



DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY
THE JOURNAL OF GRADUATE SCHOOL OF
SOCIAL SCIENCES

Cilt / Volume : 20

Sayı / Issue : 1

ISSN : 1302 - 3284

E-ISSN: 1308-0911

Yıl/Year: 01 Ocak-31 Mart 2018 / 01 January-31 March 2018

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Cilt: 20 Sayı: 1 Yıl: 2018

Yayın No : 09.8888.5300.000/BY.018.098.954

ISSN: 1302-3284

E-ISSN: 1308-0911

Derginin Sahibi : Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü adına Prof. Dr. Metin ARIKAN

Sorumlu Müdür : Doç. Dr. Erkan GÖKSU

Editörler : Prof. Dr. Metin ARIKAN
Doç. Dr. Erkan GÖKSU
Dr. Öğr. Üyesi Ayçıl YÜCER

Yönetim Yeri : T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Tınaztepe Yerleşkesi 35390 Buca, İZMİR

Yayının Türü : Yılda En Az Dört Kez Yayınlanan Akademik Hakemli Dergidir.

Online Yayın Tarihi : 05.06.2018

Yönetim ve Yazışma Adresi : Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Tınaztepe Yerleşkesi 35390 Buca/İZMİR
Tel: (232) 301 87 60
Faks: (232) 453 02 66
E-posta: sbederji@deu.edu.tr
Erişim Sitesi: www.sbe.deu.edu.tr/dergi/dergi.htm

WEB Editörü : Öğr. Gör. Özlem ABACIOĞLU

Dergide yayınlanan makalelerin bilim, içerik ve dil bakımından sorumluluğu yazarlarına aittir.

Dergide yayınlanan makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

Basım Yeri : Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası

Basım Tarihi : 20.07.2018

Basım Adedi : 250

Basım Yeri Adresi : Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası
DEÜ Tınaztepe Kampüsü 35390 Buca - İZMİR
Tel : 0(232) 301 93 00 - Fax : 0(232) 301 93 13

DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY PUBLICATIONS

DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY JOURNAL OF GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES

Volume: 20 Issue: 1 Year: 2018

Edition Number: 09.8888.5300.000/BY.018.098.954

ISSN: 1302-3284

E-ISSN: 1308-0911

Journal Owner : Prof. Dr. Metin ARIKAN, The owner on behalf of Dokuz Eylül University
Graduate School of Social Sciences

Director : Assoc. Prof. Dr. Erkan GÖKSU

Editors : Prof. Dr. Metin ARIKAN
Assoc. Prof. Dr. Erkan GÖKSU
Asst. Prof. Dr. Ayçıl YÜCER

Place of Management : Dokuz Eylül University Graduate School of Social Sciences
Tınaztepe Yerleşkesi 35390 Buca/İZMİR/TURKEY

Publication Type and

Period : Journal is a peer-reviewed and published at least four times a year.

Online Date of Issue : 05.06.2018

Management and Correspondence Address : Dokuz Eylül University, Graduate School of Social
Sciences, Tınaztepe Campus 35390 Buca/İZMİR/TURKEY
Tel: +90 (232) 301 87 60
Fax: +90 (232) 453 02 66
E-mail: sbedergi@deu.edu.tr
WEB: www.sbe.deu.edu.tr/dergi/JOURNAL.htm

WEB Editor : Instructor Özlem ABACIOĞLU

The academic and content responsibility of the articles published in our journal exclusively belongs to the authors.
The articles published in our journal cannot be used without giving reference to the relevant article.

Place of Printing : Dokuz Eylül University Printing House

Date of Issue : 20.07.2018

Total number printed : 250

Place of Printing Address : Dokuz Eylül University Printing House
DEU Tınaztepe Campus 35390 Buca / İZMİR / TURKEY
Tel: +90(232) 301 93 00 - Fax: +90(232) 301 93 13

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Hakemli Dergi

Cilt: 20 Sayı: 1 Yıl: 2018

Dergi Yayın Komisyonu

Prof. Dr. Metin ARIKAN - Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Rıza SAVAŞ - Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Nevzat KAYA - Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Ali DEVECİ - Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Erkan GÖKSU - Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Atalay GÜNDÜZ - Dokuz Eylül Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ayçıl YÜCER, Dokuz Eylül Üniversitesi
Öğr. Gör. Özlem ABACIOĞLU - Dokuz Eylül Üniversitesi

DANIŞMA KURULU

Prof. Dr. Abbas TÜRNÜKLÜ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet TAŞAĞIL	Yeditepe Üniversitesi
Prof. Dr. Aynur KOÇAK	Yıldız Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Binnur GÜRLER	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Birsen KARACA	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Erhan DEMİRELİ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Fatih TOKTAŞ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Güler GÜLSEVİN	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Hatice ŞİRİN	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. İlber ORTAYLI	Galatasaray Üniversitesi
Prof. Dr. İlseyar ZAKİROVA	Galimcan İbrahimov Dil, Edebiyat ve Sanat Enstitüsü, Tataristan, Rusya
Prof. Dr. İpek DEVECİ KOKAKOÇ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Kamil İŞERİ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Karl REICHL,	Bonn Üniversitesi, Almanya
Prof. Dr. Mehmet AÇA	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa DAŞ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa ÖNER	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa SEVER	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Nadim MACİT	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Nafıze Sibel GÜZEL	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Nevzat ŞİMŞEK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Nikolay YEGOROV	Çuvaş Devlet Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çuvaşistan, Rusya
Prof. Dr. Nurettin ÖZTÜRK	Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Olcobay KARATAYEV	Kırgızistan Manas Üniversitesi, Kırgızistan
Prof. Dr. Ömür N. T. ÖZMEN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Özkul ÇOBANOĞLU	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Recep KÖK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Şakir İBRAYEV	L.N. Gumilev Avrasya Milli Üniversitesi, Kazakistan
Prof. Dr. Tufan GÜNDÜZ	Milli Savunma Üniversitesi
Prof. Dr. Turgay UZUN	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Yusuf KILDİŞ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Z. Nilüfer KARACASULU	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Zeki ERDUT	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Zeki KAYMAZ	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Zerrin Toprak KARAMAN	Dokuz Eylül Üniversitesi

Dizgi: Öğr. Gör. Özlem ABACIOĞLU

DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY
JOURNAL OF GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
Refereed Journal

Vol: 20 Issue: 1 Year: 2018

Publishing Commission of Journal

Prof. Dr. Metin ARIKAN - Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Rıza SAVAŞ - Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Nevzat KAYA - Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Ali DEVECİ - Dokuz Eylül University
Assoc. Prof. Dr. Erkan GÖKSU - Dokuz Eylül University
Assoc. Prof. Dr. Atalay GÜNDÜZ - Dokuz Eylül University
Asst. Prof. Dr. Ayçıl YÜCER, Dokuz Eylül University
Instructor Özlem ABACIOĞLU - Dokuz Eylül University

ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Abbas TÜRNÜKLÜ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Ahmet TAŞAĞIL	Yeditepe University
Prof. Dr. Aynur KOÇAK	Yıldız Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Binnur GÜRLER	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Birsen KARACA	Ankara University
Prof. Dr. Erhan DEMİRELİ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Fatih TOKTAŞ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Gürer GÜLSEVİN	Ege University
Prof. Dr. Hatice ŞİRİN	Ege University
Prof. Dr. İlber ORTAYLI	Galatasaray University
Prof. Dr. İlseyar ZAKİROVA	Institute of Galimcan İbrahimov Language, Literature and Art, Tatarstan / Russian Federation
Prof. Dr. İpek DEVECİ KOCAKOÇ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Kamil İŞERİ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Karl REICHL	University of Bonn, Germany
Prof. Dr. Mehmet AÇA	Marmara University
Prof. Dr. Mustafa DAŞ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Mustafa ÖNER	Ege University
Prof. Dr. Mustafa SEVER	Gazi University
Prof. Dr. Nadim MACİT	Ege University
Prof. Dr. Nafize Sibel GÜZEL	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Nevzat ŞİMŞEK	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Nikolay YEGOROV	Chuvash State Social Science Institute, Chuvashia / Russian Federation
Prof. Dr. Nurettin ÖZTÜRK	Pamukkale University
Prof. Dr. Olcobay KARATAYEV	Kyrgyz-Turkish University of Manas, Kyrgyz Republic
Prof. Dr. Ömür N. T. ÖZMEN	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Özkul ÇOBANOĞLU	Hacettepe University
Prof. Dr. Recep KÖK	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Şakir İBRAYEV	L.N. Gumilyov Eurasian National University, Republic of Kazakhstan
Prof. Dr. Tufan GÜNDÜZ	Turkish National Defense University
Prof. Dr. Turgay UZUN	Muğla Sıtkı Koçman University
Prof. Dr. Yusuf KILDİŞ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Z. Nilüfer KARACASULU	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Zeki ERDUT	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Zeki KAYMAZ	Ege University
Prof. Dr. Zerrin Toprak KARAMAN	Dokuz Eylül University

Typesetting: Instructor Özlem ABACIOĞLU

DERGİ HAKKINDA

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi yılda en az dört defa yayınlanan hakemli bir dergidir. Dergi alanında disiplinlerarası ulusal ve uluslararası çalışmaları yayımlar. Derginin yayım dili Türkçe'dir. Ancak İngilizce yazılan makaleler de yayımlanır. Dergi, içeriği tüm kullanıcılara açık, serbestçe/ücretsiz "açık erişimli" bir dergidir. Kullanıcılar yayıncıdan ve yazar(lar)dan izin almaksızın, dergideki makaleleri tam metin olarak okuyabilir, indirebilir, dağıtabilir, makalelerin çıktısını alabilir ve kaynak göstererek makalelere bağlantı verebilir.

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi uluslararası bir dergi olup aşağıdaki veri tabanlarında yer almaktadır.



