaçlarına ve risk profiline uygun olan yatırım kararları almasına yardımcı olur. Yatırım yapma kararlarında yararlanılan en temel şey bilgidir. Yatırımcıların piyasalarda yer alan bilgi türlerini bilinmesi, o bilgilerin elde edilebileceği kaynakların belirlenmesi ve hangi tür analizde kullanılacağını saptaması açısından da büyük bir öneme sahiptir. Bilgi yatırım kararı alırken yatırımcılar açısından en temel yapı taşıdır, analiz türleri ve hangi tip analizleri hangi durumda kullanmaları gerektiği yatırımın temelini oluşturur. Bununla birlikte yatırımcıların yatırım kararlarını alırken davranışsal finansın ortaya koyduğu irrasyonel davranış şekillerinin de bilincinde olmaları yatırım kararlarının başarısının devamlılığı için elzemdir. Birbirleriyle oldukça girift bir biçimde etkileşim halinde olan bu olgular tecrübenin yanında, finansal eğitim ile yatırımcılara aktarılabilir.

Sonuç

İnsanoğlu, çok karmaşık yapıya sahip bir varlıktır. Bu anlamda, özellikle piyasa anomalileri ve son dönemlerde yaşanan krizler sonrası, klasik iktisat teorilerinde varsayılanın aksine, insanın bazı zamanlarda doğru olmadığını bildiği adımları atabildiğini göstermiştir. İnsanı rasyonel bir varlık olarak nitelendiren klasik ekonomi ve finans teorilerinde yer almayan bu insani özellikler, ekonomi ve finans alanına yeni bir bakış açısı kazandıran Davranışsal Finans ile gündeme gelmiştir. Davranışsal Finans, gerçek hayata daha uygun ve insanı merkezde tutan teoriler ile finans alanının içerisine psikoloji, sosyoloji ve nöroloji gibi diğer sosyal bilimlere de sokmaktadır. Bu özelliğinden dolayı da, gelecek yıllarda, insanı bütün çıplaklığı ile merkezine alan Davranışsal Finans teorisinin ekonomi ve finans alanında daha fazla yer elde edeceği de öngörülmektedir.

Yatırımcıların doğru karar alabilmesi birçok değişkeni aynı anda yorumlayabilmesi, her türlü bilgiyi, geçmiş gözlemleri dikkate almasının yanında gelecek tahminleri de göz önünde bulundurması ile mümkündür. Bu nedenle, oldukça detaylı analizleri gerektiren yatırım kararları, ancak finansal okuryazarlık seviyesinin yüksek olması ile sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilebilir. Yatırımcıların piyasa deneyim ve tecrübeleri ile finansal bilgi seviyesi, yatırım

kararlarında diğer yatırımcılardan daha fazla getiri elde etmesini sağlar. Bundan dolayı yatırımcıların öncelikle piyasada yaratılan algılardan ve kendi düşünsel zaaflarından arındırılarak bilinçlendirilmesi ve eğitilmesi gerekmektedir. Yatırımcı kendisinin ve yatırım araçlarının iyi ve kötü yönleri ile tanınması, yatırımlarının olası risk ve getirileri hakkında tam ve doğru bir bilgi sahibi olması, yatırım kararlarını rasyonel bilgi ve belgelere dayandırması ve bu çerçevede şekillendirmesi en sağlıklı yatırım şeklidir.

KAYNAKÇA

BODIE, Zvi, Alex KANE ve Alan J. MARCUS, **Investments**, 8th ed., Mc Graw Hill Yayınevi, Singapur, 2009.

CASE, K. E. ve R. SHILLER, "The behavior of home buyers in boom and post-boom markets", **New England Economic Review**, 80, 1990.

ERDEM, Orhan, "Değişen Teoriler ve Davranışsal Finans", 26 Ağustos 2015, http://www.bilgi.edu.tr/site_media/uploads/files/2015/08/26/ekonomide-paradigma-150824.pdf? , (Erişim Tarihi 16 Ocak 2015).

HONG, Harrison ve C. Jeremy STEIN, "A Unified Theory of Underreaction, Momentum Trading and Overreaction in Asset Markets", **Journal of Finance**, Cilt: 54, Sayı: 6, 1999.

KAHNEMAN, Daniel ve Amos TVERSKY, "Subjective Probability: A Judgment of Representativeness", **Cognitive Psychology**, Vol:3, 1972.

KAHNEMAN, Daniel ve Amos TVERSKY, "Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases", **Science**, Vol:185, 1974, s. 4157.

KNEZ, P., V. L. SMITH ve A. WILLIAMS, "Individual rationality, market rationality, and value estimation", **American Economic Review Papers and Proceedings**, 52, 1985, s. 397-402.

LANGER, E. J. ve J. ROTH, "Heads I win, tails it's chance: The illusion of control as a function of the sequence of outcomes in a purely chance task", **Journal of Personality and Social Psychology**, 32, 1975, s. 951-955.

MILLER, M. ve F. MODIGLIANI, "Dividend policy, growth, and the valuation of shares", **Journal of Business**, 34 (4), 1961, s. 411-433.

NOFSINGER, John R., **The Psychology of Investing**, 4th ed., NJ: Prentice-Hall, 2010.

SCHRAGE, Michael, "Daniel Kahneman: The Thought Leader Interview", **Strategy + Business**, 2003.

TREPEL, C., C. R. Fox ve R. A. POLDRACK, "Prospect theory on the brain? Toward a Cognitive Neuroscience of Decision Under Risk", **Cognitive Brain Research**, 2005.

YÖRÜKOĞLU, Ali, "Davranışsal Finans", Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul, 2007, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

Sayfa/Page | 150

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

Summary

The notion of "rationality" is one of the basic assumptions of neoclassical economics. Economic rationality assumes that individuals base decisions within the most optimal state. However, especially after the recent financial crisis, it is agreed that this approach took a more constricted interpretation of human behaviors and cannot explain market anomalies accurately. Thus, modern economic theories started to focus on exploring human actions and decision-making processes that go beyond the basic assumptions of the neoclassical model.

Behavioral Finance was born with this intention in mind, as a discipline that includes psychology, sociology and neurology to describe the complex course of decision-making and market anomalies which cannot be explained by traditional finance. Studies in Behavioral Finance propose that a more advanced model of human drives is essential to describe behaviors such as those that initiate to stock market fluctuations, anomalies and why individuals every so often seem to work against their own self-interest. Rather than constructing norms about human behavior, behavioral finance relies severely on scientific experiments to define how individuals act in different circumstances.

In this work, some elementary assumptions and works of Behavioral Finance is examined in terms of investor decisions, limitations and influences.

Factors Influencing the Profitability of EU Banks' Before and During the Financial Crisis

Işık AKIN*

Abstract

This research aims at examining the effect of credit risk on financial performance of the EU banks. Return on Asset (ROA) and Return on Equity (ROE) which are dependent variables were used as financial performance indicators. Capital Adequacy Ratio (CAR), Non-Performing Loan (NPL), Loan Loss Provision (LLP) and Loan to Debt (LTD) which are independent variables were used as credit risk indicators. This study concludes that Return on Asset and Return on Equity both has been found to have significant effect on profitability. Capital Adequacy Ratio positively impacted banks' financial performance with the exception of Non-Performing Loan and Loan Loss Provision which were found to have a negative impact on the banks' profitability. Also, Loan to Debt generally was not significant to explain EU banks' profitability. Shortly, EU banks profitability has been affected positively with better credit risk of these banks. Additionally, credit risk committees should take Inflation and Gross Domestic Product level into account. While Gross Domestic Product level had a negative impact on EU banks' profitability, Inflation had a positive effect on the EU banks' profitability.

Keywords: Credit Risk, Performance, Panel Data Regression, EU Banks, Before and During the Crisis.

Avrupa Bankalarının Kriz Öncesi ve Kriz Sonrası Kârlılığını Etkileyen Faktörler

Öz

Bu çalışmanın amacı, Avrupa bankalarının kredi risklerinin finansal performans üzerindeki etkilerini araştırmaktır. Aktif getiri oranı (ROA) ve özkaynak getiri oranı (ROE) bağımlı değişkenler olup finansal performans göstergeleri olarak kullanılmıştır.

DOI: <http://dx.doi.org/10.17336/igusb.64827>

*Lecturer, Istanbul Gelisim University, E-mail: iakin@gelisim.edu.tr

Sermaye yeterlilik oranı (CAR), batık krediler (NPL), kredi kayıp karşılığı (LLP) ve borçların krediye oranı (LTD) ise bağımsız değişkenler olarak alınmış olup kredi risklerinin ölçümünde kullanılmıştır. Bu çalışmada, banka kârlılık göstergeleri olan ROA ve ROE her ikisinin de kredi riski ile önemli ölçüde ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır. CAR banka performansını pozitif yönde etkilerken NPL ve LLP negatif yönde etkilemektedir. Ayrıca LTD ile banka kârlılığı arasında önemli bir ilişki bulunamamıştır. Kısaca, Avrupa'daki bankaların kârlılığının yüksek olması daha iyi bir kredi risk yönetiminden geçmektedir. Bunun yanında INF ve GDP ayrıca göz önünde bulundurulmalıdır. GDP negatif bir etkiye sahip iken INF pozitif bir etkiye sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Kredi Risk, Performansı, Panel Data Regresyonu, EU Bankaları, Kriz Öncesi ve Sonrası.

1. Introduction

The consequences of the global economic crisis require banks to improve better credit risk strategies. Particularly, the absence of effective credit risk is one of the determinants that generated the current financial crisis. Higher capital requisites and liquidity protections are targeted by supervisory bodies. Hence, there is global increase in the cost of banking business. It is highlighted by Njanike¹ (2009) that primary cause of the banking crisis is a poor quality credit risk system. This is identified by speculative loans, sophisticated insider loans and high concentration of credit in particular sectors among others.

Both scholars and professionals emphasize credit risk as one of the important subjects of the current financial studies. Actually, directly after the current global economic crisis this debate was more highlighted. Some of the scholars acknowledge that one of the essential reasons of harsh banking trouble is inactive credit risk control. Considering the supply of credit risk as the fundamental business of every bank, credit quality is the main indication of financial trustworthiness and healthiness of banks.

There is a debate on the relation between profitability and credit risk on the finance literature and this presents a subject of high significance to finance professionals and scholars. As credit financing is the main activity of every bank (key players in the money market) this topic preserves its importance. Furthermore, the argument can be supported by the six major kinds of risk of

¹ K. Njanike, "The Impact of Effective Credit Risk Management on Bank Survival", *Annals of the University of Petrosani, Economics*, vol. 9, issue 2, 2009, pp. 173–184.

the bank theory and these risks are connected with credit policies of banks. These are portfolio risk, credit risk, credit deficiency risk, interest risk, trade union risk and operating risk. However the most significant of these risks is the credit risk, therefore it is worthwhile to give it a particular attention in financial management research.

2. Literature Review

There have been arguments on the effect of credit risk and bank's financial performance. Some researchers (Liyugi; 2007², Naceur and Kandil³; 2006, Kithinji⁴; 2010, Kolapo⁵ *et al.*; 2012) amongst others have done extensive studies about the related issue. As a result of their studies mixed results have been found. While some of them found that both credit risk and bank's financial performance affects each other positively, some found that credit risk effects banks financial performance, negatively. Especially, there is significant relationship between credit risk and bank's performance (Kargi⁶, 2011). The Nigeria banks were selected between the period of 2004 and 2008. This study highlights that non-performing loan and loans and advances that are major variables, determine bank's asset quality.

Kolapo, Ayeni and Ojo (2012) found that the nature and individual firms' design do not determine the effect. Also, the impact of credit risk on banks' profitability level was rearticulated (Hosna, Manzura and Juanjuan⁷, 2009) and Boahene, Dasah and Agyei⁸, 2012). They found that the higher

² Yuqi Li, "Determinants of Banks' profitability and its implication on Risk management practices: Panel Evidence from the UK in the Period 1999-2006", University of Nottingham, 2007.

³ S. Ben-Naceur and M. Omran, "The Effects of Bank Regulations, Competition and Financial Reforms on MENA Banks' Profitability", *Economic Research Forum Working Paper No. 44*, 2008.

⁴ A. M. Kithinji, "Credit Risk Management and Profitability of Commercial Banks in Kenya", School of Business, University of Nairobi, 2010.

⁵ T. F. Kolapo, R. K. Ayeni and O. Oke, "Credit Risk Management and Banks Performance", *Australian Journal of Business and Management Research*, 2012.

⁶ H.S. Kargi, "Credit Risk and the Performance of Nigerian Banks", AhmaduBello University, Zaria, 2011.

⁷ A. Hosna, B. Manzura and S. Juanjuan, "Credit risk management and profitability in commercial banks in Sweden", School of Business Economics and Law, 2009.

⁸ S. H. Boahene, J. Dasah, and S. K. Agyei, "Credit risk and profitability of selected banks in Ghana", *Research Journal of finance and accounting*, 2012.

capital requirement supports the profitability of bank, positively. Muhammed⁹ *et al.* (2012) also highlighted that credit risk has a significant effect on banks' profitability.

The relationship between credit risk and bank's profitability in the UK was investigated by Liyugi (2007). The result of this research clearly showed that the profitability of the bank have been affected negatively by credit risk and liquidity. Another research has been done in 2012 by Onaolapo¹⁰ and this research was focused on the Nigerian commercial banking sector between 2004 and 2009 for the analysing the credit risk efficiency. The result is quite interesting as it found minimum causation between performance of the bank and deposit exposure. Also, the impact of credit risk was analysed by Kithinji (2010) and the result showed that commercial banks' profit enhancement is not impacted by non-performing loan and the amount of credit. The implication is that other variables separate from credit and non-performing loans influence on profitability of banks. Kithinji (2010) result contributes the logic to take other variables, which could effect on the performance of bank into account.

Another study by Felix and Claudine¹¹ (2008) examined the relationship between credit risk and bank's performance. It could be taken out their findings that ROA and ROE, which are both measuring profitability, were vice versa related to non-performing loan therefore cause a decrease in profitability. Ahmad and Ariff¹² (2007) investigated the key determinants of commercial banks' credit risk on emerging economy banking systems benchmarking developed economies. The result showed that regulation is significant for banking systems that offer services and multi-products. Also, in emerging economies, the quality of management is important in the cases of loan-dominant banks. An enhance loan loss provision is also considered to be an important determinant of potential credit risk. However, the research showed that credit risk in developed economy banks is less than that in emerging economy banks.

⁹ Muhammed Nawaz, Shahid Munir and Shahid Ali Siddiqui, Tahseen-Ul- Ahad, Faisal Afzal, Muhammad Asif, Muhammad Ateeq, "Credit risk and the performance of Nigerian banks", *Interdisciplinary Journal of contemporary research in business*, 2012.

¹⁰ A. R. Onaolapo, "Analysis of credit risk management efficiency in Nigerian commercial banking sector", *Far East Journal of Marketing and Management*, 2012.

¹¹ A. T. Felix, T. N. Claudine, "Bank Performance and Credit Risk Management", Masters Dissertation in Finance, University of Skovde, 2008.

¹² N. H. Ahmad and M. Ariff, "Multi-country Study of Bank Credit Risk Determinants", *International Journal of Banking and Finance*, 5 (1), 2007, pp. 135-152.

Even though several studies have been carried out in developing countries, especially to investigate the influence of bank's performance and capital requirement, minority of these studies explored the capital requirement and performance in other developing countries focused on capital adequacy taking credit risk in a united framework into account. At the same time, Guidara *et al.* (2010) investigated the banking regulation in Canada, and bank performance, risk and capital buffer under business cycles. This study educed that there is strong capitalization in Canadian banks. Therefore, Canadian banks were protected for global financial crisis. Another study investigating the influence of capital requirement on bank performance is conducted in Egypt (Naceur and Kandil; 2006). The findings of the study supported the findings of Guidara *et al.* (2010), which emphasize the significance of capital regulation to bank's performance. Also, another suggestion of Naceur and Kandil (2006) is that the state of the economy is a main determinant bank performance.

Additionally, Flamini¹³ et al. (2009) highlighted that credit risk, higher returns on assets are related with private ownership, activity diversification and larger bank size. The result also illustrates moderate persistence in profitability. However, Athanasoglou¹⁴ et al. (2005) investigated the influence of macroeconomic, industry and bank specific determinants of bank profitability. According to Athanasoglou et al. (2005), profitability persists to a balanced size. It demonstrates departures from completely competitive market structures which may not be that large. With exclusion of size, all banks specific determinants influence bank profitability significantly in the expected way.

On the other hand Demirguc and Huizinga¹⁵ (1998) investigated determinants of commercial bank interest margins and profitability. Lower

¹³ V. Flamini, C. McDonald,, L. Schumacher, "The Determinants of Commercial Bank Probability in Sub-Saharan Africa" [online], IMF Working Paper, 09, 15, (2009), Available from: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2009/wp0915.pdf> [Accessed: 01/01/2014].

¹⁴ P. P. Athanasoglou, S. N. Brissimis, M. D. Delis, "Bank Specific, Industry Specific and Macroeconomic Determinants of Bank Profitability", [online], No: 25, (2005), Available from: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1042443106000473> [Accessed: 01/01/2014].

¹⁵ A. Demirguc, H. Huizinga, "Determinants of Commercial Bank Interest Margins and Profitability: Some International Evidence", [online], 1998, Available from: <http://econ.worldbank.org/external/default/main?pagePK=64210502&theSitePK=4>

profits and margins are provided by a lower market concentration and a bigger bank asset to GDP ratio. In developing and developed countries the situation is different in terms of foreign banks. In developing countries one margins and profits are higher in foreign banks as opposed to domestic banks however in the developed countries domestic banks have higher margins and profits.

Generally, the research (Ravindra¹⁶ *et al.*; 2008) investigated the influence of capital adequacy on bank's performance found out that capital adequacy improves performance. Although, the demonstrations on contemporary effect of capital adequacy on banks performance may be combined, it is possible that capital adequacy can influence on banks profit by buffering the influence on loan losses.

3. Methodology

Previous credit risk researches have mostly conducted a quantitative research with the effective and practical use of statistical analysis (Matthews¹⁷, 2013). Two principal reasons for banks' credit risk are: to decrease loan losses (bad debts) which result from credit default and to enhance interest income (profitability) (Schuller¹⁸, 2008).

The determinants of banks profitability and its implications on risk practices in the United Kingdom were investigated by Liyugi (2007). This study highlights regression analysis on a time series data between 1999 and 2006 using six measures of determinants of bank's profitability. Liquidity, capital and credit were used as performance's internal determinants, while interest rate, GDP growth rate and inflation rate were used as external determinants of banks profitability. Combination of six variables is used to gain one overall composite index of bank profitability and bank's performance indicator was Return on Asset (ROA).

[69372&piPK=64210520&menuPK=64166093&entityID=000009265_3980429111510](https://doi.org/10.1501/69372&piPK=64210520&menuPK=64166093&entityID=000009265_3980429111510) [Accessed: 01/01/2014].

¹⁶ Y. Ravindra, R. K. Vyasi, S. Manmeet, "The impact of capital adequacy requirements on performance of scheduled commercial banks", *Asian-Pacific Business Review*, 2008.

¹⁷ K. Matthews, "Risk Management and Managerial Efficiency in Chinese Banks: A Network DEA Framework", *Omega*, Vol. 41, No. 2, 2013, pp. 207-215.

¹⁸ B. Schuller, "Bank Performance and Credit Risk Management", University of Skovde, 2008.