ABOUT JOURNAL

Dokuz Eylül University Journal of Graduate School of Social Sciences is a peer-reviewed and international journal published at least four times a year. The journal publishes multidisciplinary national and international articles. The language of the journal is Turkish, but, articles in English may also be published. This is an open access journal which means that all content is freely available without charge to the user or his/her institution. Users are allowed to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full text of the articles in this journal without asking prior permission from the Publisher or the author.

Dokuz Eylül University Journal of Graduate School of Social Sciences is an international journal and indexed by these databases;



İÇİNDEKİLER/CONTENT

SAYFA/PAGE

ATATÜRK İLKELERİ VE CUMHURİYET TARİHİ

Araştırma Makalesi/Research Article

“Ankara Çevresi”nin “Ötekileştirilme” Süreci ve Dil-Tarih Tasfiyesinin İdeolojik-Düşünsel Arka Planı

The “Marginalization” Process of The “Ankara Environment” and Ideological-Intellectual Background of The Dissolution of The Faculty of Languages, History and Geography

Mithat Kadri VURAL

11

ENDÜSTRİ MÜHENDİSLİĞİ

Araştırma Makalesi/Research Article

Çok Kriterli Karar Verme Yaklaşımı ile Personel Sayısının Dengelenmesi: Bir Kamu Üniversitesi için Gerçek Hayat Uygulaması

Determination of Optimum Personnel Distribution by Using Multi-Criteria Decision Making with a Real Case for a Public University

İhsan KAYA, Melike ERDOĞAN

45

FELSEFE

Araştırma Makalesi/Research Article

Analitik Marksizmin Sömürü Olgusuna Yaklaşımının Bir Eleştirisi

A Critique of Analytical Marxism's Approach to Exploitation

Sibel KİBAR

73

TURİZM

Araştırma Makalesi/Research Article

Duygusal Zekânın İletişim Becerilerine Etkisi: Turizm Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma

The Effect of Emotional Intelligence on Communication Skills: A Study on Tourism Students

Elbeyi PELİT, Musa KARAÇOR, İbrahim KILIÇ

85

YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİ

Araştırma Makalesi/Research Article

Online Alışveriş Sitesi Kullanıcı Algılarının Müşteri Güven ve Sadakatine Etkilerinin İncelenmesi

Investigating The Effects of User Perceptions on Online Customer Satisfaction and Loyalty

Vildan ATEŞ

109

YÖNETİM VE SRATEJİ

Araştırma Makalesi/Research Article

Content Analyses on Mission Statements of the Mobile Network Operators in Kyrgyzstan

Kırgızistan'da Cep Operatörlerinin Misyon Bildirileri Üzerinde İçerik Analizi

Seyil NAJIMUDINOVA

133

Yayın Geliş Tarihi: 23.09.2016
Yayına Kabul Tarihi: 17.04.2018
Online Yayın Tarihi: 05.06.2018
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.282430>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 20, Sayı: 1, Yıl: 2018, Sayfa: 11-44
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

“ANKARA ÇEVRESİ”NİN “ÖTEKİLEŞTİRİLME” SÜRECİ VE DİL-TARİH TASFİYESİ’NİN İDEOLOJİK-DÜŞÜNSEL ARKA PLANI

Mithat Kadri VURAL*

Öz

İkinci Dünya Savaşı yıllarında eğitimlerini Amerika Birleşik Devletleri ve Almanya’da yapmış olan Pertev Naili Boratav, Niyazi Berkes, Behice Boran, Muzaffer Şerif Başoğlu ve Mediha Berkes 1940’lı yılların başında Dil, Tarih ve Coğrafya Fakültesi’nde yeni bir akademik çevre meydana getirdi. “Yurt ve Dünya” ile “Adımlar” dergileri Ankara’da oluşturulan bu akademik çevre tarafından çıkarıldı. Türkiye’de içinde aydınlardan yazarlara, askeri-sivil bürokratlardan siyasetçilere kadar geniş bir kesim tarafından Hitler ve Nazi Almanya’sına sempati beslenen bir iklimde; ırkçılık, faşizm ve Almanya karşıtlığını açıkça ortaya koyan, evrensel değerleri, barışı, eşitliği ve bilimi savunan Ankara çevresi, Türkçü-Turancı unsurlar tarafından hedef haline getirilerek “solcu ve komünist” olmakla suçlandı. Sonuçta Dil-Tarih tasfiyesiyle, hocalar önce üniversiteden sonra da ülkeden uzaklaştırıldı.

Türkiye’de bu konuda yapılan çalışmalar genellikle Dil-Tarih tasfiyesi üzerine yoğunlaşmış, tasfiyeye yol açan süreç gözden kaçırılmıştır. Bu çalışma Dil-Tarih tasfiyesinin başlangıcını, Yurt ve Dünya dergisinin yayın hayatına başlaması olarak gören bir yaklaşımdan hareketle, Türkçü-Turancı yayın organları ile “Ankara çevresi” arasındaki siyasi ve ideolojik tartışmalara odaklanmıştır. Böylece bir yandan savaş yıllarında “sağ-sol” kavramlarını düşünsel yoldan tarif etmeyi diğer yandan ise Ankara çevresinin “sol ve komünist” olarak etiketlenmesinin nedenlerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ankara Çevresi, Dil-Tarih Tasfiyesi, Türkçülük, Turancılık, İkinci Dünya Savaşı.

THE “MARGINALIZATION” PROCESS OF THE “ANKARA ENVIRONMENT” AND IDEOLOGICAL-INTELLECTUAL BACKGROUND OF THE DISSOLUTION OF THE FACULTY OF LANGUAGES, HISTORY AND GEOGRAPHY

Absract

Having completed their education in the United States and Germany during the Second World War, Pertev Naili Boratav, Niyazi Berkes, Behice Boran, Muzaffer Şerif Başoğlu ve Mediha Berkes created a new academic environment in the Faculty of

*Dr. Dokuz Eylül Üniversitesi, Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü, mithat.vural@deu.edu.tr

Languages, History and Geography at the beginning of early 1940's. Journals such as "Yurt ve Dünya" and "Adımlar" was issued by this academic environment. In the political atmosphere which many intellectuals, writers, military-civilian bureaucrats and politicians were sympathized with Hitler and Nazi Germany, the "Ankara environment" defending equality, peace, universal values and science, standing against racism, and strongly opposing against fascism and Germany were targeted and accused as being leftists and communists by Pan-Turkists and Pan-Turanists. Eventually with the dissolution of the Faculty of Languages History and Geography, these professors were removed first from the university and then the country.

Studies dealing with this issue in Turkey, mostly focus on the dissolution of the Faculty of Languages History and Geography but the process leading to this was overlooked. This study focuses on the political and ideological debates between the Turkist-Turanian organs and the "Ankara environment", by accepting the beginning of the publishing "Yurt ve Dünya" as the beginning of the dissolution of Languages, History and Geography. Thus, this work, on the one hand, aims to describe the concepts of "left-right" intellectually, and to explain the reasons of why this academic environment was labeled as "leftist and communist" on the other.

Keywords: Ankara Environment, The Dissolution of Faculty of Languages History and Geography, Pan-Turkism, Pan-Turanizm, Second World War.

GİRİŞ

Ankara çevresinin politik duruşunun; "sol", "sosyalist", "Marksist", "komünist", "ilerici", "Kemalist" gibi siyasal kavramlardan hangisi ya da hangileri ile tarif edileceği başlı başına bir tartışma konusudur. Bir diğer sorunsal ise *Yurt ve Dünya* ile *Adımlar* dergilerinin Türkiye Komünist Partisi'nin (TKP) teşviki veya denetiminde yayımlanıp yayımlanmadığıdır. Nitekim 1947 yılında İçişleri Bakanı Şükrü Sökmensüer Meclis kürsüsünden Dil-Tarih hocalarını "komünist" ilan etmiş, *Yurt ve Dünya* ile *Adımlar* dergilerini ise TKP'nin kontrolündeki yayın organları olarak göstermiştir. Öte yandan Muzaffer Şerif'in 1944 yılında gerçekleştirilen TKP'ye yönelik tevkifat sırasında bir süre tutuklu kalması, parti üyesi olduğu izlenimini doğurmuştur. Bu iki derginin anti-faşist ve ırkçılık karşıtı bir yayın çizgisi izlemeleri aynı dönemde TKP'nin de benzer bir siyaset benimsemesi, her iki grup arasında örgütsel bir ilişkinin varlığına kanıt olarak sunulmuştur. Dolayısıyla İkinci Dünya Savaşı yıllarında Ankara çevresi ve bu çevrenin çıkardığı *Yurt ve Dünya* ile *Adımlar* dergilerinin yayın politikası; bir yandan savaş dolayısıyla Türkiye'nin içine girdiği siyasal iklim, diğer yandan da TKP'nin ortaya koyduğu siyasal tavır ışığında değerlendirilmelidir.

İkinci Dünya Savaşı yıllarında TKP'nin siyasetini belirleyen en önemli unsur 1935'de Komintern'in aldığı "Separat/Desantralizasyon" kararları olmuştur. (Türkali, 2000: 48-54). TKP Genel Sekreteri Şefik Hüsnü bir mektupla Georgi Dimitriof'a başvurup yeni kararlar ışığında TKP'nin durumunun belirlenmesi için bir toplantı isteğinde bulunur. İstek kabul edildikten sonra süreç 14 Şubat 1937'de Komintern'in de onayladığı ve yeni dönemde TKP'nin izleyeceği siyasetin

belirlenmesi ile son bulur. Açıkça belirtmek gerekirse, 1933'te Almanya'da Hitler'in iktidara gelmesinin ardından savaş ihtimalinin baş göstermesi üzerine; Komintern tedbir olarak Polonya, Türkiye gibi komşu ülkelerde Sovyetler Birliği ile sürtüşmeyi önlemek için bu çerçevede aldığı kararlarla söz konusu ülkelerdeki komünist partileri kapanma durumuna getirmiştir (İleri, 2003: 11). Türkiye'deki son derece kısıtlı olan sosyalist kadroları dağınkılığa iten bu kararlar doğrultusunda TKP, gizli örgütlerini en aza indirecek, faşizm tehlikesine karşı hükümetle işbirliği yapacak, iktidardaki Cumhuriyet Halk Partisi'ne (CHP) sızarak, onun içindeki “ilerici” unsurlarla birlikte hareket edecekti. Başka bir deyişle Türkiye'nin resmi dış politikası Sovyetler Birliği ile yakın ilişkiler üzerine kurulduğu için, şimdi işçi hakları gibi konularda bu hükümeti zorlamanın sırası değildi. Komünistler, Sovyet çıkarlarını savunmak için legale çıkmalı, CHP gibi siyasal örgütlere girmeli, yasal basında yer almalıydı (Tunçay, 1992: 126). Söz konusu kararların bir amacı da Türkiye-Almanya yakınlaşmasına karşı faşizm karşıtı bir kamuoyu oluşturmaktı. Özellikle yayın yoluyla faşizm tehlikesine dikkat çekilmeli, Türkiye'deki Alman yanlısı unsurlara karşı anti-faşist tonda mücadele edilmeliydi. Ancak savaşın başında Almanya ile Sovyetler Birliği'nin saldırmazlık paktı imzalaması TKP kadroları açısından son derece sarsıcı olmuş, kısıtlı kadro ve imkânlarla zaten dağınkı ve etkisiz kalan sosyalist hareket, Sovyet-Alman anlaşmasının şaşkınlığıyla anti-faşist bir siyasal tavır geliştirmekte de gecikmiştir.

1941 yılı içinde Almanya'nın, Sovyetler Birliği'ne saldırması üzerine birtakım kıpırdanmalar olsa da, 1943 yılına kadarki süreç Türk solu için son derece “etkisiz” bir dönem olarak anılmaktadır. Diğer yandan savaştaki Alman üstünlüğünün de etkisiyle Türkçülük ve Turancılığın ideolojik olarak güçlenmesi ve aynı zamanda hükümetin Almanya ile ilişkileri gözetererek iç politikadaki faaliyetleri sıkı kontrol altına alması, sol ve sola yakın siyasal unsurları neredeyse nefes alamaz hale getirmiştir. 1943'e gelindiğinde Alman ordularının savaşı kaybedeceğinin anlaşılması, Türk dış siyasetinin değişmesi gerektiğini de ortaya koyacaktır. Bu değişimden yararlanmaya çalışan TKP, örgütünü tekrar işler hale getirir. Parti, İstanbul ve Ankara'da örgütlenip aktif olarak çalışmaya başlar. Öncelikle legal yayın komitesi oluşturularak, yayın faaliyetine girilip Almanya'nın desteğiyle geliştiği düşünülen Türkçü-Turancı unsurları teşhir etme yoluna gidilir. Kamuoyunda tartışmalara yol açan *En Büyük Tehlike* broşürü bu ortamda yayımlanır. Öte yandan TKP kadrolarının aktif hale gelmesi üzerine hükümet 1944 yılı başında tevkifatlara başlayarak parti örgütlerine mensup olanları tutuklar. Yapılan soruşturma sonrasında gizli çalışan parti örgütü tam anlamıyla olmasa bile büyük ölçüde ortaya çıkarılır. 1945 yılından itibaren ise partinin geri kalan unsurları, dünya ölçeğinde değişen dengelerin etkisiyle demokrasi mücadelesine yönelip, legale çıkmaya çalışır. Bu doğrultuda TKP, CHP'ye karşı bir muhalefet örgütleyip bu işin merkezinde yer almak için çaba gösterir. Hatta bu konuda CHP dışındaki bütün siyasi aktörlerle ittifak arayışına girilir. Geniş tabanlı demokratik bir cephe oluşturma çabaları, Türk-Sovyet ilişkilerindeki gerginlik ve

hükümetin solcuların aktif olacağı bir muhalefete izin vermemesi üzerine başarısızlıkla sonuçlanır.

“ANKARA ÇEVRESİ”NİN POLİTİK KİMLİĞİ ÜZERİNE YAPILAN DEĞERLENDİRMELER

Şefik Hüsnü’ye atfedilen “*Ankara’da çıkan Marksist iki ciddi mecmuaya muntazam rehberlik ettik*” ifadeleri, *Yurt ve Dünya* ile *Adımlar* dergilerinin TKP’nin kontrolünde çıkarıldığı, Dil-Tarih hocalarının TKP’li olduğu algısını oluştursa da bu durumun ciddi olarak gözden geçirilmesi gerekmektedir (Sayılğan, 1976: 263). Şefik Hüsnü’nün raporunda sözü edilen dergilerin, *Yurt ve Dünya* ile *Adımlar* olduğu ilk defa açık bir şekilde 1947’de İçişleri Bakanı Şükrü Sökmensüer tarafından Meclis kürsüsünden ilan edilmiştir. CHP’li bakanın doğrudan Dil-Tarih hocalarını “komünist” olarak hedef göstermesi üniversiteden tasfiye edilmelerini hızlandıracaktır. Öte yandan 1946 komünist tahkikatı yürüten savcı Kazım Alöç, her ne kadar *Yurt ve Dünya*’nın komünist partisi kontrolü altında neşriyat yaptığını tespit ettiklerini söylese de Şefik Hüsnü’nün söz konusu ifadeleri dışında ortaya herhangi bir kanıt koyamamıştır (İleri, 2006: 140). Dönemin önemli sosyalistlerinden olan ve TKP içinde aktif olarak yer alan Mihri Belli Ankara çevresinin TKP ile temas halinde olduğunu, hatta *Yurt ve Dünya* ile *Adımlar*’ı çıkarma kararının TKP yönetimi tarafından alındığını iddia etmektedir. Ayrıca Mihri Belli’ye göre, Muzaffer Şerif ve Behice Boran, TKP ile ilişkiler konusunda daha yürekli görünmektedir (Belli, 2000: 203-204)¹. Ancak bütün bunlara karşılık *Yurt ve Dünya* dergisinin kurucularından Pertev Naili Boratav kendisiyle yapılan bir söyleşide “*Komünist hareketiyle... Şefik Hüsnü ile bir ilişkiniz olmuş muydu?*” sorusu üzerine şu cevabı verir: “*Hiç, hiç. Ben, Niyazi ve Behice de şahsen tanışmış değiliz*”. Kendisine Şefik Hüsnü’nün yukarıdaki ifadeleri hatırlatılınca “*Belki faaliyetlerine renk vermek, kendi propagandası için, yahud da bizim neşriyatımızı bir bakıma partisi için faydalı görmüştür de onun için öyle ifade etmiştir*” diye karşılık verir (Çetik, 1998: 210). Ayrıca benzer soru Adnan Cemgil ve Mediha Berkes’e de sorulmuş ve iddia edildiği gibi böyle bir siyasi bağlantının olmadığı yönünde cevap alınmıştır (Gevrek, 1994: 80).

Açıkça belirtmek gerekirse; dönemin tanık ifadelerinden hareketle; *Yurt ve Dünya*’cılarının Şefik Hüsnü ve partinin diğer önemli isimleri ile irtibat konusunda

¹ Mihri Belli Ankara çevresi içinde iki ayrı grubun oluştuğunu, ayrılığın kişisel geçimsizlikten kaynaklandığını belirtmiş, hatta bu geçimsizliğin boyutlarının artması üzerine, Şefik Hüsnü ve Reşat Fuat’ın bu sorunu çözme görevini kendisine verdiğini yazmıştır. Belirttiğine göre her iki grubu Ankara’da toplayıp barıştırmaya çalışır. Küsleri barıştırma görevini yerine getiren Belli, her iki grubun ahenk içinde çalışması ve iki derginin birbirini tamamlaması şeklinde öneride bulunmuş ve teklifi kabul görmüştür: Mihri Belli teklifinin kabul edilmesini, örgütün Dil-Tarih hocaları üzerindeki baskısının etkili olmasına bağlar (Belli, 2000: 203-204).

ortak bir tavır benimsediklerini söylemek son derece güçtür. Bu noktada göz ardı edilmemesi gereken bir husus da Behice Boran ile Muzaffer Şerif'in parti ve parti çevresine daha yakın durduğudur. Bunlara karşılık Niyazi Berkes ise daha uzak davranıp araya mesafe koymayı tercih etmiştir. Vedat Türkali; Behice Boran'ın ABD'den geldikten sonra kendi gibi parti ile temas konusunda sıkıntı yaşadığını belirttiikten sonra; Şerif ve Boran'ın daha Marksist militan tavır içinde, “inanmış komünistler” olduklarını ve parti örgütü ile daha yakın ilişkiye girdiklerini de ifade eder (Türkali, 2001: 74-76). Gökhan Atılğan, Behice Boran'ın Nail Çakırhan tarafından merkez komite üyesi Zeki Baştımar ile tanıştırıldığını, TKP'ye üye olan Boran'ın 1945'te TKP tarafından yönlendirilen Türkiye Gençler Derneği'nin sorumlusu olduğunu dile getirir (Atılğan, 2008: 441). Behice Boran ise Uğur Mumcu'ya parti üyesi olmadığını ancak Zeki Baştımar ile tanıştıklarını ve aralarında fikir birliği olduğunu söylemiştir (Mumcu, 1993a: 29).