Another study by Al-Khouri¹⁹ (2011) evaluated the effect of bank's specific risk characteristics. The overall banking environment on the performance between 1998 and 2008 was analysed by using fixed effect regression.

The influence of credit risk on the profitability of Nigerian banks was assessed by Kargi (2011). The annual reports and sampled banks' accounts from 2004-2008 were used to collect financial ratios as criterion of credit risk and bank performance. Additionally, regression techniques, correlation and descriptive techniques were used to analyse the data.

The regression model is used to gather data from annual reports. Descriptive, correlation and regression methods employed to investigate whether credit risk affect banks performance in Nigeria from 2004 to 2008 by Muhammed et al (2012). This study was conducted by using same methods and period with the Kargi (2011). Both focused on Nigerian banks which are 6 banks. While ROA are used as performance indicator, non-performing loan to loan and advance and loan and advance to total deposit are used as credit risk indicators.

On the other hand, same methods which are descriptive, correlation and regression methods, employed for the impact of the credit risk in bank's financial performance in Nepal by Poudel²⁰ (2012), Kargi (2011) and Muhammed et al (2012). Poudel focused on the period from 2001 and 2011 because banking industry has undergone various change. 31 Nepal banks were chosen, it means this investigation has more observations and it seems more reliable than other two studies. Although Poudel's (2012) study has ROA as profitability indicator like others, independent variables which are cost per loan assets, capital adequacy ratio and default rate, are different than other's independent variables. Calculation of each year's profitability is included for the period of study, also by comparing the profitability ratio to default rate trend analysis was employed.

The effect of credit risk on the profitability of commercial banks in Kenya was examined by Kithinji (2010). Data from 2004 to 2008 were included on the amount of credit, profits and level of non-performing loans. To

¹⁹ R. Al-Khouri, "Assessing the Risk and Performance of the GCC Banking Sector", *International Journal of Finance and Economics*, Issue 65, 2011, pp. 72-8.

²⁰ R. P. S. Poudel, "The impact of credit risk management in financial performance of commercial banks in Nepal", *International Journal of Arts and Commerce*, 2012.

demonstrate connection between above cited during the period of study regression model was used.

Another regression model study by Hosna, Manzura and Juanjuan (2009) re-emphasized the effect of credit risk on profitability level of four Sweden banks. Compared to the Kithinji's (2010) study, while Hosna et al (2009) uses Return of Equity as a measure of bank's performance, Kithinji (2010) uses net profit to total asset (ROTA) as a measure of bank's performance. Also, Hosna et al. (2009) uses a ratio of non-performing loans to total asset as proxy for credit risk. Due to the time period Hosna et al (2009) has a more observations and therefore more reliability.

Also, CAMEL (capital adequacy, asset quality, management efficiency and liquidity) indicators are used as independent variables; return on equity is used as a proxy for banks performance by Jackson²¹ and Fredrick²² (2011, 2010). The multiple regression model was chosen by both of them. 42 commercial banks were chosen from Kenya for period of 5 years by Fredrick (2012). The other study demonstrates that regression analysis is used for the investigation of the credit risk efficiency in Nigerian commercial banking sector from 2004 through 2009 by Onaolapo (2012). Compared to the Fredrick's (2012) study, Onaolapo's (2012) research is analysing the data for one more year and also Onaolapo (2012) has two dependent variables which are operating efficiency and deposit exposure.

In addition, regression analysis is used by Boahene et al. (2012) in order to decide whether there is a significant relationship between credit risk and profitability of Ghanaian banks.

The unbalanced panel data regression is used to roughly calculate Ben-Naceur and Omran (2008). 173 banks from Middle East and North Africa over the period 1989 and 2005 were selected and net interest margin, operating efficiency and ROA were used as bank performance indicators. Also, cross-section and time series data were combined for the three reasons. First, it is necessary to use methodology because time series dimension of variables of interest ensure prosperous information disregarded in cross-sectional studies. Second, the sample size increases with the use of panel data. Third, the issues

²¹ O. Jackson, "The impact of credit risk management on financial performance of commercial banks in Kenya", University of Nairobi, 2011.

²² O. Fredrick, "The impact of credit risk management on financial performance of commercial banks in Kenya", *DBA African Management Review*, 2010.

that are underestimated by cross-section regression are used by panel data estimation.

On the other hand, another study by Epure and Lafuente²³ (2012) employed an unbalanced panel that surrounds all state, mutual, private and corporative banks that take part in the market. Hence, the overall analysed sample consists of 663 firm-year observations for the period of 1998 and 2012. Thus, Epure and Lafuente (2012) has more realistic results than Ben-Naceur and Omran (2008), because Epure and Lafuente's (2012) research includes the period of financial crisis.

Furthermore, 389 banks in 41 Sub-Saharan Africa countries over the period 1998-2006 were examined by Flamini (2009). Also, panel data analysis was used for the examination of this study. Flamini (2009) used profitability as depended variable, size, capital, credit risk, cost management, activity mix market power and ownership as bank specific determinant, and wealth, cyclical output, inflation, fuel price, nonfuel commodity price and regulatory environment as macroeconomic determinants.

Additionally in Athanasoglou et al. (2005) an empirical framework is used to investigate bank profitability and this framework combines the traditional Structure-Conduct-Performance (SCP) hypothesis. To account for profit persistence, they apply a GMM technique to a panel of Greek banks that covers the period 1985-2001.

However, Demirguc and Huizinga (1998) examined the commercial bank interest margin and profitability with some international evidence, using bank level data for 80 countries in the 1988-1995 periods. Regression analysis was used for the examination of the study.

Furthermore, Ahmad and Ariff (2007) used cross-sectional data of individual bank balance sheet and income statements. The first focus of this study is Australia, France, Japan and the US which are developed economies. Their second focus is India, Korea, Malaysia, Mexico and Thailand which are emerging economies. Apart from being in different economic settings, the reason of choosing these countries is their operations under different market structures and banking systems. Merely, data from commercial banks were included to acquire a homogenous group of financial institutions. Non-

²³ M. Epure and I. Lafuente, "Monitoring Bank Performance in the Presence of Risk", *Barcelona GSE Working Paper Series*, No.61, 2012.

performing loan to total gross loan is used as dependent variable and nine independent variables are used differently from other researches.

Another investigation of credit risk efficiency of 34 Taiwanese commercial banks over the period 2005-2008 has done by Chen and Pan²⁴ (2012). With the purpose of credit risk evaluation, Chen and Pan (2012) used financial ratio and Data Envelopment Analysis (DEA). Credit risk technical efficiency (CR-TE), credit risk allocative efficiency (CR-AE), and credit risk cost efficiency (CR-CE) were the credit risk parameters of the study.

3.1 Panel Data

In financial modelling, data comprises mostly both time series and cross-sectional elements, and such a dataset would be known as a panel data or longitudinal data. Information across both time and space will be embodied by a panel data analysis. Significantly, same individuals or objects (hereafter will be called 'entities') are kept by a panel and measurement of some quantity about them is provided over time.

Econometrically, the setup we may have is as described in the following equation:

$$Y_{it} = \alpha + \beta X_{it} + U_{it} \quad (1)$$

Where Y_{it} is the dependent variable, α is the intercept term, β is a $k \times 1$ vector of parameters to be estimated on the explanatory variables, and X_{it} is a $1 \times k$ vector of observations on the explanatory variables, $t = 1, 2, 3, \dots, T$; $i = 1, 2, 3, \dots, N$.

Mainly, there are two classes of panel estimator approaches that can be used in financial research: Fixed Effects models and Random Effects models. The simplest types of fixed effects models allow the intercept in the regression model to differ cross-sectional but not over time, while all of the slope estimates are fixed both cross-sectional and over time.

3.1.1 Fixed Effects Model

The equation (1) above can be taken, and decomposed the disturbance term, U_{it} , into an individual specific effect, μ_i and the 'remainder disturbance',

²⁴ K. Chen and C. Pan, "An Empirical Study of Credit Risk Efficiency of Banking Industry in Taiwan", *Web Journal of Chinese Management Review*, 15 (1), 2012, pp. 1-16.

U_{it} , that varies over time and entities (capturing everything that is left unexplained about Y_{it}).

$$U_{it} = \mu_i + U_{it} \quad (2)$$

Therefore equation (1) could be rewritten by substituting in for U_{it} from (2) to obtain:

$$Y_{it} = \alpha + \beta X_{it} + \mu_i + U_{it} \quad (3)$$

μ_i as encapsulating all of the variables that affect Y_{it} cross-sectional but do not vary over time can be thought of. Dummy variables can calculate this model and it would be described by the least squares dummy variable (LSDV) approach:

$$Y_{it} = \beta X_{it} + \mu_1 D1_i + \mu_2 D2_i + \mu_3 D3_i + \dots + \mu_N D N_i + U_{it} \quad (4)$$

Where $D1_i, D2_i, D3_i \dots D N_i$ are dummy variables that take the value 1 for all observations on the 1, 2, 3 N entity and zero otherwise.

3.1.2 Time-fixed Effects Models

Instead of an entity fixed effects model there is possibility of having a time-fixed effects model. Such a model could be used where we thought that the average value of Y_{it} changes over time but not cross-sectional. Hence, with time fixed effects, the intercepts would be admitted to change in time but would be presumed to be identical across entities at each given point in time. A time-fixed effects model could be written as

$$Y_{it} = \alpha + \beta X_{it} + \lambda_t + U_{it} \quad (5)$$

Where λ_t is a time-varying intercept that captures all of the variables that affect Y_{it} and that vary over time but are constant cross-sectionally. Time variation in the intercept terms can be permitted for in completely the identical way as with entity-fixed effects. That is, a least squares dummy variable model could be calculated:

$$Y_{it} = \beta X_{it} + \lambda_1 D1_t + \lambda_2 D2_t + \lambda_3 D3_t + \dots + \lambda_T D T_t + U_{it} \quad (6)$$

$D1_t$, denotes a dummy variable that takes the value 1 for the first time period and zero elsewhere, and so on. The only variation is that now, the dummy variables catch time variation instead of cross-sectional variation.

Lastly, it is possible to allow for both entity-fixed effects and time-fixed effects within the same model. Such as model would be termed a two-way

error component model, which would combine equation (3) and (5), and the LSDV equivalent model would contain both cross-sectional and time dummies

$$Y_{it} = \beta X_{it} + \mu_1 D1_i + \mu_2 D2_i + \mu_3 D3_i + \dots + \mu_N D N_i + \lambda_1 D1_t + \lambda_2 D2_t + \lambda_3 D3_t + \dots + \lambda_T D T_t + U_{it} \quad (7)$$

Sayfa/Page | 162

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

3.1.3 The Random Effects Model

The error components model is another name of the random effects model. As with fixed effects, the random effects approach proposes different intercept terms for each entity and again these intercepts are constant over time, with the relationship between the explanatory and explained variables assumed to be the same both cross-sectionally and temporally.

On the other hand, the random effects model examines differently because the intercepts for each cross-sectional unit are presumed to occur from a ordinary intercept α (which is the identical for all cross-sectional units and in time), plus a random variable ϵ_i that varies cross-sectionally but is constant over time. ϵ_i measures the random deviation of each entity's intercept term from the 'global' intercept term α . We can write the random effects panel model as

$$Y_{it} = \alpha + \beta X_{it} + \omega_{it}, \quad \omega_{it} = \epsilon_i + U_{it} \quad (8)$$

Where X_{it} is still a $1 \times k$ vector of explanatory variables, but unlike the fixed effect model, there are no dummy variables to capture to the heterogeneity (variation) in the cross-sectional dimension. Instead, this occurs via the ϵ_i terms. Note that this framework necessitates the presumptions that the new cross-sectional error term, ϵ_i , has zero mean, is independent of the individual observation error term (U_{it}) and has constant variance σ_{ϵ}^2 and is independent of the explanatory variables (X_{it}).

3.1.4 Actual Model

The panel data is used to take the form of:

$$P_{it} (\text{ROA, ROE}) = F (Y_{it}, Z_{it}) + e_{it}$$

Where P_{it} represents performance of bank i at time t . Y_{it} is the vector of variable characteristic of bank I at time t . Z_{it} represents features of the banks. e_{it} is the error term.

The empirical framework for the investigation of the connection between credit risk practice and banks' profitability is given as follows:

$$P_{it} = \alpha + \beta_1 CAR_{it} + \beta_2 NPL_{it} + \beta_3 LLP_{it} + \beta_4 LA_{it} + \beta_5 CONT_{i,t} + e_{it}$$

Where;

P_{it} is the probability of the bank i at time t . Two proxies, namely ROA and ROE, are used for bank probability.

CAR_{it} is the measure of Capital Adequacy Ratio for banks i at time t .

NPL_{it} is the measure of Non-Performing Loans ratio for banks i at time t .

LLP_{it} is the measure of Loan Loss Provision ratio for banks i at time t .

LTD_{it} is the measure of Loan to Debt ratio for banks i at time t .

$CONT_{it}$ is a set of control variables for bank i at time t which are bank size (SIZE), annual GDP level (GDP level) and inflation (INF).

α is a constant

β is a vector of parameters to be estimated.

e_{it} is the error term.

3.1.5 Definitions of Variables

ROA: The ratio of net income to total assets.

ROE: The ratio of net income to shareholders' equity.

CAR: (Tier one capital + Tier two capital) / risk weighted assets.

NPL: A sum of borrowed money upon which the debtor has not made his or her scheduled payments for at least 90 days. A nonperforming loan is either in default or close to being in default. NPL is taken from Bloomberg.

LLP: An expense set aside as an allowance for bad loans (customer defaults, or terms of a loan have to be renegotiated, etc). LLP is taken from Bloomberg.

LTD: Total Loan / Total Debt

Size: Natural Logarithm of Total Assets

GDP Level: The growth ratio of GDP

INF: Inflation rates are taken from Bloomberg

3.1.6 Hypothesis

H₀: The factors have a significant and positive impact on banks' profitability.

H₁: There is a significant and negative effect between banks' profitability and factors.

3.2 Data Source

The panel data (comprising cross-sectional and time series data) for the study were obtained from the Bankscope. Bankscope is a detailed database incorporating information of financial statements, ownerships forms and ratings for over 30,000 banks around the world. The biggest advantage of using Bankscope is its trustworthy customer service and consultancy. Additionally, financial statements provided by Bankscope have been used widely by academic researchers. Hence, it can be argued that Bankscope provides strong validation.

Notes from the annual reports, balance sheets and income statements are used to derive financial information. The different EU banks reflect the cross-sectional elements and time series element is reflected in the period of the study. The primary advantage of using panel data is its allowance of overcoming the unobservable, constant, and heterogeneous characteristic of each bank included in the study are declared by Saona²⁵ (2011). Data on SIZE, GDP level, and INF were compiled from the Bloomberg.

3.4 Sample Selection

The sample of EU banks is selected using the Bankscope database. These banks classified according to their total assets and random sampling method. The benefit of this method is selecting the sample randomly from the sampling frame. This makes Bankscope data more suitable. By using random sampling process the selection bias is prevented. Thus it can be argued that selected sample represents the whole banks. However, more constantly dispersed selection is provided by simple random sampling through the whole banks for samples of nearly hundred cases.

²⁵ P. H. Saona, "Determinants of the Profitability of the US Banking Industry", *International Journal of Business and Social Science*, 2 (22), 2011, pp. 255-269.

There are two criteria for the selection of the 80 EU banks from Bankscope database. Following two conditions should be met to be selected into the sample. Firstly, the banks should be classified as private and public active banks in the EU. At the same time these banks should allow wider data availability. Secondly, annual reports for the active banks should be available.

The banks were divided into two groups. First Group of banks' total assets were between \$2,500,000 million and \$100,000 million. Second Group of banks' total assets were between \$100,000 million and \$1,000 million. All accounting data of banks are available during the last 10 years. Different EU countries were focused which are France, Germany, UK, Italy, Spain, Sweden, Denmark, Belgium, Norway, Greece, Portugal, Netherlands, Austria, Luxemburg, Ireland, Poland, Finland and Switzerland. 40 banks were selected for each group; therefore the total numbers of 80 banks are obtained. In order to have a wealth of information for the period of 2003-2007 which is pre-crisis and the period of 2008-2013 which is during the crisis were selected.

With the application of first criteria which is active EU banks, 5,685 banks are listed. Application of second criteria which is account availability the number has decreased to 4,633 banks. Hence, 80 banks were selected within these 4,633 banks using Bankscope database.

Shortly, these banks were selected according to the data accessibility. First, 4,633 banks listed from Bankscope than each bank's data checked over 11 years period from Bloomberg, annual report and Bankscope. Especially, different EU countries were considered.

Table 7: Summary of the Sample Selection

Assets (\$, million)	No. of Banks	Period
2,500,000-100,000	40	2003-2007 (pre-crisis)
		2008-2013 (during the crisis)
100,000-1,000	40	2003-2007 (pre-crisis)
		2008-2013 (during the crisis)
Total no. of Banks	80	

4. Findings

4.1 Descriptive Statistics

Summary statistics are provided for EU banks. Table 1 gives information of various observations, means, standard deviations, minimum levels and maximum levels. The table 1 shows 852 and 849 observations out of the 880 observations of a ROA and ROE respectively. It means that out of 880 observations, 97% and 96% of observations reported an ROA and ROE respectively.

ROA and ROE were represented for 80 EU banks for the period between 2003 and 2013. ROA has mean of 0.41 with a standard deviation of 1.309. The low standard deviation of ROA demonstrates that the data points tend to be very close to the mean. While the lower ROA belonged to Banco de Valencia SA from Spain in 2012, the higher ROA belonged to Alpha Bank AE from Greece in 2013.

ROE has a high standard deviation which means the data points are spread out over a large range value. Piraeus Bank SA from Greece had a minimum ROE because of the loss net income according to the other EU banks in 2012. One year later the profitability of this bank increased and had the higher ROE compared to the other EU banks in 2013.

As the table 8 illustrates, compared to other variables of LTD, ROE and LLP presented larger standard deviation with 468.7913, 55.74827 and 45.72144 respectively. Also, 7.32 is the smallest bank size that belongs to FIH Erhvervsbank from Denmark in 2003 A/S, while 16.93 is the biggest banks size which belongs to HSBC Holding Plc from UK in 2008. Average bank size is 11.87.

There is a huge difference in the GDP level of the countries which are between \$29.14 billion and \$246,249 billion. The table 8 illustrates that the average GDP level is \$2112.9 billion. Also, inflation is considered both positive and negative.

Table 8: Descriptive statistics

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min.	Max.
ROA	852	0.4140904	1.309366	-16.31	4.43
ROE	849	3.909271	55.74827	-1250.47	85.82
CAR	829	12.9244	3.366916	-5	45.5
NPL	677	5.55195	6.662237	0.01	45.86
LLP	884	19.98164	45.72144	-67.8	625.1
LTD	846	185.9699	468.7913	3.5	8726.23
SIZE	868	11.86639	1.681226	7.32	16.93
GDP Levels	198	2112.834	17463.25	29.14	246249
INF	198	1.956566	1.223362	-4.46	4.92

(Source: Stata, 2014)

4.2 Correlation Matrix

The table 9 demonstrates the correlation coefficients between the financial performance and the variables. The aim of this correlation analysis is to illustrate the variables strength and the degree of the relationship between each variable.