Dönemin siyasal atmosferi içinde Ankara çevresinin politik olarak işgal ettiği yer de tartışma konusudur. Bu konuda yapılan değerlendirmeler hem fikir verici hem de kafa karıştırıcı niteliktedir. Derginin ve dergiyi çıkaranların siyasal duruşu konusunda Adnan Cemgil; “*Solduk, ama tam anlamıyla Marksist bir dergi değildik*” diyecektir. Mediha Berkes ise, “*Yurt ve Dünya solcu bir dergiydi. Fakat komünist değildik*” dedikten sonra “*gerçi Marksist olduğumuzu da beyan edemedik. Çünkü çok fazla baskı vardı. Sosyalizme, sola, ileriye açık, Atatürkçü idik*” sözleriyle neredeyse bu konudaki “kafa karışıklığının” boyutlarını ortaya koymaktadır. (Gevrek, 1994: 69-70). Pertev Naili Boratav ise “*Biraz Atatürkçü, biraz sosyalist*” olduklarını ifade etmiştir (Çetik, 1998: 201). Behice Boran'ın verdiği bilgilere göre Dil-Tarih'te ve dergi çevresinde kimse diğerine “Marksist misin?” diye sormamıştır. Ayrıca Boran, dergilerde çıkan yazıların Marksist açıdan itiraz edilecek yazılar olmadığını da vurguladıktan sonra, ele aldığı konulara özellikle Marksist açıdan bakmaya çalıştığını da ilave eder. Dikkat çeken ise Boran'ın, *Yurt ve Dünya* ile *Adımlar* da çıkan yazılarını bir daha okumadığını belirtmesi ve “*şimdi ne derim onlar hakkında, pek bilemem*” demesidir (Mumcu, 1993a: 35-39). Sabiha Sertel ise anılarında *Yurt ve Dünya*'yı çıkaranları “*tahsil görmüş sosyalist*” eğilimli gençler olarak tanımlamaktadır (Sertel, 1982: 230). Zekeriya Sertel de Ankara çevresi için “ilerici gençler” tabirini kullandıktan sonra ilginç bir tespitle “*Politikayla uğraşmaz, etliye, sütlüye karışmaz, bilgin kimseler...*” olduklarını ileri sürmektedir (Sertel, 2000: 210). Burada politikadan kastedilenin partili siyaset olduğu söylenebilir. TKP'nin önemli isimlerinden olan Mihri Belli'nin değerlendirmeleri de Zekeriya Sertel'in tespitini destekler niteliktedir: “*Berkes'in çevresiyle tanıştım. Adnan Cemgil, Muzaffer Şerif, Behice Boran, Rasih Güran, Pertev Boratav ve diğerleri bende olumlu izlenim bıraktılar. O yılların Türkiye'sinde çağımızın devrimci düşüncesini benimsemiş kavrayışı ve*

yürekliğini gösterebilen bu aydınlara insan yakınlık duymadan edemezdi. Daha çok araştırma ve yayın alanında bir şeyler yapma özlemindeydiler. İyiydiler, hoştular; ama benim aradıklarım bunlar değildi” (Belli, 2000: 196). Bütün bunlardan ortaya çıkan sonuç Ankara çevresini oluşturanların kendi siyasal duruşlarını tarif ederken üzerinde uzlaştıkları herhangi bir ortak kimlik olmadığıdır. Nitekim bu topluluğu tek bir dar politik kimlik üzerinden tarif etmek yerinde olmayacaktır. Faşizm, ırkçılık, kapitalizm, Nazizm eleştirileri ve savaş karşıtlığı birçok ismi Ankara çevresinde buluşturmuştur. Ayrıca altı çizilmesi gereken diğer bir diğer nokta ise bu durumun TKP ile ilişkilerinden daha ziyade bilimsel formasyonlarının gereği olarak ortaya çıktığıdır.

Diğer yandan Behice Boran’ın Uğur Mumcu ile yaptığı röportajda sosyalist geçmişini anlatırken 40’lı yıllara fazla değinmemesi düşündürücüdür. Sanki *Yurt ve Dünya* ile *Adımlar* etrafındaki faaliyetlerini “sosyalist mücadele” içinde görmemektedir. Aynı durum farklı boyutlarıyla Niyazi Berkes için de geçerlidir. Berkes, kırklı yılları aktardığı anılarında politik tavrını herhangi bir siyasal kimlikle tarif etmekten neredeyse kaçınmaktadır. Dolayısıyla kendilerini çok da “komünist”, “Marksist” veya “sosyalist” olarak tanımlamadıkları ortadadır. Her ne kadar siyasi duruşları ve yazdıkları TKP’nin izlediği politika ile özdeşlik gösterse de söz konusu kişilerin TKP doğrultusunda örgütlü bir mücadele içinde olduklarını da söylemek son derece zordur. Yaptıkları şeyin yurtdışında aldıkları eğitim sonucu olarak kırklı yıllarda etkili olan “ırkçı”, “Türkçü-Turancı”, “Anadolucu” ve “Alman yanlısı” kişi ve düşüncelerle sosyal bilimler çerçevesinde, bilimsel niteliği ağır basan bir mücadele olduğu ortadadır. Dolayısıyla ortaya koydukları bu yaklaşım, egemen düşünsel iklime aykırı bir noktaya düşmekte ve “muhalif” kimlikleri tam da bu nokta da belirlemektedir. Bu bile Ankara çevresinin “komünist” ve “Sovyet taraftarı” olarak nitelendirilmeleri için yeterli görülmüştür.

İrkçılık ve Turancılık düşüncesine karşı bilimsel bir mücadeleye girişen Ankara çevresinde Kurtuluş Kayalı’ya göre, siyasal boyutu da olan muhalif bir tutum söz konusudur. Aslında bu muhalif tutum hükümete ve resmi ideolojiye karşı değil ırkçı, Anadolucu, Türkçü ve Turancı unsurlara karşıdır. Dolayısıyla Kurtuluş Kayalı, resmi ideoloji konusunda destekleyici bir tutum takındıkları, özellikle milliyetçilik konusundaki fikir münakaşalarında Türkçü-Turancıları “Atatürk milliyetçiliğine” aykırı davranmakla suçladıkları, “gerçek milliyetçiliği” kendi düşüncelerinin yansıttığını belirtmelerinden dolayı dört bilim adamının muhalif tutumunu çok “abartmamak” gerektiği fikrindedir (Kayalı, 2001: 113). Açıkçası, Ankara çevresine yönelik tepkiler, Türkçü-Turancı ve Anadolucu fikirlere yönelik eleştirilerin dile getirilmesiyle başlamıştır. Ankara çevresi bu tür düşünceleri reddettiği için “sol”, “solcu” “Marksist”, “komünist” olarak gösterilmiştir. Nitekim Dil-Tarih hocalarında Baskın Oran’ın da belirttiği gibi sosyalizm anlayışı ve görüşü bulmak zordur. (Oran, 1969: 262). Benzer bir şekilde Mete Tunçay da Dil-Tarih hocalarının siyasi çizgilerini anti-kapitalist olarak niteler ve yaptıkları

çalışmaların Marksist çalışmalar olmadığını ifade eder. Ancak bütün bunlara karşın Ankara çevresini oluşturanların devlet memuru oldukları ve dolayısıyla politik yayın çıkarmalarının yasak olduğu gözden uzak tutulmamalıdır. Öte yandan Boran'ın öne sürdüğü gibi her yazıda açıkça ve zımnın bir ideolojik açı, dolayısıyla da en geniş anlamıyla politika vardır (Mumcu, 1993a: 34). Savaş yıllarında “sol düşüncenin” kendi siyasi pozisyonunu “ilericilik-gericilik” üzerinden oluşturduğu da gözden uzak tutulmamalıdır. Niyazi Berkes'e göre; “Zamanımız, iki görüşün çarpıştığı bir devirdir. Var olan bir düzenin değişmesi, yerini başka bir düzenin almasının kaçınılmaz olduğunu kabul eden ilerilik görüşü ve onun her ne pahasına olursa olsun tutulmasını isteyen gerilik görüşü”dür (Berkes 1944: 90). Dolayısıyla “ileriye” götüren her düşünce, felsefe ve ideoloji savunulması gereken değerlerdir. Buna göre Marksizm de daha ileriye ulaşmada yardımcı bir teorik araçtır (Çetik, 2007: 41). Komünizmle olan ilişki ancak bu açıdan kurulabilmektedir. Hatta Kemalizm konusunda da olumlu bir tavır takınmaları da “ilericiliğin” bir sonucudur.

Önemli bir husus da; Ernst Hirsch'e referansla söylersek Türkiye'de sosyolojinin komünizmle eşanlı olarak kullanıldığını bir dönemde *Yurt ve Dünya* ile *Adımlar* dergilerinin; ırkçılık, Köycülük, Turancılık gibi tartışma konularında evrensel bilim anlayışından hareketle sosyal bilimler alanında yeni yaklaşımları savunmalarıdır. Bu durum Türk sosyoloji geleneği açısından ise Kurtuluş Kayalı'nın da vurguladığı gibi “Türkiye’de 1940'lara kadar “Ankara çevresi” dışında bilimde evrenselliğin altı böylesine ısrarla çizilmemiş ve uluslararası düzeyde akademik çalışma yapma heyecanı duyulmamıştır” (Kayalı, 2001: 158). Bu gelenek açısından bir başka nokta ise; Ziya Gökalp'in etkisiyle Türkiye’de tarih ve sosyoloji başta olmak üzere sosyal bilim alanlarında etkin olan Durkheim sosyolojisine karşı Boran ve Şerif'in eleştirel bir tutum içinde bulunmalarıdır (Kayalı, 2001: 162).