Table 9 Correlation Matrix

	roa	roe	car	np1	llp	ltd	size
roa	1.0000						
roe	0.6547	1.0000					
car	0.1079	0.1415	1.0000				
np1	-0.4425	-0.2308	0.0208	1.0000			
llp	-0.6905	-0.4095	-0.0059	0.5615	1.0000		
ltd	-0.0250	-0.0725	0.0422	-0.0267	0.0591	1.0000	
size	0.0498	0.0739	0.2158	-0.1294	-0.1414	-0.0462	1.0000
gdp1evel	-0.0035	0.0061	0.0783	0.0152	-0.0042	-0.0182	0.0971
inf	-0.0177	-0.0680	-0.1048	-0.0992	0.0052	0.0092	-0.1400
	gdp1evel	inf					
gdp1evel	1.0000						
inf	0.2020	1.0000					

According to the table 9, there is a high correlation between ROA and LLP at 69%, ROA and ROE 65%, and NPL and LLP at 56%. Although, there is a moderate correlation between ROA and NPL 44%, and ROE and LLP at 40%, there is low correlation among the other variables.

ROA has positive correlation with the CAR and SIZE while ROE has positive correlation with CAR, SIZE and GDP level. NPL, LLP and LTD have

negatively correlated to both the two dependent variables ROA and ROE. Also, GDP level is only negatively correlated to ROA.

4.3 Analysis of the EU Banks the period of 2003-2013

The analysis of the EU banks was done according to pooled regression model and fixed effect model including the period from 2003 to 2013. Additionally, ROA and ROE have been analysed separately for the each methods.

4.3.1 The Relationship between ROA and Independent Variables

Description of the relationship between ROA and factors is provided in the following section for the period of 2003 and 2013.

Table 10: Pooled regression model - ROA

Source	SS	df	MS			
Model	679.646377	7	97.0923396		Number of obs =	659
Residual	674.207143	651	1.03564845		F(7, 651) =	93.75
					Prob > F =	0.0000
					R-squared =	0.5020
					Adj R-squared =	0.4967
					Root MSE =	1.0177
Total	1353.85352	658	2.05752815			

roa	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
car	.050858	.0120054	4.24	0.000	.0272841 .0744318
np1	-.0210228	.0072697	-2.89	0.004	-.0352977 -.006748
llp	-.0191719	.0010025	-19.12	0.000	-.0211404 -.0172034
ltd	6.40e-06	.000095	0.07	0.946	-.0001801 .0001928
size	-.0720274	.0254009	-2.84	0.005	-.121905 -.0221499
gdplevel	-8.66e-08	1.63e-06	-0.05	0.958	-3.29e-06 3.12e-06
inf	-.026135	.0341353	-0.77	0.444	-.0931635 .0408936
_cons	1.140919	.3476361	3.28	0.001	.4582953 1.823542

The results shows that the p-value of the model is lower than 5% so this result is statistically significant, $F(7,651) = 93.75$, $p < 0.05$. The regression model is a good fit of the data. The R-square value indicates that 50% of the variance in ROA can be predicted from all variables. In terms of p-value CAR, NPL, LLP and SIZE are statistically significant but LTD, INF and GDP level do not show a significant relationship with the ROA. According to t-value, LLP is the most important variable. The results of ROA on the regression illustrates that CAR is positively related to performance but NPL, LLP and size are negatively related. The parameter value shows that 1 percent increase in CAR increases ROA by 0.050858 percent. Additionally, NPL, LLP and SIZE increase 1 percent ROA decreases by 0.0210228 percent, 0.0191719 percent and 0.0720274 percent respectively. Therefore, the better bank profitability is related to lower NPL, LLP and SIZE, and higher CAR over the period of 2003 and 2013.

Table 11: Pooled regression model with country dummies - ROA

```
. xi: regress roa car npl llp ltd size i.country
i.country      _Icountry_1-18      (_Icountry_1 for coun=y==Austria omitted)
```

Source	SS	df	MS			
Model	769.777531	22	34.9898878	Number of obs =	659	
Residual	584.075989	636	.918358473	F(22, 636) =	38.10	
Total	1353.85352	658	2.05752815	Prob > F =	0.0000	
				R-squared =	0.5686	
				Adj R-squared =	0.5537	
				Root MSE =	.95831	

roa	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
car	.0464664	.0126563	3.67	0.000	.0216133	.0713195
npl	-.0223549	.0080904	-2.76	0.006	-.038242	-.0064678
llp	-.0192979	.0009972	-19.35	0.000	-.021256	-.0173397
ltd	.0000652	.0000913	0.71	0.475	-.0001141	.0002445
size	-.0149854	.0305096	-0.49	0.623	-.0748971	.0449262
_Icountry_2	-1.785703	.3862596	-4.62	0.000	-2.544202	-1.027205
_Icountry_3	-.6802839	.3205776	-2.12	0.034	-1.309803	-.0507653
_Icountry_4	-.6918336	.4107285	-1.68	0.093	-1.498382	.1147144
_Icountry_5	-.8182054	.263415	-3.11	0.002	-1.335474	-.3009371
_Icountry_6	-1.126898	.3028258	-3.72	0.000	-1.721557	-.532239
_Icountry_7	-.952547	.270559	-3.52	0.000	-1.483844	-.42125
_Icountry_8	.1952044	.3216208	0.61	0.544	-.4363626	.8267714
_Icountry_9	-.6246435	.2458217	-2.54	0.011	-1.107364	-.1419233
_Icountry_10	-.5575459	.3812635	-1.46	0.144	-1.306233	.1911417
_Icountry_11	-.6216576	.2908336	-2.14	0.033	-1.192768	-.0505474
_Icountry_12	-.3495188	.2762933	-1.27	0.206	-.8920762	.1930386
_Icountry_13	-.3782708	.2754453	1.37	0.170	-.1626214	.919163
_Icountry_14	-.6038177	.2707603	-2.23	0.026	-1.13551	-.0721254
_Icountry_15	-.4026465	.2692242	-1.50	0.135	-.9313222	.1260293
_Icountry_16	-.7942522	.2867334	-2.77	0.006	-1.357311	-.2311934
_Icountry_17	-1.284547	.3837371	-3.35	0.001	-2.038092	-.5310019
_Icountry_18	-.5330295	.2588333	-2.06	0.040	-1.041301	-.0247583
_cons	1.032091	.4472872	2.31	0.021	.1537522	1.910429

According to the table 11, less than 5% probability value means, this result is statistically significant. CAR, NPL and LLP are significant to explain ROA because the p-values of these variables are less than 5%. R-squared of 56.86% which means the model explained 56.86% variance in dependent variable ROA. In addition, the results illustrate that CAR has positive impact on bank profitability, which means the higher CAR of a bank is the higher the profitability gets. On the other hand, NPL and LLP have negative impact on the profitability.

4.3.2 The Relationship between ROE and Independent Variables

Table 12 shows the relationship between factors and ROE for the period of 2003 and 2013.

Table 12: Pooled Regression Model – ROE

Source	SS	df	MS			
Model	502814.032	7	71830.576	Number of obs =	656	
Residual	2095913.22	648	3234.43399	F(7, 648) =	22.21	
Total	2598727.26	655	3967.52253	Prob > F =	0.0000	
				R-squared =	0.1935	
				Adj R-squared =	0.1848	
				Root MSE =	56.872	

roe	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
car	2.603533	.6722036	3.87	0.000	1.283572	3.923493
npl	-.2097536	.4135109	-0.51	0.612	-1.021737	.6022296
llp	-.5168682	.0561017	-9.21	0.000	-.6270314	-.406705
ltd	-.0083978	.0053066	-1.58	0.114	-.0188179	.0020223
size	-1.023891	1.419775	-0.72	0.471	-3.811807	1.764025
gdplevel	.0000175	.0000912	0.19	0.848	-.0001616	.0001965
inf	-2.989238	1.907905	-1.57	0.118	-6.73566	.7571851
_cons	.3925408	19.43124	0.02	0.984	-37.76325	38.54833

Sayfa/Page | 170

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

According to result presented in table 12 above, the independent variables are statistically significant in predicting the dependent variable, because of $F(7,648) = 22.21$, $p < 0.05$ so this model is suitable. The R-squared is 0.1935, meaning that approximately 20% of the variability of ROA is accounted for by the variables in the model. So that, the adjusted R-squared shows that about 19% of the variability of ROA is accounted for by the model, even after taking the number of predictor variables into consideration in the model. As regard to t-value, LLP is the most important variable. The table 12 clearly indicates that CAR and LLP coefficients are statistically significantly different from 0 because p-value is less than 5%. On the other hand, NPL, LTD, SIZE, GDP level and INF coefficients are not statistically significant. 1 percent increases in CAR increase ROA by 2.603533 percent although 1 percent decrease in LLP increase ROA by 0.5168682 percent. As a result, while LLP effects to ROE in a negative way, CAR impacts to ROE in a positive way.

Table 13: Pooled regression model with country dummies – ROE

```
. xi: regress roe car npl llp ltd size i.country
i.country      _Icountry_1-18      (_Icountry_1 for coun-y==Austria omitted)
```

Source	SS	df	MS			
Model	694356.554	22	31561.6615	Number of obs =	656	
Residual	1904370.7	633	3008.48452	F(22, 633) =	10.49	
				Prob > F =	0.0000	
				R-squared =	0.2672	
				Adj R-squared =	0.2417	
				Root MSE =	54.85	
Total	2598727.26	655	3967.52253			

roe	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
car	2.921458	.7258516	4.02	0.000	1.49609	4.346827
npl	-.1033763	.469849	-0.22	0.826	-1.026027	.819275
llp	-.5521519	.057204	-9.65	0.000	-.6644844	-.4398193
ltd	-.0048631	.005226	-0.93	0.352	-.0151255	.0053993
size	-.3058754	1.746447	-0.18	0.861	-3.735406	3.123655
_Icountry_2	-127.3074	22.11114	-5.76	0.000	-170.7274	-83.88733
_Icountry_3	-8.417437	18.35074	-0.46	0.647	-44.45313	27.61825
_Icountry_4	-9.1709	23.51332	-0.39	0.697	-55.34445	37.00265
_Icountry_5	-7.798429	15.07721	-0.52	0.605	-37.40584	21.80898
_Icountry_6	-17.66506	17.33343	-1.02	0.309	-51.70304	16.37291
_Icountry_7	-31.65834	15.56559	-2.03	0.042	-62.22478	-1.091887
_Icountry_8	22.24046	18.41243	1.21	0.228	-13.91638	58.3973
_Icountry_9	-5.921194	14.07137	-0.42	0.674	-33.55341	21.71103
_Icountry_10	-6.245497	21.82294	-0.29	0.775	-49.09962	36.60862
_Icountry_11	-10.13798	16.64664	-0.61	0.543	-42.82729	22.55134
_Icountry_12	-1.780587	15.82051	-0.11	0.910	-32.84762	29.28645
_Icountry_13	-7.98015	15.76546	-0.51	0.613	-38.93907	22.97877
_Icountry_14	-2.991081	15.49934	-0.19	0.847	-33.42742	27.44525
_Icountry_15	4.11084	15.41069	0.27	0.790	-26.15143	34.37311
_Icountry_16	-10.37036	16.41676	-0.63	0.528	-42.60826	21.86754
_Icountry_17	-28.02864	21.97006	-1.28	0.203	-71.17165	15.11437
_Icountry_18	-9.10893	14.81753	-0.61	0.539	-38.2064	19.98854
_cons	-9.546201	25.60614	-0.37	0.709	-59.82945	40.73705

According to the table 13, the p-value of the result is less than 5% and this result is nicely fitted. CAR and LLP are significant to explain ROE. R-squared of 26.72% means that, this consequence is not very convincing, as there is 74% unexplained variance. While the higher CAR means the higher profitability, the higher LLP means the lower profitability.

4.4 Analysis of Large Sized Banks During the Financial Crisis

In this section, the EU banks of group 1 have been analysed from 2008 to 2013 (during the crisis).

4.4.1 The Relationship between ROA and Independent Variables

The table 6 shows the result of random model of the ROA.

Table 14: Random model - ROA

roa	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
car	.1440172	.0273496	5.27	0.000	.0904129	.1976215
npl	-.0209828	.0155081	-1.35	0.176	-.051378	.0094125
llp	-.0126555	.0022906	-5.53	0.000	-.017145	-.0081661
ltd	-.0021443	.0006065	-3.54	0.000	-.003333	-.0009557
size	-.0836132	.0627736	-1.33	0.183	-.2066471	.0394208
gdplevels	1.01e-06	2.08e-06	0.49	0.626	-3.06e-06	5.09e-06
inf	-.1187468	.0634287	-1.87	0.061	-.2430647	.0055711
_cons	.1225554	.8145161	0.15	0.880	-1.473867	1.718978
sigma_u	0					
sigma_e	1.2500697					
rho	0	(fraction of variance due to u_i)				

According to the Hausman test, the random model is fitted to explain ROA because probability is less than 5%. As observed in table 6, the overall model is significant due to the $p < 5\%$. In terms of the p-value NPL, SIZE, GDP level and INF are not significant because the p-value of these variables are higher than 5%. CAR is related to ROA as a positive but LLP and LTD effect to ROA as a negative. There is a decrease of 0.0126555 percent and 0.0021443 percent in the ROA for every 1 % increase in LLP and LTD respectively. On the other hand, when there is an increase of 1% in CAR then there is increase in ROA by 0.1440172 percent.

4.4.2 Relationship between ROE and Independent Variables

In this section, pooled regression model has been applied to ROE.

Table 15: Pooled Regression Model - ROE

Source	SS	df	MS			
Model	958183.039	7	136883.291	Number of obs =	227	
Residual	1358140.83	219	6201.55629	F(7, 219) =	22.07	
				Prob > F =	0.0000	
				R-squared =	0.4137	
				Adj R-squared =	0.3949	
				Root MSE =	78.75	
Total	2316323.87	226	10249.2207			

roe	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
car	10.27324	1.740373	5.90	0.000	6.843214	13.70326
npl	2.13474	1.022406	2.09	0.038	.1197243	4.149755
llp	-.9645298	.1464025	-6.59	0.000	-1.253068	-.6759917
ltd	-.3353315	.038454	-8.72	0.000	-.4111188	-.2595442
size	-5.40764	3.988179	-1.36	0.177	-13.26776	2.452485
gdplevels	-.0000571	.0001319	-0.43	0.665	-.000317	.0002027
inf	-4.704479	4.024693	-1.17	0.244	-12.63657	3.227607
_cons	-6.068564	51.70787	-0.12	0.907	-107.9773	95.84016

According to the table 15, the overall regression is statistically significant, $F = 22.07$, $p < 5\%$. CAR, NPL, LLP and LTD are significant to describe ROE because the probabilities of these variables are less than 5%. So, it can be clearly seen that CAR and NPL have a positive relationship with ROE, although LLP and LTD have a negative relationship. The results show that 1% increase in CAR resulted with 10.27324 percent increase in LLP and 2.13474 percent increase in ROE. On the other side 0.9645298 percent and 0.3353315 percent decrease in ROE means increase in LLP and LTD by 1% respectively.

4.5 Analysis of Large Sized Banks Before Financial Crisis

In this section, the EU banks of group 1 have been analysed from 2003 to 2008 (before the crisis).

4.5.1 Relationship between ROA and Independent Variables

The relationship between ROA and factors has been examined according to the pooled regression model.

Table 16: Pooled Regression Model - ROA

Source	SS	df	MS				
Model	4.75278978	7	.678969968	Number of obs = 124			
Residual	12.5621816	116	.108294669	F(7, 116) = 6.27			
				Prob > F = 0.0000			
				R-squared = 0.2745			
				Adj R-squared = 0.2307			
Total	17.3149714	123	.140772125	Root MSE = .32908			

roa	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
car	.0028427	.0211146	0.13	0.893	-.0389774	.0446629
npl	.0054132	.0188573	0.29	0.775	-.0319362	.0427625
llp	.0143883	.0071836	2.00	0.048	.0001602	.0286163
ltd	.0002575	.0007843	0.33	0.743	-.0012958	.0018108
size	-.0559728	.0279578	-2.00	0.048	-.1113467	-.0005989
gdplevels	-.0001007	.0000436	-2.31	0.023	-.0001871	-.0000143
inf	.0599335	.0436885	1.37	0.173	-.0265971	.1464641
_cons	1.381301	.4741036	2.91	0.004	.4422787	2.320322

Sayfa/Page | 174

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

In terms of table 16, the probability value of this model is less than 5% so this model is fitted to explain ROA. LLP, SIZE and GDP level are significant while other variables are not significant. Also, GDP level and SIZE affect ROA negatively, while LLP impacts ROA positively. According to the results, there is an increase of 0.0143883% in the ROA for every 1 % increase in LLP. Also, for every 1% increase in SIZE and GDP level decrease ROA by .0559728% and .0001007% respectively.

4.5.2 Relationship between ROE and Independent Variables

This section shows the result of the fixed effect model of ROE.

Table 17: Fixed effect model - ROE

Fixed-effects (within) regression				Number of obs = 124			
Group variable: banks				Number of groups = 34			
R-sq: within = 0.1786				obs per group: min = 1			
between = 0.0303				avg = 3.6			
overall = 0.0025				max = 5			
corr(u_i, Xb) = -0.7397				F(7, 83) = 2.58			
				Prob > F = 0.0187			

roe	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
car	-.5178356	.3518933	1.47	0.145	-.182066	1.217737
npl	-.8420279	.4873724	-1.73	0.088	-1.811392	.1273363
llp	-.4696487	.1735665	-2.71	0.008	-.8148655	-.124432
ltd	-.0517569	.0310671	-1.67	0.099	-.113548	.0100342
size	.8442287	1.137837	0.74	0.460	-1.418883	3.107341
gdplevels	.0019589	.0026416	0.74	0.460	-.0032952	.007213
inf	.102863	.7181656	0.14	0.886	-1.325539	1.531265
_cons	9.93763	13.50057	0.74	0.464	-16.91446	36.78972

sigma_u	6.6126307						
sigma_e	3.3961397						
rho	-.79128431	(fraction of variance due to u_i)					

F test that all u_i=0:	F(33, 83) =	5.25	Prob > F = 0.0000
------------------------	-------------	------	-------------------

According to the Hausman test, the fixed effect model is suitable to explain ROE because the probability value is less than 5%. Table 17 shows that the p-value of the model is lower than 5% to show a statistically significant. Only the LLP is significant to describe ROE, because it has 0.008 p-value which is less than 0.05. 1% increase in LLP that means 0.4696487% decrease in ROE.

4.6 Analysis of Small Sized Banks During the Financial Crisis

This section is the analysis of the EU banks of group 2. The period of analysis includes during the crisis period from 2008 to 2013.

4.6.1 Relationship between ROA and Independent Variables

In this section, pooled regression model has been used.

Table 18: Pooled regression model - ROA

Source	SS	df	MS			
Model	487.460486	7	69.6372123	Number of obs =	207	
Residual	162.008132	199	.814111215	F(7, 199) =	85.54	
Total	649.468618	206	3.15276028	Prob > F =	0.0000	
				R-squared =	0.7506	
				Adj R-squared =	0.7418	
				Root MSE =	.90228	

roa	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
car	.0125158	.020691	0.60	0.546	-.0282859	.0533175
npl	-.0378738	.0098933	-3.83	0.000	-.057383	-.0183647
llp	-.0211443	.0011064	-19.11	0.000	-.0233262	-.0189624
ltd	.0001439	.0000933	1.54	0.124	-.00004	.0003279
size	.0193751	.0487171	0.40	0.691	-.0766929	.115443
gdplevels	-.0002224	.0000686	-3.24	0.001	-.0003577	-.0000871
inf	.1041559	.0480777	2.17	0.031	.0093487	.1989631
_cons	.738058	.5851482	1.26	0.209	-.4158288	1.891945

The table 18 shows that this model is suitable for the data analysis because $F = 85.54$, probability is less than 5%. The model explains 75.06% of the variance in ROA. According to the table 22, CAR, LTD and SIZE are not significant which have $p\text{-value} > 5\%$, but NPL, LLP, GDP level and INF are significant that are $p\text{-value} < 5\%$. NPL, LLP and GDP level effect ROA as a negative, which means every 1% increase in NPL, LLP and GDP level 0.0378738 percent, 0.0211443 percent and 0.0002224 percent decrease in ROA is predicted respectively. There are positive relationship between INF and ROA, it means that 1% increase in INF, increase ROA by 0.1041559 percent.

4.6.2 Relationship between ROE and Independent Variables

In this section the result of the random effect model of ROE has been examined.

Sayfa/Page | 176

Table 19: Random effect model - ROE

roe	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
car	.4389856	.3919298	1.12	0.263	-.3291827	1.207154
npl	-.8849988	.2170045	-4.08	0.000	-1.31032	-.4596778
llp	-.3458348	.0190744	-18.13	0.000	-.38322	-.3084497
ltd	.0021141	.0020397	1.04	0.300	-.0018836	.0061118
size	.7785438	1.49149	0.52	0.602	-2.144722	3.70181
gdplevels	-.0027794	.0021743	-1.28	0.201	-.0070409	.0014822
inf	-.1199715	.7809251	-0.15	0.878	-1.650557	1.410614
_cons	5.984608	17.4202	0.34	0.731	-28.15836	40.12757
sigma_u	11.586917					
sigma_e	12.89777					
rho	.44661535	(fraction of variance due to u_i)				

Random-effects GLS regression
Group variable: banks

Number of obs = 207
Number of groups = 40

R-sq: within = 0.7335
between = 0.6646
overall = 0.7420

obs per group: min = 2
avg = 5.2
max = 6

wald chi2(7) = 528.46
Prob > chi2 = 0.0000

corr(u_i, X) = 0 (assumed)

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

According to the Hausman test, more than 5% probability means the random effect model is suitable for the explanation of the ROE. According to the table 19, the probability value is less than 5% so the model is significant hence, this model is nicely fitted. The result shows that only NPL and LLP are significant to explain ROE because the p-value of these two variables is less than 5%. According to the t-value, most important variable is LLP. Also, these two variables have a negative relationship with the ROE. When NPL and LLP increase by 1% then there is a decrease of ROE by 0.8849988% and 0.3458348%.

4.7 Analysis of Small Sized Banks Before Financial Crisis

In this section, the EU banks of group 2 has been analysed from 2003 to 2008 (before the crisis).

4.7.1 Relationship between ROE and Independent Variables

This section provides the result of pooled regression model of ROA.

Table 20: Pooled regression model – ROA

Source	SS	df	MS			
Model	9.22228876	7	1.31746982	Number of obs =	98	
Residual	24.1564951	90	.268405501	F(7, 90) =	4.91	
Total	33.3787838	97	.344111174	Prob > F =	0.0001	
				R-squared =	0.2763	
				Adj R-squared =	0.2200	
				Root MSE =	.51808	

roa	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
car	.0408714	.0128389	3.18	0.002	.0153647	.0663782
npl	.0334399	.0119697	2.79	0.006	.0096599	.0572199
llp	-.0130054	.0081879	-1.59	0.116	-.0292721	.0032613
ltd	.0002016	.0001449	1.39	0.168	-.0000863	.0004895
size	-.0436521	.0370666	-1.18	0.242	-.1172913	.0299871
gdplevels	-.000151	.000062	-2.44	0.017	-.0002742	-.0000278
inf	.0720578	.0776773	0.93	0.356	-.0822616	.2263772
_cons	.9224376	.5011975	1.84	0.069	-.0732787	1.918154

The model represents that the probability value is less than 5%, this model can be used to explain ROA. R-squared = 0.2763 and Adj. R-squared = 0.2200, which means that the independent variables CAR, NPL, LLP and LTD, explain 22% of the variability of the dependent variable, ROA. According to table 20, the results of CAR, NPL and GDP level are significant while LLP, LTD, SIZE and INF are not significant. Also CAR and NPL affect ROA positively. 1% increase in CAR and NPL increase ROA by 0.0408714% and 0.0334399% respectively while there is 1% increase in GDP level, ROA decreases by 0.000151%.

4.7.2 Relationship between ROE and Independent Variables

In this section, pooled regression model has been used on the ROE.

Table 21: Pooled regression model - ROE

Source	SS	df	MS			
Model	1120.95058	7	160.135796	Number of obs =	98	
Residual	3698.28627	90	41.0920696	F(7, 90) =	3.90	
Total	4819.23684	97	49.682854	Prob > F =	0.0009	
				R-squared =	0.2326	
				Adj R-squared =	0.1729	
				Root MSE =	6.4103	

roe	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
car	-.050012	.158859	-0.31	0.754	-.3656132	.2655892
npl	-.0543632	.1481045	-0.37	0.714	-.3485987	.2398722
llp	-.1695865	.1013108	-1.67	0.098	-.3708581	.0316851
ltd	-.0015615	.0017932	-0.87	0.386	-.0051239	.002001
size	1.503104	.4586335	3.28	0.001	.5919487	2.41426
gdplevels	-.0024989	.0007674	-3.26	0.002	-.0040235	-.0009743
inf	2.422152	.961119	2.52	0.013	.5127209	4.331582
_cons	-1.962818	6.201435	-0.32	0.752	-14.28305	10.35742

According to the table 21, $F(7, 90) = 3.90$, probability (0.0009) is less than 0.05 that indicates, overall, the applied model that predicted the dependant variable ROE is statistically significant. While SIZE, GDP level and INF are significant to predict; the ROE, CAR, NPL, LLP and LTD are not significant. In terms of result, SIZE and INF have a positive effect on the ROE while GDP level has a negative impact on the ROE. 1% increase in SIZE and INF indicates that there is a 1.503104% and 2.422152% increase in ROE. On the other hand, 1% increase in GDP level means that there is a 0.0024989% decrease in the ROE.

4.8 The Summary of the Findings

In this section the results of the study have been summarized according to the factors.

CAR effects bank performance positively for 80 EU banks over the period of 2003 and 2013. Also, the first group of banks' performance during the financial crisis and the second group of banks' performance before the financial crisis were impacted positively by CAR. The results show that there is a positive relationship between CAR and EU bank performance. The higher CAR means the higher profitability for the EU banks.

INF positively affects the second group of the banks performance, before and during the financial crisis, although it is not significant to explain profitability of the 80 EU banks and the higher asset size banks.

LLP indicates that the EU banks performance was affected negatively between the 2003 and 2013 by LLP. Also, both group of EU banks' performance were impacted negatively during the financial crisis. However,

ROA was impacted positively, while ROE was affected negatively for the first group of the EU banks before the financial crisis. Shortly, most of the observations show that the EU banks' performance was affected negatively by the LLP. The lower LLP indicates the higher profitability for the EU banks.

NPL demonstrates a negative relationship between NPL and the 80 EU banks' performance over the period of 2003 and 2013. During the financial crisis, while the first group of EU banks were affected positively by NPL, the second group of EU banks were impacted negatively. It can be concluded that there is a negative relationship between EU banks' performance although NPL has a mixed effect on the EU banks' performance. Because, the first investigation which is 80 EU banks over the period of 11 years has more observations. Therefore, this investigation is more reliable.

SIZE illustrates that there is a negative relationship between SIZE and 80 EU banks performance. Also, SIZE is not significant to predict banking profitability for the both of the groups during the financial crisis. However, the second group of banks performance were impacted positively before the financial crisis by SIZE, although the second group of bank performance affected negatively. Generally, the results show that banking SIZE effects EU banks performance negatively, it means that the small sized banks have a higher profitability compared to the higher sized banks in EU during the period of 2003 and 2013.

GDP level has a negative effect on the second group of the banks performance during and before the financial crisis. For the second group of banks, GDP level has negative impact on banks performance only in the period of before the financial crisis. On the other hand, GDP level is not so significant to describe 80 EU banks' performance during the 2003 and 2013. Finally, it can be illustrated from the results that most of time GDP level impacts banks' performance negatively.

LTD is statistically insignificant to explain 80 EU banks performance because the results show that there is a negative relationship between LTD and the first group of banks performance only during the financial crisis. However, it is not possible to find a negative effect because most of the observation indicates there is not significant to explain the profitability of the EU banks.

5. Conclusion

Empirical analyses conclude that there is a relationship between independent variables and EU banks performance. Also, the impact of independent variables on the EU banks performance before and during the financial crisis was investigated by this study. The result of this study indicates the better credit risk results in better bank performance. This result was supported by most of the prior studies. Also Capital Adequacy Ratio had a positive and most significant effect among the independent variables on the EU Banks' performance.

For instance this result has same findings with the Kargi (2011) which claims that credit risk is a significant predictor of banks performance, and there is a positive and significant relationship between CAR and banks profitability. Additionally, NPL has a negative impact on banks performance and NPL is major variable that determine asset quality of the bank. Also, these results were supported by Epure and Lafuente (2012), Felix and Claudine (2008) and Muhammed *et al.* (2012), but Kithinji (2010) found opposite finding which is NPL is not effected commercial banks' profit enhancement.

Additionally, ROA was used as EU banks performance indicator and NPL was used as proxy for credit risk in Hosna *et al.* (2009) and Boahene *et al.* (2012). So, the result of this study has a same findings with the Hosna *et al.* (2009) and Boahene *et al.* (2012) in which CAR has a positive effect on bank performance while NPL has a negative impact on bank performance.

According the this study, LLP has a negative effect on the EU banks performance and same result was found by Kolapo *et al.* (2012) when commercial bank in Nigeria was analysed over the period of 11 years.

On the other hand, SIZE might be an important determinant of bank performance if there are increasing returns to scale in banking. Although, SIZE could have a negative effect when banks turn into extremely large as a result of bureaucratic and other reasons. The same result was found by Naceur and Kandil (2008).

Furthermore, INF has a positive impact on banks performance because high inflation rates generally provide high loan interest rates, and therefore income rates get higher. Naceur and Kandil (2008) found that there is a positive relationship between INF and bank profitability.

Generally, GDP level is an index of economic development, hence difference between banking technology, the mix of banking opportunities and any aspect of banking regulations omitted from the regression are reflected. GDP per capita has a positive effect on bank performance (Naceur and Kandil, 2008), while GDP growth has a negative impact on banks performance (Liyugi, 2007).

5.1 Limitations of the Study

Key limitations of the study include;

Due to unavailability of information, the study didn't include all period of the data of EU banks commercial banks. Especially, some of the second group of EU banks' data were not available before financial crisis. Also, when the size of banks decreases, it becomes difficult to access data. The 80 EU banks might not reflect the real result because when EU active banks checked from Bankscope, there were 4633 banks. This research is only able to analyse nearly 2% of the all EU banks that are available in Bankscope database. Additionally, this study only covers the 11 years period of the selected banks. Although it provides an analysis to pre-crisis and during the crisis period, it might be helpful to consider the histories of the banks.

REFERENCES

- AHMAD, N.H. and M. ARIFF, "Multi-Country Study of Bank Credit Risk Determinants", **International Journal of Banking and Finance**, 5(1), 2007, p. 135-152.
- AL-KHOURI, R., "Assessing the Risk and Performance of the GCC Banking Sector", **International Journal of Finance and Economics**, Issue 65, 2011, p. 72-8.
- ATHANASOGLU, P. P., S. N. BRISSIMIS, M. D. DELIS, "Bank Specific, Industry Specific and Macroeconomic Determinants of Bank Profitability", [online], 2005, No: 25, Available from: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1042443106000473> [Accessed: 01/01/2014].
- BEN-NACEUR, S. and M. OMRAN, "The Effects of Bank Regulations, Competition and Financial Reforms on MENA Banks' Profitability", **Economic Research Forum Working Paper**, No. 44, 2008.
- BOAHENE, S. H., J. DASA, and S. K. AGYEI, "Credit Risk and Profitability of Selected Banks in Ghana", **Research Journal of Finance and Accounting**, 2012.

CHEN, K. and C. PAN, "An Empirical Study of Credit Risk Efficiency of Banking Industry in Taiwan", **Web Journal of Chinese Management Review**, 15(1), 1-16, 2012.

CHEN, K. and C. PAN, An Empirical Study of Credit Risk Efficiency of Banking Industry in Taiwan, **Web Journal of Chinese Management Review**, 15(1), 1-16, 2012.

DEMIRGUC, A., H. HUIZINGA, "Determinants of Commercial Bank Interest Margins and Profitability: Some International Evidence" [online], 1998, Available from: http://econ.worldbank.org/external/default/main?pagePK=64210502&theSitePK=469372&piPK=64210520&menuPK=64166093&entityID=000009265_3980429111510 [Accessed: 01/01/2014].

EPURE, M. and I. LAFUENTE, "Monitoring Bank Performance in the Presence of Risk", **Barcelona GSE Working Paper Series**, No.61, 2012.

FELIX, A. T., T. N. CLAUDINE, "Bank Performance and Credit Risk Management", Masters Dissertation in Finance, University of Skovde, 2008.

FLAMINI, V., C. MCDONALD, L. SCHUMACHER, "The Determinants of Commercial Bank Probability in Sub-Saharan Africa", [online], *IMF Working Paper*, 09, 15, 2009, Available from: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2009/wp0915.pdf> [Accessed: 01/01/2014].

FREDRICK, O., "The Impact of Credit Risk Management on Financial Performance of Commercial Banks in Kenya", **DBA African Management Review**, 2010.

HOSNA, A., B. MANZURA and S. JUANJUAN, "Credit Risk Management and Profitability in Commercial Banks in Sweden", School of Business Economics and Law, 2009.

JACKSON, O., "The Impact of Credit Risk Management on Financial Performance of Commercial Banks in Kenya", University of Nairobi, 2011.

KARGI, H.S., "Credit Risk and the Performance of Nigerian Banks", Ahmadu Bello University, Zaria, 2011.

KITHINJI, A. M., "Credit Risk Management and Profitability of Commercial Banks in Kenya", School of Business, University of Nairobi, 2010.

KOLAPO, T. F., R. K. AYENI and O. OKE, "Credit Risk Management and Banks Performance", **Australian Journal of Business and Management Research**, 2012.

LI, Yuqi, "Determinants of Banks Profitability and its Implication on Risk Management Practices: Panel Evidence from the UK in the Period 1999-2006", University of Nottingham, 2007.

MATTHEWS, K., "Risk Management and Managerial Efficiency in Chinese Banks: A Network DEA Framework", **Omega**, Vol. 41, No. 2, 2013, p. 207-215.

NAWAZ, Muhammad, Shahid MUNIR and Shahid Ali Siddiqui, Tahseen-Ul- Ahad, Faisal Afzal, Muhammad Asif, Muhammad ATEEQ, "Credit Risk and the Performance of Nigerian Banks", **Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business**, 2012.

NJANIKE, K., "The Impact of Effective Credit Risk Management on Bank Survival", **Annals of the University of Petroşani, Economics**, vol. 9, issue 2, 2009, p. 173–184.

ONALAPO, A. R., "Analysis of Credit Risk Management Efficiency in Nigerian Commercial Banking Sector", **Far East Journal of Marketing and Management**, 2012.

POUDEL, R. P. S., "The Impact of Credit Risk Management in Financial Performance of Commercial Banks in Nepal", **International Journal of Arts and Commerce**, 2012.

RAVINDRA, Y., R. K. VYASI, S. MANMEET, "The impact of Capital Adequacy Requirements on Performance of Scheduled Commercial Banks" **Asian-Pacific Business Review**, 2008.

SAONA, P. H., "Determinants of the Profitability of the US Banking Industry", **International Journal of Business and Social Science**, 2 (22), 2011, p. 255–269.

SCHULLER, B., "Bank Performance and Credit Risk Management", University of Skovde, 2008.

STEWART, D.W. and M. A. KAMINS, **Secondary Research: Information Sources and Methods**, 2nd ed., Newbury Park: CA, Sag, 1993.

Özet

Günümüzde kredi risk yönetimi banka kârlılığı için daha çok önemli hale gelmektedir. Kredi riski, Basel Committee on Banking Supervision (BCBS) tarafından kredi veren taraf ile alan tarafın anlaşığı şartlarda ve tarihte anlaşma şartlarının yerine getirilmemesi olasılığı olarak tanımlanmıştır (BCBS, 2010, p.13). Avrupa'daki bankaların temel gelir kaynaklarından bir tanesi verdikleri kredilerdir. Böylece kredi risk yönetimi banka kârlılığı ile bağlantı olmakta ve birbirini etkilemektedir.

Bu çalışma Avrupa'daki 80 bankanın kredi risk yönetimlerinin bu bankaların performansını 11 yıl (2003–2013) boyunca nasıl etkilediği araştırılıyor. 11 yıllık dönem (2003–2013), 5 yıl (2003 – 2007) krizden önceki dönem ve 6 yıl (2008–2013) kriz boyunca olmak üzere iki kısımdan meydana gelmektedir. Ayrıca 80 tane Avrupa bankası varlıklarının büyüklüklerine göre iki gruba ayrıldı. Aktif Getiri Oranı (ROA) ve Öz Sermaye Kârlılık Oranı (ROE)

bankaların performansını ölçerken Sermaye Yeterlilik Oranı (CAR), Ödenmeyen Kredi (NPL), Kredi Kayıp Karşılığı (LLP) ve Verilen Paranın Borca Oranı (LTD) ise kredi riski yönetimi göstergeleridir. Ek olarak Enflasyon (INF) ve Kişi Başına Düşen Milli Gelir (GDP) analizlerde kontrol için kullanılan ülke göstergeleridir. Bankaların kârlılık ve risk yönetimi arasındaki ilişkiyi test etmek için Panel Data Model kullanıldı.

Sayfa/Page | 184

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

Bu çalışmada, banka kârlılık göstergeleri olan ROA ve ROE her ikisinin de kredi risk yönetimi ile önemli ölçüde ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır. CAR banka performansını pozitif yönde etkiler iken NPL ve LLP negatif yönde etkilemektedir. Ayrıca LTD ile banka kârlılığı arasında önemli bir ilişki bulunamamıştır. Kısaca, Avrupa'daki bankaların kârlılığının yüksek olması daha iyi bir kredi risk yönetiminden geçmektedir. Bunun yanında INF ve GDP ayrıca göz önünde bulundurulmalıdır. GDP negatif bir etkiye sahip iken INF pozitif bir etkiye sahiptir.

KİTAP İNCELEMESİ - 1

Hazırlayan: M. Murat TAŞAR*



**GERİLLA KONTRGERİLLA SAVAŞI:
TEMEL STRATEJİ ve TEKNİKLER**

Yazar: **Ergüder TOPTAŞ**
**Gerilla Kontrgerilla Savaşı:
Temel Strateji ve Teknikler**

İstanbul, Kripto Yayıncılık, 2015, 288 s.
ISBN 9786054991174

Kitabın yazarı Türk Silahlı Kuvvetlerinin çeşitli birlik ve kurumlarında görev üstlenmiş ve 2006 yılında Millî Güvenlik Akademisi eğitim ve öğretim görmüş olan (E) Tümğ. Ergüder Toptaş, 21. Yüzyıl Türkiye Enstitüsü'nde Milli Güvenlik ve Dış Politika Araştırmaları Merkezi Başkanındır. Strateji, jeopolitik, harp ve mücadele konularında yayınlanmış üç kitabı ile birçok makalesi bulunmaktadır. Kısa da olsa genel hatları ile yazarın son kitabı *Gerilla Kontrgerilla Savaşı: Temel Strateji ve Teknikler* eserini değerlendirmeye çalışacağız.