Bu isimlerin evrensel bilim anlayışı konusundaki duyarlılığı; bir yandan ülke gerçekliğini anlama çabasına diğer yandan da ülkenin ve dünyanın yaşadığı siyasal, ekonomik ve toplumsal sorunlarla ilgili düşünceler belirtmelerine ve çeşitli araştırmalar yapmalarına neden olmuştur. Başka bir deyişle yaptıkları çalışmalarla sosyal bilimler alanında yeni açılımlar yaratıp evrensel bilim anlayışını ülkede hâkim kılmak için çabalamışlar ve özellikle de Behice Boran ve Niyazi Berkes, ortaya koyduklarıyla 1960 sonrası sosyoloji çalışmalarını derinden etkilemişlerdir (Kayalı, 2001: 161). Muzaffer Şerif için; “İlim beynelmileldir, ne kadar ilerlemiş olursa olsun, şu veya bu milletin imtiyazlı malı değildir. İlim, hakiki ilim ve araştırma ile alakası olmayan bazı zevatin zannettikleri gibi hayatla ilgisi olmayan, fonksiyonu yalnız birkaç kişiye parlak söz söyletmek, mevki temin etmek olan bir lüks değildir. İlim yaşamak ve daha iyi yaşamak ihtiyacından doğmuştur” (Başoğlu, 1943a: 180). Nitekim “akıl” yerine duygular ve içgüdülerin harekete geçirilmeye çalışıldığı, hümanist fikirleri, barışı savunmanın zayıflık olarak algılandığı, devlete “inanmanın” ve “itaat etmenin” yüceltildiği, evrenselleşmenin “milli” olmanın önünde engel görüldüğü, “milli ilim” anlayışının etkili olduğu bir

dönemde bilimin evrensel niteliğinin savunulması aynı zamanda bir ayrılığın ve aykırılığın da işareti olmuştur. Aslında evrensel bir yaklaşımı savunmaları, doktoralarını 1930'lar Amerika'sında yapmalarıyla ilişkilidir. 1930'ların Amerika'sında; Almanlara karşı Sovyetler Birliği'ni desteklemek, ırkçılık karşıtlığı, kadın hakları gibi konular sol düşüncenin hareket alanını oluşturmuş ve bu durum aynı dönemde eğitimlerini ABD'de alan Dil-Tarih hocalarını da etkilemiştir. Mete Çetik, hem Şerif'in hem de Boran'ın Marksizm anlayışının 1930'larda eğitim amacıyla buldukları Amerika'daki Marksizm tartışmalarından etkilendiği kanısındadır (Çetik, 2007: 40-41). Bilindiği gibi Muzaffer Şerif, Behice Boran ve Niyazi Berkes ilk akademik çalışmalarını ABD'de, Pertev Naili Boratav ise Almanya'da yapmıştır. Yurt dışında çalışmalarda bulunmaları dört öğretim üyesinin de bilimin evrensel niteliği hakkındaki düşüncelerini daha bir net, daha bir açıklıkla ifade etmelerine sebep olmuştur (Kayalı, 2001: 157).

Öte yandan Kurtuluş Kayalı'ya göre "solcu hocalar meselesine" Hilmi Ziya Ülken'in dâhil edilmemesinin üzerinde düşünülmelidir ve Dil-Tarih hocalarının Marksist kimlikleri Hilmi Ziya kadar net değildir². Çünkü Hilmi Ziya, Lenin'in eserlerinin, Marksizm'in en doğru yorumlarını içerdiğini altına imza atarak yayınlamıştır (Kayalı, 2001: 184). Ayrıca Hilmi Ziya Ülken, Kemalizm'e karşı eleştirel bir yaklaşım içindedir, her ne kadar teorik olarak Marksizm'e daha yakın dursa da 40'lı yıllar ırkçılık, Türkçülük ve milliyetçilik tartışmalarının siyasal gündemi belirlediği bir dönemdir. Dolayısıyla bu konularla ilgili eleştirel fikir ortaya koyanlar daha çok göze batmış, "solculuk" veya "komünistlik" bunlar üzerinden tarif edilmiştir. Dolayısıyla Ankara çevresinin "solcu ve komünist" olarak görülmesinin gerekçelerini Türkçü-Turancı yayın organlarıyla girdikleri polemiklerde aramak gerekmektedir.

"ANKARA ÇEVRESİ"İNİN "KÖY DAVASI"NA OLAN YAKLAŞIMI

Behice Boran haklı olarak Dil-Tarih olaylarının başlangıcını *Yurt ve Dünya*'nın yayın hayatına başlaması olarak gösterir (Mumcu, 1993: 33). Derginin çekirdek kadrosu Pertev Naili Boratav, Niyazi Berkes, Adnan Cemgil ve Mediha Berkes'ten oluşuyordu. Behice Boran'ın da bu gruba katılmasıyla *Yurt ve Dünya*, Sonkanun (Aralık) 1941'de yayın hayatına başladı. 37. sayısına kadar aylık çıkan dergi, 15 Sonkanun 1944 tarihli 38. sayısından itibaren on beş günde bir

² 1944 yılındaki İleri Gençlik Birliği davası sanıklarından ve TKP'ye üye olmakla suçlanan Mustafa Göksu, sosyalist olmasında Hilmi Ziya Ülken'in etkisini şu sözlerle belirtir: "Sosyalist düşünce ile ilk defa üniversite öğrenciliğimde karşılaştım. Felsefe bölümünde bize sosyoloji gayet geniş olarak okutulurdu. Toplum içi sürtüşmeler, devrim ve karşı devrim olguları incelenir, oradan sosyal sınıf kavramı ile karşılaşılırdı. Hatırladığım ilk etkin telkini, hocamız Hilmi Ziya Ülken'den aldım." Göksu'nun belirttiğine göre, sosyoloji derslerinin öğrenciler üzerinde etkisi büyük olmuştur, çünkü İleri Gençlik Birliği Davası sanıklarının birçoğu felsefe öğrencisidir (Akar, 1989: 74).

yayınlandı. Dergi 15 Mart 1944 tarihli 42. sayısıyla yayın hayatına veda etmek zorunda kaldı. Derginin sahibi ve neşriyat müdürü önceleri Behice Boran’dı, ancak 1942 yılının Kasım ayından itibaren Adnan Cemgil bu görevi üstlendi. Pertev Naili Boratav ise imtiyaz sahipliği görevini yürütmekteydi. *Adımlar* dergisi ise Muzaffer Şerif ve Behice Boran’ın *Yurt ve Dünya*’dan ayrılmasıyla kurulmuştur. Mayıs 1943’te ilk sayısı çıkan dergi aylık olarak Nisan 1944’e kadar düzenli olarak yayınlanmış, Nisan 1944’teki son sayısı ile yayın hayatına veda etmiştir. Dergideki yazar kadrosuna baktığımızda, Behice Boran, Muzaffer Şerif Başoğlu, Niyazi Ağırnaslı, Nermin Menemencioğlu, Bekir Sıtkı Kunt, Dr. Ziya Oykut, Halil Aytakin, Hilmi Ziya Ülken, Hüsnü Baki, Y. Nuri Zaimoğlu, Nabi Dinçer, Kemal Bilbaşar, Burhan Arpad, Hüsamettin Bozok, Zeki Baştımar, Suat Taşer, Münir Belen, Sabahattin Ali, Yaşar Çöl, Orhan Kemal’in yazılarının yayımlandığını görürüz.

Adımlar dergisinin, *Yurt ve Dünya*’dan ayrı olarak kurulmasının nedenleri hâlâ çok net değildir. Kimilerine göre, kişisel çekişme, kimine göre ise düşünsel alanda daha uç noktalara gitme isteği, *Yurt ve Dünya*’dan kopmalarına neden olmuştur. Behice Boran’ın dergiden ayrılması konusunda Adnan Cemgil şunları söyler: “*Behice’nin düşünsel ve siyasal çizgisi biraz sivirmeye başlamıştı. Daha sert eleştiriler ve yazılar istiyordu. Behice, Yurt ve Dünya çizgisinden çıkıyordu. Kadronun diğer üyeleri ise böyle bir değişim istemiyorlardı*” (Gevrek, 1994: 77). Pertev Naili Boratav ise ayrılığın teferruatını bilmediğini, ancak Adnan Cemgil ve Niyazi Berkes’in bir tarafta, Behice Boran ve Muzaffer Şerif’in diğer tarafta olduğunu söyleyerek, dergide bölünme olduğunu ima eder³ (Çetik, 1998: 201). Mediha Berkes ise sorunların kaynağının Muzaffer Şerif olduğunu iddia eder. Hatta Behice Boran’ın dergiden ayrılma kararında Muzaffer Şerif’in etkili olduğunu, Boran’ın aklını Muzaffer Şerif’in çeldiğini dile getirir (Gevrek, 1994: 77). Olayın kişisel geçimsizlik olduğunu iddia eden tanıklardan biri de Mihri Belli’dir (Belli 2000: 203-204). Behice Boran ise, “*Yurt ve Dünya’dan ayrılışım esasta bir görüş ayrılığından değil, dergi çıkarmanın pratiğine ilişkin bir anlaşmazlıktandı*” demesine rağmen, *Adımlar* dergisinin daha tutarlı ve belirgin bir ideolojik çizgisinin olduğunu da vurgular (Mumcu, 1993: 34). Ancak *Yurt ve Dünya* Türkçü-Turancı dergilerle ırkçılık, milliyetçilik, köycülük gibi güncel konular üzerinden daha fazla polemige girdiğinden, *Adımlar*’a göre daha çok göze batmıştır.

Yurt ve Dünya yayın hayatına başladıktan kısa bir süre sonra Türkçü-Turancı yayın organları ile “Köy Davası” nedeniyle karşı karşıya gelir. İlginç olan bu tartışmada köy davasına olan farklı yaklaşımından dolayı Dil-Tarih hocalarının

³ Niyazi Berkes’in anılarında, hem Şerif hem de Boran için yazdıklarına bakılırsa aralarında sorun olduğu açıktır. Hatta Muzaffer Şerif hakkında aktardıklarını neredeyse tamamı olumsuzdur. Başlarına gelenlerin sorumlusu olarak gördüğü Muzaffer Şerif’i, deli demek için bu sözcüğü kullandığı belirterek, dengesiz olarak suçlamıştır. (Berkes, 1997: 97).