Kendi başına bir olgu olmayıp, birçok boyutlara sahip savaşın ne olduğu üzerine farklı görüşler olsa da, sonu gelmeyecek bir insan uğraşı olduğu konusunda görüşler ortaktır. Dolayısıyla İnsan ve toplum faaliyetlerinin tümünü; ekonomi başta olmak üzere, teknoloji ve en önemlisi inançları da kapsadığını söylemek mümkündür.

* Stratejik Araştırmalar Enstitüsü, E-posta: mmurattasar@gmail.com

Savaşın ortaya çıkışı ve yürütülüşü neye bağlıdır sorusu da en az savaşın ne olduğu sorusu kadar önemlidir. Yaygın kabul edilen görüş Clausewitz'in veciz cümlesinde ifade edilen "savaş, politikanın başka araçlarla devam ettirilmesidir" şeklindedir, yani "savaş, siyasetin bir aracıdır". Strateji genel anlamı ile amaca ulaşmak için gerekli planlama ve bu planın uygulanması ise savaşın en yaygın biçimi ve gelecekte de bu konumunu koruyacak olan "Gayri Nizami Harp-Gerilla Savaşı" ancak bir stratejinin parçası olarak düşünüldüğünde şu hiyerarşik yapı ortaya çıkar: **Politika - Savaş - Strateji - Gayri Nizami Harp** (ya da gerilla-kontrgerilla).

Gerilla Kontrgerilla Savaşı: Temel Strateji ve Teknikler kitabının temel tezi, gerilla harbinin büyük/konvansiyonel savaşın küçük bir parçası iken, soğuk savaş sonrasında değişim ve dönüşüm geçirerek, giderek büyük harbin yerini aldığıdır. Artık konvansiyonel savaşlar, konvansiyonel olmayan savaşlar (gayrinizami harp) ve onun etkili bir aracı olan gerilla savaşlarının tesir ve kontrolündedir, ilk olarak yapılması gereken de bu evrim sürecinin tahlilidir.

Dokuz bölümden oluşan kitabın neredeyse yarısı (ilk dört bölüm) strateji konusuna ayrılmıştır. Diğer bölüm başlıkları, karşılıklı etkide savaşın doğası ve temassız savaş, çok odaklı savaşta oynak merkezli mücadeledir. Son üç bölümde mücadele kavramı ve bu kavramın gayri nizami harp, stratejik iletişim ve stratejik liderlik ilişkisine değinilmektedir.

Uluslararası politika teorilerinden realizm temelinde görüşlerini ifade eden yazarın, Thucydides¹, Thomas Hobbes, Niccolò Machiavelli gibi realizmin öncüsü filozoflara ve klasik askeri stratejistler Clausewitz ve Sun Tzu ile birlikte günümüzün stratejik düşünce araştırmacılarından Colin S. Gray'e de başvurduğunu görmekteyiz.

Kitabın ana kavramlarından biri "savaş" değil de daha genel olan "mücadele" kavramıdır. Giriş dâhil 1 ve 2. bölümler mücadele kavramının stratejik temelde değerlendirildiği bölümlerdir. Yazara göre "ne ebedi barış, ne de ezeli bir savaş vardır", bu cümle ile daha kitabın birinci sayfasında Immanuel Kant'tan ayrıldığını, Hobbes'a yakın olduğunu ilan etmekte;

¹ İ.Ö. 5. Yüzyılda yaşamış Antik Yunan tarihçisidir. Bilimsel tarihin ve realizmin, hatta uluslararası ilişkiler disiplininin kurucusu olarak görülmektedir. En önemli eseri Atina ile Sparta arasında 5. Yüzyılda yaşanan yıkıcı *Peleponezya Savaşı Tarihi*'dir (*History of the Peloponnesian War*). Thucydides'in gücü ve bu savaşın neden meydana geldiğini açıklamaya çalıştığı eseri, realist teoriyi kabul edenler için askeri ve siyasi güç mücadelesi çalışmasıdır.

“mücadele”nin insanın var oluşu ile başlayan sürekli bir süreç olduğu, sonlan(a)mayacağı, bireycilik ve akılcılık ile savaşız bir dünyanın mümkün olabileceğini düşünmenin aydınlanma filozoflarının iyimserliği olduğunu” söylemektedir. Uluslararası politika ve hukukta savaşların egemen güçlerin çıkarları doğrultusunda manipüle edilerek barış olarak nitelendiğini, oysa gerçekte mücadelenin kesintisiz devam ettiği görüşündedir. Yine Hobbes’a gönderme ile “insanın kudret arzusu, rekabet ve düşmanlık duygusunun ancak ölüm ile sonuçlanacağı” ve insan fitratındaki temel kavga nedenlerinin devlet düzeyinde beka, refah ve ülke değerlerinin korunması ve geliştirilmesi ile ortaya çıktığını” bunların toplamının da “ulusal çıkarlar” olduğu iddiasındadır, Ancak “siyasi bir tanımlama olan ulusal çıkarlar” temelinde strateji oluşturma ve geliştirmeye yönelmenin mümkün olabileceğini belirtir.

Yazara göre “strateji; hedeflere ulaşmada hangi kaynakların (yöntemlerin), nasıl kullanılacağını gösteren bir güç geliştirme ve kullanma bilim-sanatıdır”. Tüm “milli güç unsurlarını kapsayan ana strateji” Clausewitz’de var olduğu gibi politikanın belirlediği hedeflere yönlendirilmeli ve uygulanmalıdır.

Mücadelede stratejik kültürün yeri ve önemi ve mücadelede stratejik teoriyi anlatmanın yanında, başarıya götüreceği ilk adım olan geleceği öngörmenin zorluğu ve önemini de ustaca izah eden yazar, bu aşamada ilk olarak yapılması gerekenin bilinmeyen bir geleceğe yönelik tüm milli güç unsurlarını kapsayacak olan hazırlıkların kesintisiz yürütülmesi olduğu görüşündedir. Eksik ve öngörmeden yoksun olmayan stratejinin oluşturulmasında kültürel strateji ve teknoloji strateji önemlidir. Yazar her bir milli güç unsurunu teorilere dayandırmayı, politika için taktik, operatif ve stratejik adımların atılmasını temin etmeyi “sonsuz strateji” olarak tanımlamaktadır.

Büyük Ana Stratejide Milli Güç başlığı altında, gücün bilimsel olarak yönlendirilmesi esas olduğu, liderler dâhil strateji ile uğraşanların “akıl kontrolünde olmak zorunluluğunu”; “akıl olmadığı yerde duygular, duyguların kontrolsüz olduğu yerlerde gücün kaybolacağını” belirtmektedir. Burada da referans yine Thomas Hobbes’tur. Zekâ ve karakterin stratejide belirleyici rolünü, stratejide milli çıkarlar ve analiz düzeylerinin de değerlendirildiğini, kısa da olsa liberalizm, konstrüktivizm ve Marksizm’de çıkar kavramının anlamının da araştırıldığını görmekteyiz.

Caydırıcılık ve strateji ilişkisi yazarın ele aldığı diğer bir konudur: Caydırmanın evrensel olarak nitelediği ana stratejide yer aldığı, sayıları çok az olan ana strateji sahibi ülkelerin oyun kurucu, rol dağıtıcı veya dengeleyici oldukları, kendi konumlarını muhafaza etmenin yanında stratejik kontrolü de ellerinde tutmalarının hayati önemde olduğuna vurgu yaptığını görmekteyiz. Ana stratejinin hedefi; mevcut refah konumlarını ve buna bağlı olarak rekabetçi şartları kaybetmemek, diğerlerinin küresel sisteme entegrasyonu ve sistem içinde kendilerine verilen rolü küresel kültür, ekonomi ve siyasetin gerekleri dâhilinde oynamalarıdır. Yazar burada askeri güç kavramına da bir tanımlama getirmektedir: “Devletin bekası ve milletin refahıyla ilgili isteklerin düşmana kabul ettirilmesinin aracıdır ve bütün güç unsurlarını bünyesinde barındırmaktadır.” Caydırıcılığın değişime uğradığı, yeni bir şekil aldığı günümüzde stratejik caydırıcılığın dayanak noktasının büyük zarar verme kapasitelerinden dolayı kilit önemde bir güç olan nükleer silahlar olduğu, caydırıcılıkta nükleer güce ulaşmanın vazgeçilmez olduğu iddiasındadır. Caydırıcılığın ulusal güvenlik politikalarının vazgeçilmez aracı olduğu ve özü itibarıyla güç dengesine dayandığını, bir nevi silahlı ikna yöntemi olmasıyla devletin askeri gücünün parçası olduğunu belirtmektedir.

Clausewitz’in harbin doğası kapsamında incelediği “üç karşılıklı etki” ve temassız savaş kavramalarını da ele alan yazar, temassız bir mücadeleden yana olduğunu, strateji sahibi olmanın milli güç unsurlarını kullanarak bunu sağlayacağını belirtmektedir.

Mücadelenin değişimi ve dönüşümü ile ortaya çıkan çok odaklı – oynak merkezli savaşın bugünün ve geleceğin savaşlarının doğasını oluşturduğu görüşünde olan yazar, kısa bir gelecek vizyonu çizmektedir: Mücadelede geleceği öngörmenin zorluğunun stratejik sanat ve liderlik ile aşılabılır, bu bağlamda beka ve refahı sağlayıcı ve sürdürücü olan politika belirleyicidir ve hâkim faktördür, dolayısıyla her bir güç unsurunu kullanacaktır.

Kitapta adında yer almasına rağmen beklentileri karşılamayacak şekilde çok az yer verilen gayri nizami savaş konusunun daha çok “gayri nizami savaş çağında mücadelenin önemi” olarak ele alındığını görmekteyiz. Bu konu ile ilgili yeni kavram ve gerçeklikleri “kendi perspektifimizden vermenin önemi”ni belirten yazar, güdümlü kavramların iktidarın-gücün korunmasını sağlayacağını belirtmekte, gayri nizami savaş ve mücadele kavramlarının da bu bağlamda ele alınması gerektiğini vurgulamaktadır. Küçük harp olarak nitelenen gayri nizami harbin büyük harp olan nizami harbin bir aracı olduğu durumunu sorgulayan yazar, aynı zamanda harp ve barış kavramlarının da

irdelenmesi gerektiği görüşündedir. Mücadele ve gayri nizami harbi uluslararası arenadaki güç ilişkileri perspektifinden incelediği, eleştirel yöntemi benimseyerek bugünkü gelişmeleri geçmişle ilişkilendirmeye çalıştığının üstünde durmaktadır. Yazara göre gayri nizami harbe ilişkin ancak bu şekilde bir öngörü sahibi olunabilir. Gray aracılığıyla, savaşın doğasının bazen karmaşık ve değişken, bazen de tüm savaşların aynı doğaya sahip olduğunu ifade ederek, Clausewitz'e "savaşın sabit bir doğasının, fakat sürekli değişken bir karakterinin olduğu" eleştirisini yöneltir ve Savaşın doğası ile ilgili stratejistlere yaptırdığı tartışmaya "mücadelenin doğasının değişmediği, savaşın gayri nizami de olsa doğasının sabit olduğu" cümlesiyle son verir.. Gayri nizami harp teorisinin tarihsel gelişimine değinmekte, mücadelenin entelektüel zemini olarak nitelediği stratejik teoriyi tanımlamakta ve "nizami harpte gayri nizami harp anlayışını terk ederek gayri nizami harpte nizami harbe dönmeyi" teori olarak önermekte, ancak bunun nasıl yapılacağı konusunda fikir beyan etmemektedir.

Strateji-iletişim ilişkisini de ele alan yazar, stratejik iletişimi tanımlamanın yanında iletişimin stratejik teorisini de oluşturmaya çalışmaktadır: Mücadele (savaş ve barış), strateji, teorem ve teorileri doğru anlayabilmek için, Soğuk Savaş sonrasında ortaya atılan Pentagon kaynaklı strateji ve ilgili kavram, düşünce ve anlayışların üzerinde yükseldiği toplumsal ve siyasi bağlamdan soyutlanmaması, birlikte değerlendirilmesi gerektiğini özellikle vurgulamaktadır. Yazar, stratejik iletişim kavramının tanımı konusunda bir uzlaşma olmadığı, hatta askeri terminolojide hatalı kullanılan bir kavram olduğu görüşündedir. Mari K. Eder ve Dennis M. Murphy'in görüşlerini aktarır ve stratejik iletişimi etkileme, yönlendirme ve dönüştürmenin temel alındığı bir teori olarak ifade eder. Mücadelede stratejik liderlik, yazarın ele aldığı bir başka konu olup strateji - lider, değişim-süreklilik, strateji-boşluk kavramları ve bu kavramların birbirleri ile olan ilişkilerini açıklamaktadır.

Stratejinin önemini belirtirken Büyük (ana) Strateji kavramını kullandığını görmekteyiz; bunu tanımlamak için de ABD eski Dışişleri Bakanı C. Rice'ın 2005'te "Kuzey Afrika'dan Orta Asya'ya kadar olan bölgedeki 22 ülkenin sınırlarının değişeceği" açıklamasından yola çıkmakta ve bu cümlenin ardında ABD büyük stratejisi ve onun enstrümanlarının olduğunu, bunları küresel ölçekte kullanarak büyük stratejilerini gerçekleştireceklerini belirtmektedir.

Kitabı okuyanın “keşke Türkiye’nin güncel durumuna dair de bir şeyler söylenmiş olsaydı” serzenişine yazar, “kuram geliştirme ve test etmenin mücadelenin esası olduğu ve yeni bakış açıları geliştirdiği” savunması ile karşılık vermektedir. Ancak ne var ki problem yazarın geliştirdiği ya da açıkladığı, açıklamaya çalıştığı konular değil, kitabın ismi ile içeriğinin tezat teşkil etmesidir; kitabı okuduktan sonra “gerilla ve kontrgerilla”ya dair okuyucu tatmin olamayacaktır. Yazar, terörizmi postmodern gayri nizami harbin bir enstrümanı olarak kullanıldığını söylemekle yetindiğini, okuyucunun bu bağlamda zihninde mevcut ya da yeni oluşabilecek sorulara cevap bulmakta zorlanacağını belirtmek gerekir. Kitabın kapsamı ve adı düşünüldüğünde özellikle “gerilla – kontrgerilla savaşı” konusunda okuyucuyu tatmin etmekten uzaktır.

Kitapta, içinde bulunduğumuz 21. yüzyılın belirleyicisi olduğu söylenen küreselleşmeden söz edilmeden ulusal çıkarlardan bahsedilmesi de diğer önemli bir eksiklik olarak değerlendirilebilir. Ulus devleti zayıflattığı iddia edilen küreselleşme süreci ele alınmadan yapılan “ulusal çıkar” tanımı okuyucunun sorularına cevap vermekte yetersiz kalacaktır. En azından küreselleşmenin ulus devleti ne oranda erozyona uğrattığı, ya da uğrattığı uğratmadığı, bu bağlamda ulusal çıkar kavramının içeriğinin değişip değişmediği sorgulanarak okuyucuya daha geniş bir bakış açısı sağlamak mümkün olabilirdi. Aynı şekilde yine bu bağlamda milli ülküden ne kastedildiği de sarih değildir.

Yazar, mücadele teorisinin istinat noktası olarak harbin doğasını görmekte ve politikanın bu doğaya uygun taleplerde bulunmasının yolunu “ulus-ordu-devlet” olarak tanımlamaktadır; bu konu da kitapta açıklığa kavuşmuş değildir.

Yazarın felsefi olarak tezlerini dayandırdığı Hobbes’un (realizm) karşısında yer alan Immanuel Kant’a (idealizm) hiç yer vermemiş olması en önemli eksiklik olarak değerlendirilebilir. Korku tutkusu bilinen İngiliz filozof Hobbes, siyaset biliminde toplumsal sözleşme teorisinin en eski örneklerinden biri olarak nitelenen *Leviathan* adlı eserinde, tabiat ve devlette bütün insanların birbirleriyle mücadele içinde olduklarını, bunların iştahları, bitmek bilmeyen istekleri durdurulmadığı sürece insanlar arasındaki savaşın da bitmeyeceği görüşünü ortaya atmıştır. Hobbes’e göre yapılacak en iyi şey, bütün insanların haklarını ve özgürlüklerini tek bir insana vererek ortak bir güç oluşturmaları ve o güç tarafından yönetilmeleridir. Toplumsal sözleşmeyle egemenin mutlak iktidarını kabul edilir ve böylelikle toplumsal barış

gerçekleşir. Birbirleriyle mücadele etmekten böylelikle vazgeçerler, çünkü artık başlarında bir baskı ve kuvvet olacaktır ve ayrıca eskisi gibi özgürlükleri ya da hakları da olmayacaktır. Hobbes tanımladığı bu büyük gücün adını *Leviathan* koyar ve bireylerin, aslında devletten başka bir şey olmayan yapay bir insanda biçimlenen birleşmelerini ve bütünleşmelerini, yani mutlak güç ve yetkilere sahip egemene (*Leviathan*'a) hak devrini savunur.

Alman filozofu Immanuel Kant'ın 1795'te yazdığı *Ebedi Barış Hakkında – Bir Felsefi Deneme* isimli eseri de idealizmin ve demokratik barış teorilerinin felsefi temelini oluşturmaktadır. Fransız Devrimi'nden kısa süre sonra yazılan bu risale, devrimin hak, hukuk, eşitlik umutlarıyla beslenen siyasi atmosferinin bir ürünüdür. Kant, "insanlar için ebediyete kadar sürecek bir barış mümkün müdür" sorusunu sormuş ve insanlar için barışın tabii bir durum olmadığı ve bu yüzden de barışın tesis edilmesi gerektiğini söylemiştir. Barışın tesis edilmesi genel olarak geçerliliğe sahip bir hukuk sistemine bağlanmış olan politikanın işidir. Kant'a göre vatandaşların barış içinde yaşayabilmelerinin öncelikli şartı devletlerin anayasal temele sahip olmalarıdır. Bu durumdaki devletlerin vatandaşları, barış ortamının sağladığı imkânlardan faydalanarak karşılıklı ticaret ve diğer rasyonel ilişkileri kurarak savaşmayı istemeyeceklerdir.

Yazarın eserinde tezinin karşı tezini vermemiş olması okuyucuyu ikna edebilmeye zayıflatıcı etki yapacağını belirtmek gerekir.

Kitaptaki görüşler, grafikler ve şekillerle desteklenmiş ve izah edilmeye çalışılmış, klasik eserler yanında günümüz stratejistleri ve jeopolitikçilerinin eserlerinden de faydalanılmıştır. Kitap strateji-savaş konularını, birbirleri ile olan ilişkisini ve her ikisinin farklı boyutlarını anlamak ve araştırmak isteyenler için bir kaynaktır.

KİTAP İNCELEMESİ - 2



Hazırlayan: Sercan KULE*

Yazar: **Dina IORDANOVA**
BALKAN SİNEMASI:
ALEVLER İÇİNDE SİNEMA
(çev. Burcu Erdoğan),
İstanbul: Agora Kitaplığı, 2007, 409 s.
ISBN: 9786051031989

BALKANLAR: ATEŞİN SİNEMASI

“Bir tür kişilik, bir tür ruh, bir öz”
Nuri Bilge Ceylan için Balkan Sineması.

“Hareketler halindeki bir arabanın camından çekilen görüntüler: Yolun her iki tarafında sıralanan evler ya tamamen yanmış ya da yarı yarıya harabeye dönüşmüş. Manzara, bu şekilde kilometrelerce devam ediyor.”¹

Dina Iordanova'nın “Balkan Sineması–Ateşler İçinde Sinema” adlı kitabının sunuş bölümü bu cümlelerle başlar. Buradan anlaşıldığı gibi Balkan coğrafyasının bulunduğu durum anlatılır. Yazar konusunu irdelemeden önce bölgenin siyasal durumlarına ve çatışmalarına da değinip konuya aşina olmayan okuyucuyu, yabancı kalmaması için bilgilendirmeyi de ihmal etmez.

Analiz olarak ise yazar Iordanova, kitap boyunca bağlam analizine ağırlık verir. Metinsel analiz yerine bu analizi kullanmasının nedeni de sosyo-

* Ar. Gör., İstanbul Gelişim Üniversitesi, İİSBF, Televizyon Haberciliği ve Programcılığı Bölümü, E-posta: skule@gelisim.edu.tr

¹ Iordanova, 2001, s. xiii.

politik ve sosyo-kültürel özellikleri içine alan bir bütünü göz önünde bulundurmakta, bir filmin saklı politikasına, estetiğine ve sinemasal diline ağırlık vererek konunun arka planına da değinir. Yazar bunu yaparken çok sayıda çalışmayı incelemiş ve film üretimi, dağıtımı, gösterimi ve bu filmlerin nasıl karşılandığından oluşan dinamik bağlam içerisinde nasıl bir arada var olduklarını anlamaya çalışır. "Dolayısıyla, metinsel analizden ziyade sürekli olarak bağlamsal incelemelerde bulunarak, ele alınan bir filme daha farklı açılardan bakabileceğim kanısındayım."²

Kitap ana konuya değinmeden önce akademik çalışmaları da incelemiş bunların ne kadar yeterli olduğu konusunda okumalar yapıyor. Yazar Iordanova, özellikle Bosna Savaşı ile birlikte bölgeye çevrilen gözlerle birlikte bölge akademisyenlerinin yerine dışarıdan atanmışçasına olayı derinlemesine bilmeyen insanların yazdığı yazılar, asıl konuları ıskalamış ve sorunları anlatmada yetersiz kaldığına değinir. Bu filmlere de yansımış, üretim ve dağıtım konusunda sıkıntıları olan bölge sinemacılarının yerine dış kaynaklı yapımlar ve onların bakış açılarına göre çekilmiş filmler daha çok ulaşım imkanına sahip olur.

Kitap: "Avrupa: Yerleşim Mi, İstikamet Mi?", "Savaşın ortasında Yükümlülükler", "İnsanlar" ve "Yerler/Mekanlar" olmak üzere dört bölümden oluşur. Birinci kısımda, Balkanlar'ın hala sürmekte olan yeniden konumlanması irdelenir. Ayrıca bu bölümde Balkanlar'ın tekrar Avrupa alanına kabul edilme talebiyle oluşan durumlar da incelenir. Bu bölümde ortaya çıkan bir başka olgu da "Balkan" kurgusunda var olan seyahatname anlatısının devamının meydana getirdiği durumlar ve sıkıntılar aktarılır. Yazara göre bu durum mevcut klişelerin tekrarlanması ve bu trendin devam ettirilmesiyle kavramsal dışlanması sürdürdüğünü gösterir.³

İkinci kısım, Yugoslavya'nın çözülmesi sırasında ortaya çıkan kişisel ve yaratıcı görüşlerin incelenmesine ayrılır. Ayrıca bu kısımda Balkan tarihinin sinemada nasıl ele alındığı da incelenir. Zelimir Zilnik, Theo Angelopoulos ve Emir Kusturica gibi yönetmenlerin yaptıkları filmler irdelenir. Kusturica'nın "Yeraltı" filmi üzerinden yapılan okumalarda bu kısmın ana konusu olan çözülmenin unsurları ele alınmaktadır. Çözülme sırasında yaptırılan taraf tutma zorunluluğu ve oluşan içsel çekişmeler de anlatılır. Zelimir Zilnik'in

² Iordanova, 2001, s. 9.

³ Iordanova, 2001, s. 26.

"Tito among the Serbs for A Second Time" filmiyle, Tito⁴ sonrası döneme ışık tutar. Tito'nun artık olmayışı üzerinden düşülen duygusal durumun inkârı üzerine kurgulanır.. Zilnik'in aksine bir diğer yönetmen Lordan Zafranoviç'in işleri sıra dışı tarihsel koşullar altında sıradan insanların yaşadığı baskıları araştırmak olur. FAMU⁵ mezunu ve Yugoslav Prague Group⁶ üyesi olan Zafranoviç, İkinci Dünya Savaşı sırasındaki savaş suçlarına değindiği 1979 yapımı "Occupation in 26 Scenes; 26 Sahnede İşgal" filmiyle Cannes'da FIPRESCI ödülünü ve bir Akademi ödülü kazanır.

Üçüncü kısım, bölgenin ve özellikle savaş zamanındaki politikacılara, haydutlara, savaş zamanı öne çıkmış Arkan gibi medya ikonlarına değinir. Borislav Herak'ın yaptıkları suçlara değinilerek kurban kısmına giriş yapılır. Kurban kısmında ise daha ağır bir tabloyla karşılaşılır. Kamplar, şehitler ve kadınların uğradığı tecavüzlere değinilir. Ayrıca yazar, bu kısmın sonunda Balkan Sineması'nda kadın temsiline de yer verir.

Son olarak dördüncü kısımda, iki örnek üzerinden konuya değinilir. Birincisi, Saraybosna'nın trajik kaderi sonucunda kozmopolit bir hale gelmesine odaklanılır. Bir yanda kültürel direniş, şehrin sinema ve diğer sanat dallarıyla olan ilişkileri incelenirken diğer yandan dışarıdakilerin Saraybosna algılarıyla şehir sakinlerinin temsil edilmek istedikleri biçimlerde farklılara değinilir. İkinci araştırmasında ise geçen on yıldaki Balkan göçlerinin sinemadaki yansımaları üzerinedir. Gittikleri yerde yeni kimlikler edinmelerini, yeni hayatlar kurmalarına değinilir.

"Benim kendi Balkan imgem, gittikçe uzak ve silik bir hal alıyor."⁷

Iordanova'nın söylediği bu söz, Balkanlar'ın durumunu tam olarak özetlemektedir. Avrupa'ya tekrar girmek için kendi özlüklerinden vazgeçme sürecinin başlaması, kendini tekrar eden klişeler; insanları kendi kültüründen uzaklaştırmakta ve bir kültürü yok etmektedir.

Kitabın amacı bu zamana kadar bölgeye ait verimsiz yaklaşımları ve yerleşik düşünce kalıplarını değiştirerek bir etki yaratmaktır. Kitap, sadece sinemasal açıdan değil bölgeyi daha iyi tanımamız açısından da son derece verimli bir kaynak görevi görmektedir. Bu çalışmanın yansımaları, 34. İstanbul

⁴ Josip Broz Tito, Yugoslav devlet ve siyaset adamı.

⁵ Film and TV School of the Academy of Performing Arts (Prag'da bir sinema okulu).

⁶ FAMU'dan mezun olan bir grup sinemacının yer aldığı topluluk.

⁷ Iordanova, 2001, s. 370.

Film Festivali'nde Dina Iordanova'nın çalışmasından esinlenerek⁸ sadece Balkan filmlerinden oluşan yeni bir bölümün açılmasıyla da görülür. Bu sayede çalışmanın amaçlarına ulaşması noktasında da önemli bir adım attığı söylenebilir.

Sayfa/Page | 196

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

*Yazar Hakkında: **Dina Iordanova***

Leicester Üniversitesi'nde Kitle İletişim Merkezi'nde ders veren yazar Dina Iordanova, Orta Avrupa, Doğu Avrupa, Balkanlar, Bulgaristan sinemaları ve sinemanın kurumsal yönleri hakkında kitapları ve makaleleri bulunur. Ülkemizde 2007 yılında Balkan Sineması: Alevler İçinde Sinema eseri, Balkanlar'ın Avrupa'nın kültürel alanından dışlanması ve bunun yansımaları, diasporalar, Balkanlar'a ait filmlerde öznelere bakış gibi konuları inceleyerek Balkan kimliğini değerlendirir.

⁸ 34. İstanbul Film Festivali kataloğu, 2015, s. 209.

YAYIN İLKELERİ ve YAZIM KURALLARI

BİRİNCİ BÖLÜM

Amaç, Kapsam, İçerik ve Tanımlar

Tanımlar:

Dergi: İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'ni,

Derginin Sahibi: Üniversite kurucu vakfı adına İstanbul Gelişim Üniversitesi Rektörünü,

Yayın Kurulu: İİSBF Dekanlığı tarafından belirlenen, Sosyal ve Beşeri Bilimler alanında görev yapan, alanında bilimsel çalışmalarıyla öne çıkan ve dergide görev alan öğretim üyelerini,

Hakem Kurulu: Alanında uzmanlaşmış, yayın kurulu tarafından en az beş farklı üniversiteden seçilmiş öğretim üyelerini,

Editör: İstanbul Gelişim Üniversitesi İİSBF Dekanlığı tarafından görevlendirecek öğretim üye ve/veya öğretim üyelerini,

Editör Yardımcıları: İİSBF Dekanlığı tarafından ilgili bölümlerden belirlenen öğretim üyelerini,

Yazı Kurulu: Editör tarafından belirlenen öğretim elemanlarını ve öğrencileri ifade etmektedir.

Amaç ve Kapsam:

1. Amaç, İstanbul Gelişim Üniversitesi İİSBF bünyesinde yer alacak olan Sosyal Bilimler Dergisi'nin (İGÜSBD) yayınına ilişkin esasları düzenlemektir.

2. Derginin amacı İktisadi ve İdari Bilimler, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler vb. beşeri bilimler bünyesindeki farklı disiplinlerden ortak bir akademik platform oluşturmaktır. Bununla birlikte dergide kitap tanıtımı ve incelemesi de yer verebilmektir.

3. Dergide, İktisadi ve İdari Bilimler, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler, Hukuk, Sanat Tarihi, Arkeoloji, İletişim Bilimleri, Dil Bilimi, Güzel Sanatlar, Tarih, Sosyoloji, Psikoloji, Türk Dili ve Edebiyatı, Felsefe, Coğrafya, Güvenlik ve Eğitim Bilimleri alanlarındaki bilimsel yazılar yayımlanır.

4. Dergi, yılda iki kez (Nisan ve Ekim aylarında) yayımlanır.

5. Dergi uluslararası hakemli bir dergidir.

İçerik:

Dergiye gönderilen yazılar;

1. Alana özgü uygun araştırma, yöntem ve modeller kullanılarak hazırlanmış ve alana bir katkıda bulunabilme niteliğe sahip olmalıdır.
2. Daha önce yayınlanmış bir yazıyı değerlendiren, eleştiren, bu konuda yeni ve dikkate değer görüşleri ortaya koyan araştırma veya inceleme özelliği taşımalıdır.
3. Dergide, bir kavramın ya da teorinin tartışıldığı, eleştirildiği ya da açıklandığı türden araştırma, biyografi ve derleme makalelere, bilimsel alana katkı niteliğindeki çevirilere yer verilebilir.
4. Dergi yayım esaslarına uygun yazım ilkeleri ve formatında olmalıdır.
5. Yukarıda sıralananların yanı sıra dergide kitap tanıtımlarına ve/veya incelemelerine de yer verilebilir.

İKİNCİ BÖLÜM Görevler

Derginin işleyişini sağlayan kurullar:

1. Yayın Kurulu'nun Görevleri:

- a. Olağandışı durumlar hariç yılda iki kere toplanır.
- b. Yayın Kurulu, dergiye gönderilen yazıları, biçim ve alan uygunluğu açısından inceleyerek, akademik camiada yazının uzmanlarını (tezler, yayınlar ve uzmanlık sahasını esas alarak) tespit eder, uygun hakem değerlendirmesine sunulmasını sağlar.
- c. Hakem değerlendirmelerine göre, makalenin yayınlanıp yayımlanmayacağına karar vererek, hakemden kabul alan makalelerin yayın sıralamasını yapar.
- ç. Özel sayı çıkarılmasına salt çoğunlukla karar verir.

2. Hakem Kurulu:

Hakemler, gönderilen yazıları yöntem, içerik ve özgünlük açısından inceleyerek, yayına uygun olup olmadığına karar verir. Makalelerin konusuna göre her sayıda değişiklik gösterebilir.

3. Editör:

- a. Yayın Kurulu üyeleri arasındaki koordinasyonu sağlar.
- b. Dergiye gelen yazıların ön değerlendirmesini yapabilmek için özel dönemler hariç Yayın Kurulu'nu yılda iki kez toplantıya çağırır.
- c. Yayın Kurulu adına editöryal sorumluluk alır.
- ç. Göreviyle ilgili olağandışı durumlarda, çalışmaların aksamaması için yardımcılarından birini yetkilendirir.

4. Editör Yardımcıları:

Yayın Kurulu üyeleri arasındaki koordinasyonun sağlanması, yazıların hakem sürecinin takip edilmesi, hakemlerin raporlarının değerlendirilmesi konularında editöre yardımcı olurlar.

5. Yazı Kurulu:

- Teknik konularda ve yazıların takibinde editöre yardımcı olur.
- Dergiye gönderilen yazıların düzeltmelerini yapar ve dergiyi basıma hazır hale getirir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM Değerlendirme

1. Dergi Yayın Kurulu tarafından biçim ve alanlar açısından uygun bulunan yazılar değerlendirme yapılması için konunun uzmanı iki hakeme gönderilir. Hakem değerlendirmelerin ikisi de olumlu ise çalışma yayına kabul edilir. Biri olumlu, diğeri olumsuz ise makale üçüncü bir hakeme gönderilir. Yayınlanması için düzeltilmesine karar verilen yazıların, yazarları tarafından en geç (posta süresi dâhil) 20 gün içerisinde teslim edilmesi gereklidir. Düzeltilmiş metin, Dergi Yayın Kurulu'nun gerek gördüğü durumlarda, değişiklikleri isteyen hakemlere tekrar gönderilir.

2. Gönderilen yazılar iki alan uzmanının "yayımlanabilir" onayından sonra, Yayın Kurulunun son kararı ile yayımlanır. Yazarlar, hakem ve Yayın Kurulunun eleştirisi, değerlendirme ve düzeltmelerini dikkate almak durumundadırlar. Katılmadığı hususlar olması durumunda, yazar bunları gerekçeleri ile ayrı bir sayfada bildirme hakkına sahiptir.

3. Hakem oluru alan makaleler, Yayın Kurulu tarafından derginin konu içeriği esas olmak üzere, hakem raporlarının tamamlanma tarihlerine göre sıraya konarak yayımlanır.

- Dergiye gönderilen yazılar yayımlansın veya yayımlanmasın iade edilmez.
- Kabul edilmeyen makalelerin yazarlarına e-posta yoluyla bilgi verilir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM Kurallar

Dergide yer alacak makaleler, aşağıdaki maddelerde yer alan kuralları taşıyor olmalıdır:

1. Dergi, "Uluslararası Hakemli Dergi" statüsüne uygun, Nisan ve Ekim aylarında olmak üzere yılda iki sayı olarak yayımlanmaktadır. Gerekli hallerde Yayın Kurulu'nun salt çoğunluğuyla Özel Sayı olarak da yayımlanabilir.

2. Dergiye gönderilen makaleler daha önce başka bir yerde yayımlanmamış ya da yayımlanmak üzere gönderilmemiş olmalıdır.

3. Dergiye yayınlanmak için gönderilen yazılar:

a. **Orijinal çalışma:** Bilime yenilik getiren, daha önceki tezleri çürüten veya yeni bir bakış açısı getiren, yeni belgeler ortaya koyan çalışma,

b. **Derleme:** Tartışmalı veya muğlak halde olan bir konuda, bütün bibliyografyayı tenkit ederek bir sonuca bağlayan çalışma,

c. **Kitap tanıtımı:** Dergi, kendi yayım alanlarıyla ilgili güncel ve yeni yayımlanmış kitapların tanıtımına ilişkin çalışma,

ç. **Kitap İncelemesi:** Dergi, kendi yayım alanlarıyla ilgili güncel ve yeni yayımlanmış kitapların incelemesine yönelik çalışmalara açıktır.

d. Tüm eserlerin yayımlanıp, yayımlanmayacağına yayım kurulu karar verecektir.

4. Dergide yayınlanan yazıların, telif hakkı dergiye aittir. Yazar, dergide yayımlanmasına onay verilen yazısının her türlü telif hakkını devretmiş olduğunu kabul eder. Yazı kurulu, telif hakkı karşılığında yazarlarına beş adet dergi gönderir. Yayınlanmış yazının başka bir yayımda tekrar yayımlanması derginin iznine bağlıdır.

5. Dergiye gönderilen tercüme edilmiş yazılar için, yazının sahibinin yayım izni ve metnin orijinali gereklidir. Ayrıca tercüme çalışmaları da telif çalışmaları gibi hakem onayına gönderilir.

6. Dergide yayımlanan makalelerdeki görüşler, yazarlarının şahsi görüşleri olup; İstanbul Gelişim Üniversitesi'nin ve dergi kurullarının resmi görüşleri niteliğini taşımaz.

7. Yazardan düzeltme istenmesi durumunda, düzeltinin en geç 20 gün içinde yapılarak, Yayım Kurulu'na ulaştırılması gerekmektedir.

8. Yazarlar unvanlarını, görev yaptıkları kurumları, haberleşme adresleri ile telefon numaralarını ve elektronik posta adreslerini mutlaka bildirmelidir.

9. Yayımlanacak makalelerde esasa ilişkin olmayan düzeltmeler Yazı Kurulunca yapılabilir.

Yazım Kurallarına İlişkin Esaslar:

1. Dergide, derginin içeriğiyle ilgili özgün ve bilimsel nitelik taşıyan tüm makalelere, hakem heyetinin değerlendirmeleri neticesinde yer verilmektedir

2. Yazım dili Türkçe ve İngilizcedir. Yazım ve noktalamasında ve kısaltmalarda Türk Dil Kurumu İmlâ Kılavuzunun en son baskısı esas alınır. Gönderilen yazılar dil ve anlatım açısından bilimsel ölçülere uygun, açık ve anlaşılır olmalıdır.

3. Yayımlanmak üzere gönderilen yazılar, özet ve kaynakça dâhil yaklaşık 8.000 kelimedenden fazla olmamalıdır.

4. Makalenin ana bölümlerinde yazı karakteri Cambria, 11 punto, dipnotlar 10 punto yazılmalıdır.

5. Yazar adı, sağ köşeye, italik koyu, 11 punto olarak yazılmalı; unvanı, görev yeri ve elektronik posta adresi dipnotta (*) işareti ile 10 punto yazılarak

belirtilmelidir. Diğer açıklamalar için yapılan dipnotlar metin içinde ve sayfa altında numaralandırılarak verilmelidir.