“Amerikancılıkla” suçlanmalarıdır. Köycü düşünce ilk olarak “Türkçülük”, “uluslaşma”, “ilerleme” anlayışı doğrultusunda II. Meşrutiyet döneminde gündeme gelir. Hatta on beş tıp doktoru, köy hayatının zorlukları ile mücadele konusunda eğitim vermek ve sağlık hizmetleri sunmak amacıyla Köycüler Cemiyeti’ni kurmuştur. İdare heyeti başkanı Halide Edip, genel sekreter Ragıp Nurettin ve Dr. Şemseddin’den oluşan cemiyet Türk Ocağı içindeki “Halka Doğru” gitmek, Anadolu’ya çağdaş uygarlığı götürmek anlayışının bir uzantısı olarak ortaya çıkmıştır (Üstel, 2014: 112).

Cumhuriyet döneminde ise köye yönelik asıl ilgi, yeni rejimin kendisine toplumsal taban oluşturma çabaları doğrultusunda 1930’lu yıllarda başlar. Bu doğrultuda Halkçılık ve Köycülük tahsili için Amerika’ya öğrenci gönderilir, 15/7/933 tarih ve 14689 sayılı Bakanlar Kurulu kararnamesiyle “*Diğer talebeye nispetle ihtiyaçlarını daha ehven temin edebilecekleri cihetle aylık tahsisatlarının 60 altın dolar üzerinden verilmesi*” kararlaştırılır (BCA, 030.0.18.01.02.39.61.004). Özellikle Serbest Cumhuriyet Fırkası deneyimi ve Menemen Olayı Cumhuriyet “seçkinlerini” endişelendirmiş ve bu bağlamda Halkçılık-Köycülük düşüncesi resmi ideolojiye dâhil edilerek kitlelerin sempatisinin kazanılması hedeflenmiştir (Öztañ, 2006: 288). Bunun yanında iki savaş arası dönem modernizm ve kapitalizm karşıtı ideolojilerin revaçta olduğu bir zaman dilimine denk düşmektedir. Bu durum Türk düşün dünyasına da yansımış, ilave olarak ülkenin yaşadığı ekonomik sıkıntılar da köycülüğün yüceltilmesine zemin hazırlamıştır. Özellikle üretkenliğe her zamankinden daha fazla ihtiyaç duyulması, şehirdekilere oranla köylülerin “tüketim” unsuruna yabancı olmaları, “kendi kendine yeten” bir iktisadi anlayışı benimsemeleri, ekonomik sıkıntıların baş gösterdiği bir dönemde köy ve köy yaşamını öne çıkarmıştır. Diğer yandan köyün yüceltilmesinde ekonomik sıkıntılar kadar, ulus inşa sürecinde “kaynağa dönüşü” sağlamak adına köyün gelenekleri, adetleri, sembolleriyle bir tür kültürel repertuar sağlamasının da etkili olduğu altı çizilmesi gereken bir gerçektir.

Nusret Kemal Köymen başta olmak üzere Köycüler; köy hayatını ve köylüleri Türk milletinin aslını oluşturan, ulusal gelişmede belirleyici, saflığı bozulmamış, asil, akıllı ve değişime açık insanlar olarak tasavvur etmektedir. *Ülkü* dergisinin de başına geçen Köymen; insanlığın temel çelişkisinin şehircilik-köycülük olduğunu savunmakta, kentleri besleyen köylüler olmasına rağmen kentlerin yıllardan beri köyü istismar ettiğini ileri sürmektedir. Şehirleşmeye şiddetle karşı çıkan köycü düşünce, Asım Karaömerlioğlu’nun da belirttiği gibi bir işçi sınıfı bilinci ve bu sınıfın faaliyetlerine karşı duyulan korku ve endişe üzerine temellendirilmektedir. Dolayısıyla sanayileşmeyi kalkınma için ihtiyaç gören Köycüler, köylüleri yerinden etmeyecek, geleneksel üretim ilişkilerini fazla değiştirmeyecek bir sanayileşme arayışındadır. Aynı zamanda şehirler; farklı sosyolojik grupları, çeşitli sınıfları ve dolayısıyla çatışmayı, adaletsizliği, ekonomik buhranları, yozlaşmayı ima etmektedir. Nitekim bütün bu olumsuzlukların önlenmesi için köylülerin köylerde tutulması gereklidir. Diğer yandan küçük üretim tarzına hayranlık duyulmakta ve küçük üreticiliğin temel

iktisadi birim olması gerektiği savunulmaktadır. Böylece hanelere dayalı tarımsal ekonomi, çiftçilerin sanayi üretiminin karakteristiği olan yabancılaşmadan uzak kalmalarını sağlayacaktır. Üreticiler kendi topraklarında çalıştıkları için, hem iktisadi hem psikolojik açıdan işlerine karşı daha hevesli ve ilgili olabilmektedir. Böylece daha ahenkli ve huzurlu bir toplumun altyapısı oluşuyor, ayrıca hane halkının merkezde olduğu bir üretim yapıldığından, ücretli emek gerekmiyor, ücretli emek gibi yabancılaşmış bir iş gücünün bulunmaması kültürel ve psikolojik yozlaşmayı önliyordu (Karaömerlioğlu, 2009: 288-292). Sonuç olarak köylerdeki muhafazakârlık, şehirdeki ahlaki yozlaşmaya karşı bir güvence sağlıyordu.

Avrupa’da Birinci Dünya Savaşı’nın neden olduğu felaket, sanayileşme ve modernleşmenin etkilerinin sorgulandığı bir zihinsel sürece yol açmıştı. Bunun etkisiyle özellikle liberal iktisat teorisi ve modern toplumun yaşadığı krizler Köycü söylemin yükselişe geçmesine yol açmıştı. Almanya başta olmak üzere birçok ülkede milliyetçi öğretiler; liberal değerlere, kentleşmeye, bireyselliğe, modernliğe tepki göstererek, toplumsal destek bulmak için yönlerini kırsal nüfusa çevirdi. 19. yüzyıldan itibaren etkinliğini artıran Völkisch düşünce savaş sonrasında Almanya’da *Blut und Boden* akımıyla iç içe geçmişti (Öztan, 2006: 79). 1932 seçimleri için Hitler’in yayınladığı seçim bildirgesinde; “*Köylü sınıfını kurtarmak, Alman ulusunu kurtarmaktır*” başlığı altında: “*Sağlıklı bir köylü sınıfının korunup geliştirilmesinin toplumsal hastalıklara ve halkımızın ırksal çöküntüsüne karşı en iyi çare olduğu kanısındayım*” ifadeleri yer almaktaydı (Reich, 1975: 98). Nitekim savaş sonrası Avrupa’da da kriz halinden beslenen reaksiyoner hareketler için, büyük kentler her zaman “tehlike” olarak görüldü. Kentler; doğum oranlarının düşüş gösterdiği, ahlaki açıdan ise yozlaşmanın, geleneksizliğin ve anti ulusalcılığın türediği mekânlardı. Oysa köylüler, kültürün ve ırkın “saf ve otantik” kaynağını, çalışkanlık, dürüstlük ve idealist özellikleriyle de “makbul” olanı temsil ediyordu. Köyler dayanışma duygusunun topluluk bilincinin hüküm sürdüğü yerlerdi. Kırsal değerlerin birçoğu kâr güdüsünün, “Batı medeniyetinin” doğurduğu bireyselliğin toplumsal hayatın her bir köşesini istila ettiği şehirli değerlerin anti tezi olarak görülüyordu (Karaömerlioğlu, 2006: 212). Diğer yandan insanoğlunun modern yaşam tarafından “evcilleştirildiği” bunun ise ırksal bozulmaya yol açtığı düşünüldü. Başka bir deyişle; eski kasaba yaşamı, bir cemaat hissi oluşturup çocuk büyütmeyi özendirirken, modern kent aile birliğini tehdit eden ve bireyci bencillikle yabancılaşmayı besleyen “zevkler” ve “günaha” teşvikler sunmaktaydı. Bunun “acı meyveleri” ise “genç asosyaller” ve “psikopatlar”, aynı zamanda da “rastgele arkadaşlıklar” ve doğum ve doğum kontrolünün kolayca erişilebilir olmasıyla oluşan cinsel hazzı (Mazower, 2003: 107).

Köy konusundaki bu tür yaklaşımlar Türkçü-Turancı yayın organlarında da sık sık dile getiriliyor, köy ve köycülüğün ayrı bir önemi olduğu vurgulanıyordu⁴.

⁴ Niyazi Berkes anılarında Türkiye’deki sağcı reaksiyoner unsurlar ile Almanya’daki Nasyonel sosyalistler arasındaki köycülük konusundaki fikir benzerliğine dikkat çekmiş ve “bunlar bu fikirleri Almanya’da mı öğreniyorlar, yoksa Hitler ya da pek yakın arkadaşları

Nihal Atsız'ın çıkardığı *Atsız Mecmua* da, 1930'larda köycü ögeler taşıyordu. Köye; reaksiyoner düşüncede olduğu gibi “duru ırkın arandığı ve korunduğu” bir ortam olarak yaklaşılana bu yayın organlarında “saf Türk kültürünü” köylerin temsil ettiği belirtiliyordu. Değişmeyen gelenek, görenekleriyle “Türk ruhunu” saklayan Türk köylüsüydü. Fethi Tevetoğlu'na göre; “*Gürbüz görünen medeni sözde Türk aydını koftur, çürüktür: Türk kültürünü bozmuş, (Türk ruhu)nu zayıflatmıştır. Çelimsiz görünen cahil Türk köylüsü pektir, sağlamdır: Türk kültürünü korumuş, değişmeyen gelenek ve göreneğiyle (Türk ruhu)nu saklamıştır*” (Tevetoğlu, 1943a: 1).