6. Makalenin başlangıç kısmına (150 kelimeyi geçmeyecek şekilde), Türkçe ve İngilizce öz (abstract) ile beş adet anahtar kelime yazılmalıdır. Makalenin sonuna, 750 kelimeyi geçmeyecek şekilde, Türkçe makalelerde İngilizce, İngilizce makalelerde Türkçe özet (summary) eklenecektir.

7. Şekil, resim, grafik ve tablolar numaralandırılmalıdır. Şekil, resim ve grafik adları altında; tablo adı tablonun üzerinde yer almalıdır. Şekil, resim, grafik ve tablo içerisindeki yazı ve rakamlar 8 punto yazılmalıdır.

8. Yazı içinde kullanılan grafikler WINDOWS ortamında açılacak bir grafik formatında, fotoğraflar da JPG formatında ve 300 piksel çözünürlüğünde gönderilmelidir. Dergiye gönderilen yazı ve grafiklerin (resim, tablo, ekler vs.) dijital kayıtları bir CD ile gönderilmelidir. Makalenin konusuyla ilgili belge ve fotoğrafların orijinalleri veya baskıya uygun nitelikte olanları seçilmelidir. Fotoğraf altına ve şekil kenarına yazar adı belirtilmelidir.

9. Dilbilgisi ve anlatım yönünden yüksek oranda hata içeren makaleler değerlendirilmeye alınmayacaktır.

10. Latin alfabesi kullanılan dillerde isim orijinal haliyle verilmelidir. Diğer dillerde yazılan isimler ise İngilizce veya Türkçe transliterasyonu kullanılmaktadır.

11. Makaleler, bilgisayar ortamında "Word for Windows"un değişik sürümlerinde (.doc uzantısı olarak), bir CD'ye kayıt edilerek, dört nüsha (yazar Yazar adı, açık ve e-posta adresi bulunan bir nüsha ve yazar isimleri bulunmayan üç nüsha) olarak posta yoluyla veya elektronik posta yoluyla igusbd@gelisim.edu.tr adresine gönderilmelidir.

Sayfa Düzenine İlişkin Esaslar:

1. Paragraf yazısı, ilk satır 1.25, paragraflar arası önceki 3 nk, sonra 3 nk, iki yana dayalı, satır aralığı bir buçuk olmalıdır.
2. Sayfa düzeni normal, sayfa yapısı üstten 2,5 cm, alttan 2,5 cm, sol 4 cm, sağ 2,5 cm, cilt payı 0, üst bilgi 1.25 cm. alt bilgi 2,5 cm olmalıdır.
3. Metin içindeki başlıklar 1 cm içeride olmalıdır.
4. Sayfa numaraları alt ortada verilmelidir.

Metin İçinde Referans ve Göndermelerin Yazımına İlişkin Esaslar:

1. Göndermeler (referanslar), sayfa altında numaralandırılarak verilecektir.
2. Dipnotlarda yayın adları (Kitaplarda kitap adı, makalelerde dergi adı) italik yazılacak, atıflarda alıntı yapılan sayfa numarası mutlaka belirtilecektir.
3. Aynı kaynağa yapılan atıflarda kitaplar için, a.g.e., makaleler için a.g.m., tezler için a.g.t., raporlar için a.g.r. aynı sayfa için aynı yer kısaltmaları italik olarak kullanılmalıdır.

4. Dipnot yazımında uyulacak kurallar aşağıda, "Dipnot Yazım Kuralları" başlığı altında, detaylı bir şekilde verilmekte olup; yazarların bu düzene uymaları gerekmektedir.

Dipnot Yazım Kuralları

a-Tek yazarlı kitap ya da makale

i-Kitap:

Çağrı Erhan, *Türk-Amerikan İlişkilerinin Tarihsel Kökenleri*, Ankara, İmge Kitabevi, 2001, s. 55.

ii-Makale:

Gökhan Çetinsaya, "Essential Friends and Natural Enemies: The Historic Roots of Turkish-Iranian Relations", *Middle East Review of International Affairs*, Cilt 7, No 3, 2003, s. 116-132.

b-İki yazarlı kitap ya da makale

i-Kitap:

Gülten Kazgan ve Natalya Ulçenko, *Dünden Bugüne Türkiye ve Rusya*, İstanbul, Bilgi, 2003, s. 32.

ii-Makale:

Thomas G. Mahnken ve James R. FitzSimonds, "Revolutionary Ambivalence: Understanding Officer Attitudes Toward Transformation", *International Security*, Cilt 28, No 2, 2003, s. 122-135.

c-Üçten fazla yazarlı kitap ya da makale

i-Kitap:

Mehmet Gönübol...[ve öte.], *Olaylarla Türk Dış Politikası, 1919-1995*, Ankara, Siyasal Kitabevi, 1996, s. 129.

ii-Makale:

David Dranove...[et al.], "Is More Information Better? The Effects of "Report Cards" on Health Care Providers", *Journal of Political Economy*, Cilt 11, No 3, 2003, s. 25.

d- Kitapta makale

Joseph Turow, "A Mass Communication Perspective on Entertainment Industries", James Curan ve Michael Gurevitch (der.), *Mass Media and Society*, Londra, Edward Arnold, 1991, s. 160-167.

e- Çeviri kitap

Meltem Müftüler Baç, *Türkiye ve AB: Soğuk Savaş Sonrası İlişkiler*, çev. Simten Coşar, İstanbul, Alfa, 2001, s. 41.

f- Gazete Yazısı

Hasan Cemal, "Fiyasko ve Çıkış Yolu", *Milliyet*, 18 Aralık 2003, s. 7.

Yazarı belli olmayan gazete yazıları:

"Başbakan Washington Yolcusu", *Cumhuriyet*, 22 Aralık 2003, s. 8.

g- Yazarı belli olmayan resmi ya da özel yayınlar, raporlar vb.

Enerji Teknolojileri Politikası Çalışma Grubu Raporu, Ankara, TÜBİTAK, Mayıs 1998, s. 35.

h- Arşiv belgeleri

Başbakanlık Cumhuriyet Arşivi, Başbakanlık Hususi Kalem, 33218, 10 Aralık 1943.

i- İnternet'ten alınan kaynaklar

Mustafa Aydın, "ABD Dünyadan Ne İstiyor", 23 Mart 2003, <http://www.haberaliz.com/detay.php?detayid=325> (Erişim Tarihi 19 Aralık 2003), s. 1.

j- Söyleşi

İlber Ortaylı, Ankara, 10 Ekim 2003, kişisel görüşme.

k- Yüksek Lisans-Doktora Tezleri

Mustafa Pulat, *Avrupa Güvenlik ve Savunma Politikası: Türkiye'nin Avrupa Savunmasındaki Geleceği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2002, s. 10.

Kaynakça Yazımında Uyulacak Esaslar:

1. Atıfta bulunulan kaynağın tam kimliği verilecektir. Atıfta bulunulmamış eserler kaynakçada gösterilemez.
2. Kitaplar, makaleler, raporlar, gazeteler, arşiv belgeleri vd. ayrı ayrı kendi içinde alfabetik sıra ile verilecektir.
3. Kaynakçada yazar soyadı büyük ve başta; adı ise küçük harflerle yazılacaktır.
4. Makalelerin yer aldığı sayfa aralığı tam olarak belirtilecektir.

Aşağıda örnek bir kaynakça gösterilmiştir:

KARABULUT, Bilal, "Avrupa Birliği-İsrail İlişkileri", **Gazi Akademik Bakış Dergisi**, Cilt 1 Sayı 2, Yaz 2008, s.1-18.

KARACA, Ragıp Kutay, **Güç Olma Stratejisi Çin**, IQ Yayınları, İstanbul 2008.

SANDIKLI Atilla, "Atatürk Dönemi Türk Dış Politikası Işığında Avrupa Birliği'ne Giriş Süreci", İstanbul Üniversitesi, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü, İstanbul 2007 (Yayımlanmamış Doktora Tezi).

Belge, Tablo, Şekil ve Grafiklerin Kullanımında Uyulacak Esaslar:

1. Ekler (belgeler), yazının sonunda verilecek ve altında belgenin içeriği hakkında kısa bir bilgi ile bilimsel kaynak gösterme ölçütlerine uygun bir şekilde kaynak yer alacaktır.

2. Diğer ekler (Tablo, Şekil ve Grafik) normal yazı dışındaki göstergelerin çok olması durumunda Tablo, Şekil ve grafik için başlıklar; Ek Tablo: 1, Ek Grafik: 3 ve Ek Şekil: 7 gibi yazılmalı, ekler, kaynaklardan sonra verilmelidir.

Bu eklere metin içerisinde yapılan atıfların mutlaka Ek Tablo:1, Ek Grafik: 3 veya Ek Şekil: 7 şeklinde yapılmalıdır. Tablo, şekil, grafik ve resim alıntı yapılmışsa, mutlaka kaynak belirtilmelidir.

Kaynakların Yazımı İle İlgili Esaslar:

A. KİTAP

- Tek Yazarlı Kitap:

Ragıp Kutay Karaca, **Güç Olma Stratejisi Çin**, IQ Yayınları, İstanbul 2008. s.100.

- İki Yazarlı Kitap:

Atilla Sandıklı, İlhan Güllü, **Geleceğin Süper Gücü Çin**, Tasam Yayınları, İstanbul 2005.

- Üç ve üçten fazla Yazarlı Kitap:

Selçuk Esenbel...[ve öte.], **Türkiye'de Çin'i Düşünmek**, Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, İstanbul 2013, s. 100-102.

- Çeviri Kitaplar:

Bernard Lewis, **Modern Türkiye'nin Doğuşu**, (çev. Metin Kıratlı), TTK yayını, 3. Baskı, Ankara 1991, s.157.

- Yazar veya Editör Adı Bulunmayan Kitap:

Tarihi Yaratan 1000 Büyük Adam, Milliyet yayını, İstanbul 1985, s.50.

- Birden fazla Ciltten Oluşan Yayınlar

Enver Ziya Karal, **Osmanlı Tarihi**, Cilt V, TTK Yayınları, Ankara 2007, s. 100.

B. MAKALE

- Derleme Kitaplarda Makale

Fırat Purtaş, "Rusya'nın Demografik Krizi ve Rusya Türklerine Etkileri", Necdet Öztürk, Ali Satan, der., **Türk Dünyasının Problemleri ve Çözüm Önerileri**, IQ Yayınları, İstanbul, 2007, s.85.

- Dergilerde Yazarı Belli Olan Makale

Niu Song, "The Strategic Partnership between South Korea and the United Arab Emirates", **Güvenlik Stratejileri Dergisi**, Sayı:17, Nisan 2013, s. 132-136. (varsa cilt numarası da yazılır.)

- Dergilerde ve Gazetelerde Yazarı Belli Olmayan Makale

"Balkanlarda Türk Varlığı", **Toplumsal Tarih**, cilt: X, sayı: 7, Mayıs 1990, Ankara s. 8.

- Günlük Gazetelerden Alınmış Makaleler

Fuat Keyman, "Türkiye'yi bekleyen ciddi tehlikeler", **Milliyet**, 4 Eylül 2013, s.9.

- İnternet Dergisinde Makale

İslam Halidov, "Kırgızistan Devrimlerinde Son Durum", **Akademik Bakış**, Sayı: 38 Yıl: 2013, ISSN: 1694-528X, <http://www.akademikbakis.org/38/07.htm>.

C. RAPOR

- Yazarı Belli Olan Rapor

Salih Akyürek, Mehmet Ali Yılmaz, Türk Silahlı Kuvvetlerine Toplumsal Bakış, **BİLGESAM Raporu**, İstanbul 2013, s.25.

- Yazarı Belli Olmayan Bir Kurum, Firma ya da Enstitünün Yazarı Olduğu Rapor

"Bütün Boyutlarıyla Suriye Krizi ve Türkiye", **BİLGESAM Raporu**, 27 Kasım 2012, s. 33.

D. ANSİKLOPEDİ MADDESİ

"Türkiye'ye Savaş Denizden Geliyor", **I. Dünya Savaşı Ansiklopedisi**, C.1, İstanbul 1976, s. 76-79.

E. TEZLER

Yayınlanmamış Tezlerin başlıkları için italik kullanılmayacaktır.

Hakan Tunç, "Wallerstein'e Göre Modern Dünya Sistemi", Beykent Üni., İstanbul 2010 (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), s. 52.

F. İNTERNET

- Kamu Kurumlarının İnternet Sayfaları

T.C. Dışişleri Bakanlığı Resmi İnternet Sayfası, "G20 Zirvesi kapsamında Suriye'deki insani durum ele alındı.", <http://www.mfa.gov.tr/default.tr.mfa>

- E-Posta Yoluyla Tartışma Gruplarına, Forumlara vb. Gönderilen Mesajlar

Abdulahap Kara, "Kazak Mitolojisinin Dildeki Yansımaları", (Mesaj: 25), 10 Temmuz 2007, http://groups.google.com/group/turktarihciler/browse_thread/thread/f8cef971cca8fd7b

G. KONFERANSLARDA SUNULAN TEBLİĞLER

Çağrı Erhan, “Çok Taraflı İş Birliğine Geçiş Sürecinde Tehdit Algılamaları ve Uluslararası Mukabele Yöntemleri”, Küreselleşme ve Uluslararası Güvenlik Sempozyumu, Bildiriler, 29-30 Mayıs 2003, ATASE yayını, Ankara 2003, s. 84.

H. BROŞÜR

Alev Keskin, 1877-78 Osmanlı-Rus Harbi Harp Tarihi Broşürü, ATASE Yayınları, Ankara 2000, s.7.

İ. RESMÎ YAYINLAR

Yusuf Sarınoy, **Ottoman Archives and Ethio-Ottoman Relations**, Başbakanlık Basımevi, Ankara 2001, s. 48.

J. HARİTALAR VE ŞEMALAR

Kayseri Turizm Haritası, Harita, Kayseri Valiliği Yayını, 2003.

K. BÜLTEN

Sami Selçuk, “Türkiye’de uzlaşma kültürü yok”, **Atatürk Üniversitesi Haber Bülteni**, Atatürk Üniversitesi yayınları, Erzurum, 2008, s 10-11.

L. ARŞİV BELGELERİ

BOA., Y.A.HUS., D: 512, G: 72, Belge no (lef): 3, ATASE., BHK., K: 685, A: 6-8288, D: 5, F: 2.

PUBLICATION PRINCIPLES and GUIDELINES

CHAPTER I: Objective, Scope, Contents and Descriptions

Descriptions:

Journal: İstanbul Gelişim University Journal of Social Sciences,

Owner of the Journal: Rector of Istanbul Gelisim University on behalf of University's founding Foundation;

Publication Board: Faculty members who are determined by the Dean of Economics, Administrative and Social Sciences, working in the field of Social Science and Humanities, and have an outstanding scientific work

Referee Board: At least five faculty members selected from different universities who are specialised in the field

Editor-in-Chief: Faculty member(s) appointed by the Dean of the Economics, Administrative and Social Sciences Faculty of Istanbul Gelisim University

Assistant Editors: Faculty members designated by the Dean of the Economics, Administrative and Social Sciences Faculty from related departments

Editorial Board: Students and teaching members determined by the editor

Objectives and Scope:

1. The objective is to regulate principles for the publication of Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences (IGUJSS) which will take place under the aegis of the Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences.
2. The aim of the journal is to create a common academic platform from the different disciplines within the humanities such as Economics, Administrative Sciences, Political Science and International Relations etc. Additionally, the journal also publishes book reviews and presentations.
3. The journal publishes scientific articles on Economics and Administrative Sciences, Political Science and International Relations, Law, History of Art, Archaeology, Communication Sciences, Linguistics, Fine Arts, History, Sociology, Psychology, Turkish Language and Literature, Philosophy, Geography, Security and Education Sciences.
4. The journal is published twice a year (April and October)
5. IGUJSS is an international refereed journal.

Content:

Articles submitted to the journal;

1. Must be prepared by using relevant research methods and models to their own field, and must have the ability to contribute to the field.
2. Must be a research or study which assesses, criticizes, presents new and interesting views about a formerly-published work.
3. The journal may also include research, statement, biography or compilation papers, translations or book criticisms of contribution to scientific field in which a concept or theory is discussed, criticized or explained.
4. Publication in the journal should be in accordance with the format and publishing principles.
5. In addition to these, journal may publish book promotions and reviews.

CHAPTER II: Responsibilities

Rules determining the functioning of the Journal

1. Responsibilities of the Publishing Board:

- a) Meets twice a year except in unusual circumstances.
- b) Publication Board examines the papers to the journal in terms of relevancy of form and field, identifies experts of literature in the academy (based on theses, publications and the field of expertise), and submits them to relevant referee assessments.
- c) It decides whether the paper will be published or not according to referee decisions, and makes the ordering and list of papers to publish for those approved by the referee.
- d) It decides on the publication of special issue with absolute majority.

1. Referee Board:

Referees examine the papers submitted as to methodology, scope and originality, and decide whether they are appropriate for publication. They may change in each issue depending on the content of the article.

1. Editor-in-Chief

- a) He/she ensures coordination among members of the Publication Board.
- b) He/she calls the Publication Board to meet at certain times, except for special times, in order to make a pre-assessment of papers to the journal.
- c) He/she takes up the editorial responsibilities on behalf of the Publication Board.
- d) He/she assigns one of the vice editors in extraordinary circumstances on matters related to his/her responsibilities in order prevent disruption of work.

2. **Assistant Editors:** They assist editor-in-chief in ensuring coordination between the members of the publication board, following up referee process of the papers, and examining the referee reports.
3. **Publication Board:**
 - a) They assist the editor-in-chief in technical matters and the follow up of the papers.
 - b) They correct the manuscripts submitted to the journal and make the journal ready for printing.

CHAPTER III

An Assessment

1. Publication Board of the Journal sends to two referees of expertise the papers it has found relevant in terms of form and fields for assessment. The paper is accepted for publication if both of the referees are positive. If one referee report is positive while the other one is negative, the paper is sent to a third referee. The papers which have been decided to be reviewed shall be submitted by the author(s) within no later than 20 days (including the duration of postal service). The revised text may be re-examined by the demanding referees should the Journal publication board find necessary.

2. The papers submitted shall be published within the final decision of the Publication Board following the “can be submitted” approval of the two experts in the field. Authors shall take into account criticisms, assessments and revisions of the referees and the Publication Board. If the author has any points he/she does not agree with, he/she has the right to specify these issues in a separate page within the justification thereof.

3. The papers, following the approval by the referees, are ordered by the Publication Board, based on dates of completion of referee reports and also based on the scope of the journal.

4. The papers submitted to the journal shall not be given back whether published or not.

5. Authors of the papers that are not accepted for publication are informed by e-mail.

CHAPTER IV

Rules

Papers to be published on the article must bear the following rules in the articles below:

Journal shall be published in two editions annually, as April and October editions in line with the status of an ‘International Refereed Journal’. It may be published as a Special edition if necessary if Publication Board decides by absolute majority.

1. Papers submitted to the journal should not have been published or sent for publication elsewhere
2. The papers submitted to the journal must be one of the following:
 - a. **Original study:** a study which brings innovation to science invalidates former arguments or brings a new perspective, presents new documents. **Compilation:** a study on a controversial or ambiguous issue which discusses all eth bibliography and makes an argument.
 - b. **Book Promotion:** a study on the promotion of a newly published work in the related field.
 - c. **Book Review:** a study on the review of newly published books in the relevant field
 - d. Publication of all articles submitted to the journal depends on the decision of the Publication Board.
3. The copy right of the papers published in the journal belongs to the journal. The author agrees to transfer all copy rights of the paper which has been approved to be published in the journal. Editorial Board sends five copies of the journals to the author in exchange of the copy right. Any re-publication of the published work is subjected to the approval of the journal.
4. For translations submitted to the journal, publication permission of the author and original of the text are required. Translations shall also be submitted to the approval of the referee similar to copy right issues.
5. The views in the papers published in the Journal are personal views of the authors, and do not represent the official views of the IGÜJSS.
6. Revision on the papers should be sent to the Editorial Board latest within 20 days, should the author is requested.
7. Authors' titles, institutions, and correspondence addresses, telephone numbers and e-mail addresses must be reported.
8. Meritorious corrections to the articles accepted for publication are done by the Editorial Board.

Principles as to the Editorial Board

1. All the articles to the Journal which are related to the content of the journal, original and have scientific quality are published based on the assessments of the Referee Board.
2. Language of publication is Turkish, English, French, and Russian. The most recent edition of the spelling guide of Turkish Language Institution is taken into account for language use, punctuation and abbreviations. The texts submitted must be

clear and understandable, and be in line with scientific criteria in terms of language and expression.

3. The texts submitted to be published must be no longer than 8,000 words including the abstracts and references.

4. The type character should be Cambria with a font size of 11 pt. in the main parts of the article, and 10pt in footnotes.

5. Name of the author must be placed at the right corner in bold italics, in 11 type size; his/her title, place of duty and e-mail address must be indicated in the footnotes with (*) in 10 type size. Footnotes for other explanations must be provided both in the text and down the page in numbers.

6. The texts must start with an abstract (no longer than 150 words) and 5 keywords in Turkish and English. At the end of the text, a summary (özet) not exceeding 750 words must be provided in English for Turkish articles and in Turkish for English articles.

7. Figures, pictures, graphs and tables should be numbered and must be written in 8pt. The figure, picture and graph names should be placed under them, while table name should be placed above the table.

8. Graphs used within the text should be sent in a format that can be opened in WINDOWS environment, while photographs should be submitted in JPG format and at a resolution of 300 pixels. Texts and graphs submitted to the article (picture, table, attachments etc.) should also be sent in a CD with their digital records. Among the documents and original photos related to the content of the article, those ones appropriate for publication should be selected. Name of the author should be indicated at the edge of the figure or below the photo.

9. Articles with significant errors in grammar and expressions will not be taken into the assessment process.

10. For languages using Latin alphabet, the name should be provided in original writing. Names written in other languages should be provided together with English or Turkish translations.

11. Articles submitted in computer environment should be saved as in different versions of "Word for Windows", recorded in a CD, sent by post as four copies, or by e-mail to igusbd@gelisim.edu.tr

Principles as to Page Layout

1. Indentation must be, for the first line, 1, 25; spacing before must be 3 pt., after must be 3 pt., justified, and line spacing must be 1, 5.

2. Page layout should be normal, page set up must be 2,5 cm from top, 2,5 cm from bottom, 4 cm from left, 2,5 cm from right, gutter 0, header 1.25 cm. footer 2,5 cm.

3. Sub-headings must be within 1 cm from the preceding heading.

4. Page numbers must be placed at the bottom centre.

Principles as to References and Citations within the Text

1. References and citations shall be given down the pages in numbers.
2. Name of the publications in footnotes (Book name in books and journal name in articles) shall be indicated in italic; page numbers cited shall be absolutely specified.
3. With regard to citations to the same resource, "Ibid" shall be used in italic the same place for the same page.
4. The rules pertaining to footnotes are presented in details in the attached box under the heading of "Rules as to Footnotes"; authors must abide by these rules.

Principles as to Writing Bibliography

1. Full identity of the resources cited shall be given; any un-cited resource shall not be presented in the references.
2. Books, articles, reports, newspapers, archival documents...[et al.] will be given separately in alphabetical order in their own kind.
3. In bibliography, surname of the author will be written first and in capitals; and the name will be written in small letters.
4. Exact page numbers of the papers should be specified.

A Sample Bibliography is presented below:

KARABULUT, Bilal, "Avrupa Birliği-İsrail İlişkileri", **Gazi Akademik Bakış Dergisi**, Volume 1, Number 2, Summer 2008, p. 1-18.

KARACA, Ragıp Kutay, **Güç Olma Stratejisi Çin**, IQ Publishing, İstanbul 2008.

SANDIKLI, Atilla, "Atatürk Dönemi Türk Dış Politikası Işığında Avrupa Birliği'ne Giriş Süreci", İstanbul Üniversitesi, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü, İstanbul 2007 (Unpublished Doctorate Thesis).

Principles to Abide By in Using Documents, Tables, Figures and Graphs:

1. Attachments (documents), shall be presented at the end of the text and down below shall be a brief information as to the content of the document and proper citation in line with the relevant criteria.
2. Other attachments (Table, Figure, Graphs) shall be presented as Additional Table: 1, Additional Graph: 3 and Additional Figure 7 if indicators other than the text are too many in number; attachments shall be presented after the REFERENCES.

References to these attachments in the text shall absolutely be made as Additional Table: 1, Additional Graph 3 or Additional Figure 7. If citation has been made for table, figure, graph or picture, resource shall absolutely be indicated.

Principles as to the Writing of Resources

A. BOOKS

- Works with single author:

Ragıp Kutay Karaca, **Güç Olma Stratejisi Çin**, IQ Publishing, İstanbul 2008. p.100.

- Works with two authors:

Atilla Sandıklı, İlhan Güllü, **Geleceğin Süper Gücü Çin**, Tasam Publishing, İstanbul 2005.

- Books with three or more authors:

Selçuk Esenbel...[et al.], **Türkiye’de Çin’i Düşünmek**, Boğaziçi Üniversitesi Publishing, İstanbul 2013, p. 100-102.

- Translated Books:

Bernard Lewis, Modern **Türkiye’nin Doğuşu** (trans. by Metin Kıratlı), TTK Publishing, 3rd Edition, Ankara 1991, p.157.

- Books with Name of Author or Editor Non-Specified:

Tarihi Yaratan 1000 Büyük Adam, Milliyet Publishing, İstanbul 1985, p.50.

- Books with More Than One Edition:

Enver Ziya Karal, **Osmanlı Tarihi**, Volume V, TTK Pub., Ankara 2007, p. 100.

B. PAPERS

- Paper in Compilation Books

Fırat Purtaş, “Rusya’nın Demografik Krizi ve Rusya Türklerine Etkileri”, Necdet Öztürk, Ali Satan, (der.) **Türk Dünyasının Problemleri ve Çözüm Önerileri**, IQ Publishing, İstanbul 2007, p.85.

- Paper with Author Specified in Journals

Niu Song, “The Strategic Partnership between South Korea and the United Arab Emirates”, **Güvenlik Stratejileri Dergisi**, Number:17, April 2013, p. 132-136. (varsa Volume numarası da yazılır.)

- Paper with Author Non-Specified in Journals and Newspapers

“Balkanlarda Türk Varlığı”, **Toplumsal Tarih**, Volume: X, Number: 7, Mayıs 1990, Ankara p. 8.

- Papers from Daily Newspapers

Fuat Keyman, “Türkiye’yi bekleyen ciddi tehlikeler”, **Milliyet**, 4 September 2013, p.9.

- Paper from Internet Journal

İslam Halidov, “Kırgızistan Devrimlerinde Son Durum”, **Akademik Bakış**, Number: 38 Year: 2013, <http://www.akademikbakis.org/38/07.htm>.

C. REPORTS

- Report with Author Specified

Salih Akyürek, Mehmet Ali Yılmaz, Türk Silahlı Kuvvetlerine Toplumsal Bakış, **BİLGESAM Report**, İstanbul 2013, p.25.

- Report of an Institution, Company or Institute with Author Non-Specified

“Bütün Boyutlarıyla Suriye Krizi ve Türkiye”, **BİLGESAM Report**, 27 November 2012, p. 33.

D. ENCYCLOPEDIA ARTICLES

“Türkiye’ye Savaş Denizden Geliyor”, **I. Dünya Savaşı Ansiklopedisi**, V.1, İstanbul 1976, p. 76-79.

E. THESES

No italics shall be used for headings of non-published Theses

Hakan Tunç, “Wallerstein’e Göre Modern Dünya Sistemi”, Beykent Üni., İstanbul 2010 (Unpublished Master Thesis), p. 52.

F. INTERNET

- Web Pages of Public Institutions

Official Website of Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Turkey, “G20 Zirvesi kapsamında Suriye’deki insani durum ele alındı.”, <http://www.mfa.gov.tr/default.tr.mfa>

- Messages Sent to Discussion Boards, Forums etc by E-Mail

Abdulvahap Kara, “Kazak Mitolojisinin Dildeki Yansımaları”, (Message: 25), 10 July 2007, http://groups.google.com/group/turk-tarihciler/browse_thread/thread/f8cef971cca8fd7b

G. PAPERS PRESENTED IN CONFERENCES

Çağrı Erhan, “Çok Taraflı İş Birliğine Geçiş Sürecinde Tehdit Algılamaları ve Uluslararası Mukabele Yöntemleri”, Küreselleşme ve Uluslararası Güvenlik Sempozyumu, Presentations, 29-30 May 2003, ATASE Publishing, Ankara 2003, p. 84.

H. BROCHURES

Alev Keskin, 1877-78 Osmanlı-Rus Harbi Harp Tarihi Broşürü, ATASE Publishing, Ankara 2000, p.7.

İ. OFFICIAL PUBLICATIONS

Yusuf Sarınoy, **Ottoman Archives and Ethio-Ottoman Relations**, Başbakanlık Printing, Ankara 2001, p. 48.

J. MAPS AND FIGURES

Kayseri Turizm Haritası, Harita, Kayseri Valiliği Publishing, 2003.

K. BULLETINS

Sami Selçuk, "Türkiye'de uzlaşma kültürü yok", **Atatürk Üniversitesi Haber Bülteni**, Atatürk Üniversitesi Publishing, Erzurum, 2008, p. 10-11.

L. ARCHIVE DOCUMENTS

BOA., Y.A.HUS., D: 512, G: 72, Belge no (lef): 3, ATASE., BHK., K: 685, A: 6-8288, D: 5, F: 2.

Sayfa/Page | 215

İGÜSBD
Cilt: 3 Sayı: 2
Ekim /
October 2016

**İstanbul Gelişim Üniversitesi Yayınları (İGÜ Yayınları) Tanıtım:
Yayınlanmış Kitaplar (2012-2016):**

Yayın No	Yazar adı	Eser adı	ISBN
1	Öğ. Gör. Emel Tozlu	Aesthetic Theory of Bertolt Brecht and Cinema	978-605-62823-0-0
2	Yrd. Doç. Dr. Aybike Serttaş Ertike	Televizyon: Alternatif Evren	978-605-62823-1-7
3	(Haz.) Yusuf Akçay	Doğumunun 400. Yılında Uluslararası Evliya Çelebi Sempozyumu Bildirileri	978-605-359-479-6
4	Öğ. Gör. Öznur Yaman	Meslek Yüksekokulları İçin İşletme Yönetimi - 1 (İKMEP İçeriğine Uyumlu)	978-605-62823-2-4
5	Yrd. Doç. Dr. Alaattin Fırat, Ar. Gör. Fatih Gökbayrak	Yeni Türk Ticaret Kanunu (6102 Sayılı Kanun): Ticaret Hukuku ve Şirketlerine Getirilen Yenilikler	978-605-62823-3-1
6	Öğ. Gör. Semiye Bottan	Türkiye'nin Denim Giysi İhracatının Ülkelere Göre Tasarım Farklılıkları	978-605-62823-4-8
7	Öğ. Gör. Tarık Babayiğit	Batik Sanatı	978-605-62823-5-5
8	Prof. Dr. A. Kazım Kirtiş	Pazarlama İlkeleri: Global ve Yönetimsel Yaklaşım	978-605-62823-8-6
9	Prof. Dr. A. Kazım Kirtiş	Dış Ticaret İşlemleri Muhasebesi: Teorik ve Uygulamalı	978-605-62823-6-2
10	Prof. Dr. A. Kazım Kirtiş	Pazarlama Yönetimi: Global ve Yönetimsel Yaklaşım	978-605-62823-9-3
11	Doç. Dr. Oğuz Feyzioğlu	Ekonometri: Matris Cebiriyle Ayrıntılı Teori ve Uygulamalar	978-605-4827-00-8
12	Dr. Ali Orhan Aydın	Yapay Zekâ: Bütünleşik Bilişim Doğru	978-605-4827-03-9
13	Öğ. Gör. Sefer Darıcı	Bilinçaltı Reklamcılık ve İletişim Teknikleri	978-605-4827-04-6
14	Prof. Dr. Cevdet Atay	Genel ve Temel Hukuk Kavram ve Kurumları	978-605-4827-13-8
15	Prof. Dr. Sinan Çağdaş	Mühendislikte Mekanik-Statik	978-605-4827-14-5
16	Yrd. Doç. Dr. İsmail Cem Ay	Dünya Bankası'nın Önerdiği Yapısal Uyum Programlarının Azgelişmiş Ülkelere Etkilerinin Ülke Örnekleriyle İncelenmesi	978-605-4827-01-5

17	Doç. Dr. Ulaş Başar Gezgin	Bilişsel Bilimler Elkitabı	978-605-4827-15-2
18	Prof. Dr. Osman Zekayi Orhan	Dünyada ve Türkiye’de Lojistik Sektörünün Gelişimi	978-605-4827-08-4
19	Prof. Dr. Osman Zekayi Orhan	Türkiye’de Bütçe ve Maliye Politikaları	978-605-4827-11-4
20	Prof. Dr. Osman Zekayi Orhan	Keynezyen ve Monetarist İstikrar Politikaları	978-605-4827-07-7
21	Prof. Dr. Osman Zekayi Orhan	Gümrük Birliği Sürecinde Türk Otomotiv Sanayiinin ve Otomotiv Yan Sanayiinin Rekabet Gücü	978-605-4827-09-1
22	Prof. Dr. Osman Zekayi Orhan	Sınır Ticaretinin Türkiye Ekonomisine Etkileri	978-605-4827-10-7
23	Prof. Dr. Osman Zekayi Orhan	Türkiye’de Tarımsal Destekleme ve Taban Fiyatları Politikası	978-605-4827-12-1
24	Prof. Dr. Osman Zekayi Orhan	Başlıca Enflasyon Teorileri ve Türkiye’de Enflasyon	978-605-4827-05-3
25	Yrd. Doç. Dr. İsmail Cem Ay	Basel Kriterleri Çerçevesinde Türk Finans ve Bankacılık Sektörünün Yeniden Düzenlenmesi	978-605-4827-02-2
26	Yrd. Doç. Dr. Hasan Tınmaz – Yrd. Doç. Dr. İlker Yakın (ed.)	Engelsiz Bilişim 2013 Sempozyumu Bildirileri (Uluslararası Katılımlı)	978-605-4827-17-6
27	Prof. Dr. M. Sinan Çağdaş	Şekil Değiştiren Cisim Mekaniği: Mukavemet I	978-605-4827-19-0
28	Esra Köten, Barış Erdoğan	Engelli Gençler, Sosyal Dışlanma ve İnternet	978-605-4827-20-6
29	Assoc. Prof. Dr. R. Kutay Karaca - Prof. Dr. Wang Li (eds.)	Sino-Turkey Relations: Concept, Policies and Prospects	978-605-4827-18-3
30	Prof. Dr. M. Sinan Çağdaş	Şekil Değiştiren Cisim Mekaniği: Mukavemet II	978-605-4827-21-3
31	Leman Kuzu	Üretim İşletmelerinde İnsan Kaynakları ve Çalışan Personelin Motivasyonu	978-605-4827-22-0
32	Yrd. Doç. Dr. Sinem Tuna, Yrd. Doç. Dr. Deniz Akçay (ed.)	Approaches on New Media: Proceedings of 1st International New Media Conference (May 21, 2015, Istanbul, Turkey)	978-605-4827-28-2
33	Yrd. Doç. Dr. Elif Güneri	Akıl Hastalıkları ve Şiddet: Şiddetin İnsanlığımdan, Deliliğimden Değil!	978-605-4827-23-7
34	Yrd. Doç. Dr. Alaattin Fırat, Ar. Gör. Fatih Gökbayrak	Dış Ticaret ve Türkiye’nin Dış Ticareti	978-605-4827-06-0
35	Yrd. Doç. Dr. Elif Güneri	Rorschach Testi: Dinamik-Diagnostik Yaklaşım	978-605-4827-25-1

36	Prof. Dr. M. Sinan Çağdaş	Uygulamalı SAP2000: Yapı Sistemlerinin Modellenmesi: Projelendirmede Çubuk (Frame), Kabuk (Shell) Asolid, Solid Elemanlar Kullanımı: Statik ve Dinamik Analiz	978-605-4827-26-8
37	Yrd. Doç. Dr. Elif Güneri	Kayıp Ülkeler: Şizofreni-Bipolar Affektif Bozukluk (Mani)	978-605-4827-24-4
38	Prof. Dr. Naci Yücefer	İnşaat Mühendisliğine Giriş: Temel Konular, Elaltı Bilgileri, Örnekler	978-605-4827-16-9
39	Öğ. Gör. Işık Akın	The Impact of Credit Risk Management on the EU Banks Performance	978-605-62823-7-9
40	Öğ. Gör. Ünsal Tazegül	Güreş Anıları İle Atatürk	978-605-4827-29-9
41	Yrd. Doç. Dr. Nazlı Gamze Sansar	Sermaye Piyasaları ile Sürdürülebilir Kalkınma	978-605-4827-30-5
42	İstanbul Gelişim Üniversitesi	İstanbul Gelişim Üniversitesi: Stratejik Plan: 2016-2020	978-605-4827-31-2 978-605-4827-32-9
43	Prof. Dr. M. Sinan Çağdaş	Bilgisayar Uygulamaları ile Rijitlik Matrisleri Metodu	978-605-4827-27-5

Kitaplarımızı temin etmek için Pandora'nın aşağıdaki iletişim bilgilerinden yararlanabilirsiniz. Aynı zamanda yayınlarımızı tüm seçkin yayınevlerinden edinebilirsiniz.

pandora

Satış: satis@pandora.com.tr

Adres: Büyükparmakkapı Sokak No: 3/A, Beyoğlu - İstanbul

musterihizmetleri@pandora.com.tr | Bilgi: bilgi@pandora.com.tr

Telefon: +90 (850) 200 2206 - (212) 230 0962 | **Faks:** +90 212 219 4292

Ağ Sayfası: <http://www.pandora.com.tr>

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI

Adres: Rektörlük Binası - Cihangir Mah. Şehit Jandarma Komando Er Hakan Öner

Sk. No: 1 Avcılar 34310 / İstanbul / Türkiye

iguyayinlari@gelisim.edu.tr

Telefon: 0212 4227000 / 350

Belgeç: 0212 4227401

Ağ Sayfası: <http://www.gelisim.edu.tr/>

Facebook: iguyayinlari

Twitter: @IGUYayinlari



İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ

Cihangir Mah. Şehit Jandarma Komando Er Hakan Öner Sk.

No: 1 34310 Avcılar / İstanbul / Türkiye

bilgi@gelisim.edu.tr

Telefon: +90 212 422 70 00

+90 850 622 67 00

Belgeç: +90 212 422 74 01

Ağ Sayfası: www.gelisim.edu.tr