Buradan hareketle 1940'ların neredeyse bütün Türkçü-Turancı dergileri, hem nüfus bileşimleri hem de “yapaylık” iddiasıyla “kozmpolit” merkezler olduğu düşündükleri “şehirleri” eleştiriye giriştiler. Peyami Safa'nın eserlerinden de özellikle Beyoğlu bölgesi Türkçü ideallerin yerleştirilmesinin en zor olduğu bölge olarak gösteriliyordu. Hatta büyük kentler; “Batı tarzı yaşama”, “maddeciliğe”, “kötü alışkanlıklara”, “ahlak buhranına”, “köksüzlüğe”, “yabancılaşmaya” açık mekânlar olarak “Türk ırkının saflığını” tehdit etmekteydi (Özdoğan, 2001: 252).

Köy davasında, muhafazakâr ve geleneksel değerleri öne çıkartan, değişime direnen bu yaklaşıma karşılık Ankara çevresi ise değişim talep etmekteydi: “*Köylerimiz değişme halindedir ve bu hal artacaktır. Bunu böylece kabul etmeliyiz ve bazı geri düşünceli, cemiyetin gittiği seyri anlamayan veya anlamak istemeyenlerin yaptığı gibi bundan korkmak değil, bilakis buna sevinmek lazımdır*” (Boran, 1943: 124). Nitekim kırsala yönelik bu değişim talebi “komünistlik” olarak anlaşılmıştır. 9 Şubat 1944 tarihli Başvekillik makamına, Basın ve Yayın Umum Müdürü Selim Sarper imzalı sunulan raporda; *Adımlar* dergisinin “koyu komünizme” yakın bir temayül gösterdiğinin kanıtı olarak, Behice Boran'ın “Zirai İstihsalin Geriliğinin Sebepleri, Gelişmenin Şartları” adlı yazısındaki ifadeler işaret edilmiştir. Boran'ın kırsal alanın değişiminden kastının Rusya'da uygulanan Sovkholz ve Kolkhoz sistemine varmak olduğu iddia edilerek, “komünizme” varılmıştır (BCA, 30.10.0.0.85.561.8). “Köy davasını şehirleşme davası” olarak gören ve köyü, şehirlerin seviyesine çıkarmak için köylerin eğitim ve teknoloji ile değişmesini savunan Ankara çevresine bundan dolayı yöneltilen bir diğer eleştirileri ise “Amerikancılık” olmuştur. İddialara göre; Amerika'dan gelme kozmpolit kafaları, garip dilleri ve yüzde yüz yabancı huyları ile esasen köylere gitmelerine, Türk köylüsünü tetkik etmelerine imkân olmadığı için, oturdukları masadan kafalarında bir Amerikan köyü canlandırıyor, sonra bunu Amerikan sosyolojisi metotları ve Marksist peşin inancıyla tetkike kalkıyorlardı. Ayrıca “Köylerde sosyal ve ekonomik tabakalaşma” gibi garabetler yumurtluyorlardı. Dolayısıyla iş “yerlilik” tartışmalarına kadar varmakta; Dil-Tarih hocaları için “*devşirmece duyup, Amerikanca düşünüp, Rusça inanan, fakat Türkçe (?) yazan*”

bu fikirleri Türklerden mi öğreniyorlar?” diye sorma ihtiyacı hissetmiştir (Berkes, 1997: 247).

ifadeleri sık sık kullanılmaktaydı. Bu kişiler kozmopolitliği yerleştirmek için “milli ananelere ve bunların muhafızlarına” çelme takıyor, eskisi gibi “yaşasın Komünizm! Kahrolsun milliyetçiler...” diye bağırıyorlardı. Çünkü “bu kurnaz münevverler” Amerika’da propaganda eğitimi aldıkları için açıkça “komünizm” propagandası yapmıyor, bunun yerine “iş ve insan, reaya ve köylü, içtimai sınıflar, alt yapı, üst yapı, amele, işçi problemi” gibi mevzuları gündeme taşıyordu. Aslında yazılarında bu tür mevzuları işlemeleri “komünist” olduklarının açık kanıtıydı (Bozkurt, 1943: 1).

Yurt ve Dünya’da “Köy Davası”, ihmal edilen ve ancak romantik edebiyata konu olan köyün toplumsal, kültürel, en önemlisi de ekonomik anlamda geri kalmışlığının farkına varılıp bu gerçeğin nasıl alt edilerek köyün iyileştirilebileceği ile ilgili tezlerin öne sürülmesi anlamına gelmekteydi (Gevrek, 1994: 152). Bundan dolayı da belli yörelerde yapılan ampirik sosyoloji, sosyal psikoloji ve folklor çalışmaları üzerinden köye yönelme çabası söz konusuydu. Bu durum “Köy Meselesi”nde romantik tezlerin ötesine geçilmesi anlamına geliyordu. Diğer yandan ise solcu aydınlar, köylülerden kendilerine taban yaratabilmek için köyü ve köylüyü daha iyi tanıma arayışına girip, bu konuda birçok antropolojik ve sosyolojik araştırma yapmışlardır.

“Köy Meselesi”ne yönelik; Niyazi Berkes, Behice Boran ve Mediha Berkes özellikle köy sosyolojisi incelemeleriyle ilgili makaleler yazmış ve bu konuda yeni tezler üretmeye çalışmışlardır. Bu isimlere folklor alanındaki çalışmalarıyla Pertev Naili Boratav da katılmıştır. *Yurt ve Dünya*’da 42 sayı boyunca köy sosyolojisi ve köy ekonomisi ile ilgili toplamda 45 adet makale yayınlanmıştır (Gevrek, 1994: 146). Genel olarak bakıldığında köye karşı ortaya konan yaklaşım köyün biran önce değişime uğraması gerektiği yönündedir. Behice Boran’a göre köy davasının çözümü şehirleşme sorunu ile ilgilidir ve Batı medeniyeti şehirleşmiş bir medeniyettir. Dolayısıyla Boran, medeniyetin bir ülkeye girmesinin şehirler aracılığıyla gerçekleşebileceğini ileri sürmektedir: “*Köy davası, köye dönmek, köyü kendi iktisadi ve sosyal şartları içinde bırakmak değil, bilakis o şartları değiştirmektir... Köy davası şehir ile köy arasındaki farkları ortadan kaldırmakla halledilecektir. Köye gitmek değil; köyü şehrin seviyesine getirmek lazımdır*” (Boran, 1941: 25-34). Sıtkı Yırcalı ise köy sorununun, teknolojinin köye taşınmasıyla çözülebileceğini ancak bunun da yeterli olmadığını, önemli olanın teknolojiyi kullanabilecek eğitimin sağlanması gereğine vurgu yapmaktadır. Anadolu köylerinin coğrafi olarak dağınık olmasından şikâyet eden Yırcalı, “büyük köyü” tesis etmek gerektiği fikrindedir (Yırcalı, 1941: 6-15). Bunların yanında Niyazi Berkes köyün değişmesi ve gelişmesi için göz önünde tutulması gerekenin köyün maddi ve manevi sınırlarının tespit edilmesini gösterir: “*Köyün nüfus vaziyetini muayyen bir hadde tutan şartlar değişmedikçe köyün ne maddi, ne manevi hacminde ve kefasetinde ani bir değişme olmaz. Bu şartların değişmesi şehir medeniyetinin mahsulü olan modern tekniğin imkân dairesinde köye girmesiyle mümkündür*” (Berkes, 1941a: 16-23). Bunların yanında köyün ve köylülüğün yüceltiği bir iklimde, Ankara çevresinin farklı bir yaklaşım

sergilemesi kısa sürede tepkileri de beraberinde getirmiştir. Eleştirilerin başını Hıfzı Oğuz Bekata tarafından çıkarılan *Çığır* dergisi çekmiştir. İki dergi arasında “Köy Davası” üzerinden uzun süre devam edecek sıkı bir polemik yaşanmıştır.

Hıfzı Oğuz Bekata, *Çığır*'ın köycülük anlayışını ifade ederken şu yaklaşımı sergiler; “*Köyü sadece bir iç pazar telakki eden ve bu telakki yüzünden köyü bir nevi müstemleke görüşü ve metodu ile idare etmesi bir mantıki zaruret olan köycülükle bizimki arasında münasebet yoktur. Köye sadece ‘iktisadi bir saha’ gibi bakanların zihniyeti ile bütün gelirini müstemlekelerin istismarından bekleyenlerin zihniyeti arasında biz fark görmüyoruz. Köye; yaşayan milletin kendine has olan dili, müziği, dansı, hikâyesi, örfü, kökü... olarak nesi varsa onları yaşatmakta olan ve köye yaklaşırken hep bu hürmetle yaklaşan milliyetperver köycü ile; fabrika mallarına müşteri olduğu için, veya bütçeye gelir temin ettiği için intifa ve istifade gözleriyle bakan köycü arasındaki uçurum meydandadır*” (Bekata, 1940: 4-13). Mart 1941 tarihli “*Çığır’a Göre*” ise *Yurt ve Dünya*, okyanus ötesi âlemin hayat şartlarını öğretmek ve bu hayat şartlarını kabule teşvik etmekte, ayrıca Türkiye’deki köyün geri bir yaşam tarzı olduğu ve Amerika’daki gibi çiftlik tarzı bir yapının kurulması gerektiğini öne sürmektedir. Bu fikirlere karşı çıkan *Çığır*; Türk köyünün bir zirai işletmenin maliyet hesabıyla kıymetlenemeyeceğini belirtmektedir: “*Arzu edilen şeklin değil yalnız aileyi, aynı zamanda milli hisleri de tahrip edeceği kanaatindeyiz. Amerika da fertleri menfaat rabitalarının haricinde birbirleriyle bağlanmış bir millet var mı? Hayır. O halde çiftlik şeklindeki zirai istihsalin ancak teknik davası olabilir. Türk köyü ise bir zirai işletmenin maliyet hesabıyla kıymetlendirilemez. Onun hakiki kıymetini yani milli varlığımızın ilk hücreleri olmak vasfından doğan kıymetini tenzil eden her fikir hareketine şiddetle muarızız*”.

Yurt ve Dünya'nın bu iddiaları reddetmesi tartışmayı daha da büyütmüş ve *Çığır* dergisinde Mayıs 1941’de “Zaruri Bir Cevap” başlığında on bir sayfalık bir metin yayınlanmıştır. *Yurt ve Dünya* dergisinde yayınlanan makalelerden hareketle; dergi yazarlarının müphem ve karışık fikirlere sahip oldukları, köylere gidip sayfiye hayatı yaşadıkları sonra makale yazmaya kalkıştıkları, dergi yazarları arasında görüş ayrılıkları olduğu, yazılarda ilmi metotların kullanılmadığı ve telif zaafı olduğu ileri sürülür. Ardından ise Behice Boran’ın “Köy Davası Şehirleşmek Davasıdır” adlı makalesinde yer alan ifadeler eleştiri konusu yapılır. *Çığır*, Behice Boran’ın “*köy hayatının örf ve âdete, ananaya istinat etmesinden şikâyet*” ettiğini vurgular. Ardından da bir milletin ayırt edici özeliğini, büyük şehirlerden ziyade küçük şehir ve köylerde toplayan sebebin bu olduğu belirtilir. Aynı makalede Boran’ın: “*Bugün Amerikanın şehirleşmiş mıntıklarında şehirli ile çiftçi arasında harici hayat tarzı bakımından birçok noktalarda farklar çok azalmıştır. Toprağı sürenler de şehirli gibi giyinir, kendilerine mahsus kıyafetleri yoktur. Çiftçinin evi de küçük şehirdeki iki katlı evler gibidir. Aynı tarzda yapılmıştır ve benzer tarzda döşenmiştir. Onun da şehirli gibi radyosu, otomobili, telefonu vardır*” ifadelerine itiraz edilir. Boran’a neden, Avrupa’dan Amerika’dan örnek verdiği sorulduktan sonra “Amerikan sistemini ve yaşam tarzını” savunduğu

iddiasıyla “yerli ve milli olmadıkları” suçlaması getirilir. Bunların yanında Sıtkı Yırcalı'nın “Büyük Köye Doğru” (1941: 6-9) ile Niyazi Berkes'in “Köy Nüfusu” (1941: 16-23) adlı *Yurt ve Dünya*'daki makalelerini eleştiren yazar şu sonuca varır: “Ankara çevresinin köycülüğü, Amerikan tarzı köy hayatını Türkiye’de canlandırma çabasını içermektedir ve köy hayatına yabancı oldukları için Türk köylüsünü tetkik etmelerine imkân yoktur, Amerikan sosyolojisi metodları ve Marksist peşin inanişle tetkike kalkmaktadırlar”. Dolayısıyla şehirlerdeki “modern yaşam tarzının” tehdit olarak görüldüğü, kırsal kesimin ise henüz Batılı değerlere sahip olmadığı için daha “ahlaki” bulunduğu bir dönemde, özellikle Türkçü-Turancı ve Anadolu gruplarının Türklerin, Batılılaşma ve modernleşme çabalarına şüpheyle yaklaştıklarını da gözden uzak tutmamak gerekir.

SAVAŞ YILLARI TÜRKİYE’SİNDE İRK VE İRKÇİLİK TARTIŞMALARI

Alfred de Gobineau'nun 1853'te yayınlanan “İnsan Irklarının Eşitsizliği Üzerine Bir Makale” adlı çalışmasında öne sürdüğü tezler birçok siyasi yaklaşıma zemin oluşturdu. Gobineau aslında yurttaşlık kavramını öne süren siyasi düzene karşı “feodal” bir tepkiyi dile getiriyor ve romantik çağın ve o çağın ulusçularının “kahramanlara tapınma” ilkesini “ırka tapınma” ilkesine dönüştürüyordu. Dolayısıyla “ırkın” yüceltildiği, ırklar arasında eşitsizliğe dayalı bir hiyerarşi olduğuna dair “bilimsel” kanıtların sunulduğu bir dönem başladı. “Bilim” çerçevesinde gelişen bu düşünceler Batı’da yayıldıkça, Batı'nın askeri zaferleri, ekonomisi, işgal gücü ve sömürgeleştirme politikalarının etkisinde genel kabul gördü ve yaygın söylem “gerçek” haline geldi. Böylelikle Avrupa merkezli bu bakış, bilimin “mutlak doğruları” arasında yerini almıştı (Somersan, 2004: 47).

İrk ve soy, Nihal Atsız başta olmak üzere Türkçü ve Turancıların toplum tasarımı önemli bir yer tutmuştur. Devamlı olarak “ırk saflığı” üzerinde duran Atsız; Türklerin maddi ve manevi hasletlerinin bozulmaması için yabancı kanlarla karışmaması gerektiğini savunmuştur. Atsız'ın yaklaşımına göre; su katılmamış Türk olmak için üç göbekten beri Türk olmak lazımdır, Almanlar Yahudilere, Amerikalılar ise zencilere karşı ilmin bu kanununu tatbik ederek üç göbek ilerisine kadar kanında Yahudilik veya zencilik bulunan insanları kendi milletlerinden saymamaktadırlar (Bakırezer, 2008: 352-357). Reha Oğuz Türkkkan ise; dokuz göbek Türk bulmanın mümkün olmadığını düşünerek, atalarının dörtte üçü Türk olan ya da dört göbekten beri kanca Türkleşmiş olanları Türk saymaktadır. Daha da ileriye giden Türkkkan; “Tarihin ve tekâmülün amili ırktır” düsturu çerçevesinde ırkların varlığını ve birbirlerinden farklılığını biyolojik gerçekler olarak kabul ederek toplum ve devlet modelini ırkçılık üzerine inşa etmiştir. İrkin saflığını korumak için yabancılarla evlenmeye karşı çıkar, “kabiliyeti vasattan düşük olanların mahsulünü azaltmak” ve “muzir zürriyetin kesilmesi” gibi tedbirler önerir (Önen, 2008: 362-364).

İrkçılık; eşitsizliği mutlaklaştıran, onu değiştirilemez bir doğal yasal olarak sunan bir düşünceden yola çıkmaktadır. Aynı millet veya ırktan gelen insanlar arasında yaradılıştan gelen kıymet ve nitelik farkları olduğu varsayımına dayanır. Üstünlük iddiaların dayanağı da burasıdır. İtalya milliyetçiliğinin önemli isimlerinden Mazzini; coğrafyanın, Tanrı'nın farklı uluslardan oluşan bir dünya yaratma istediğini ifade ettiğini; dağların, nehirlerin, denizlerin farklı kültürleri, dilleri, gelenekleri olan halkları birbirinden ayırmasının da bunun göstergesi olduğunu belirtir (Örs, 2008: 483). Dolayısıyla soldan gelen eşitlikçi bir düzen arayışı, ırkçı yaklaşımlara göre gerçekçi olmadığı gibi meşru da değildir. Eşitlikçi yaklaşımlar başarısız olmaya mahkûm girişimlerdir. Aynı zamanda doğal-ilahi yasaları çiğnemeye de teşebbüs cürmüdür. Oysa doğal-ilahi yasa üstün vasıflıların daha aşağı vasıftakilere hükmetmesini ister ve bu kuralı tüm bünyesine sindirmiş, geçerli kılmış toplulukların güçlü olabileceklerini öngörür ve bir millet bunları gerçekleştirdiği sürece “hayat kavgasında” güçlüler kategorisinde yer almış olur (Bora ve Can, 1994: 20). Bu yaklaşımın Türkçü-Turanlı düşünceye yansımalarına gelince; Reha Oğuz Türkan, ırkçılık karşıtlarının “farksızlık ve müsavat” iddialarını ele aldığı makalesinde, kâinatın ve tabiatın eşitlik diye bir şey tanımadığını ileri sürer. Hatta eşitsizliğin tabiatın genel kanunu olduğunu şu şekilde ifade eder: “*Vücudumuz bir yığın hücreden, nesiçlerden ve her çeşit uzuvdan müteşekkildir; bunların hepsi birbirinden farklıdır. Vücudumuz bilhassa birçok guddeleri havidir; fakat tenazur bertaraf, birbirinin aynı bir çift yoktur; uzviyette oynadıkları rol bakımından da hiçbirinin eşi yoktur... Vücudumuzdaki uzuvların ve nesiçlerin farklılığı sayesinde ki ve bu guddeler pek çeşitli uzvi ifrazatta buldukları içindir ki insan, tabiatın muhteşem bir yaratışıdır... Kâinata ve tabiatı hiçbir şey diğerine müsavi olamayacağına göre, tabiatın mahsulü olan nevilere, ırklar ve fertler de birbirlerinden farklı ve aralarında gayrimüsavidir*” (Türkan, 1943: 4-5). Dolayısıyla tabiatı hiçbir şey diğerine eşit olamayacağına göre tabiatın mahsulü olan ırklar da birbirlerinden farklıdır ve aralarında eşitsizlik mevcuttur. Hatta bu ana hakikatin inkârı üzerinde kurulan ırkçılık tenkitleri bu bakımdan temellerinden sakat ve köklerinden çürüktür.

Diğer yandan Sosyal Darwinizm’de hayatta kalmak için mücadeleye yapılan vurgu, siyasi ve toplumsal alana taşınarak ırklar arasında var olma mücadelesi olarak anlaşıldı. Modernleşme geleneği içinden yetişen Osmanlı aydınlarının da ilgi gösterdiği Sosyal Darwinizm; yaşamı gruplar arasında bir mücadele olarak tanımlar. Dolayısıyla tarih; toplulukların sürekli olarak yaşam savaşı verdikleri bir arenadır. Darwin’in dedesi Erasmus Darwin doğanın birinci kanununu “ye yoksa yenirsin” şeklinde açıklar (Doğan, 2012: 36). Sonuç olarak “savaşta” diğerlerine üstünlük sağlayanlar hayatta kalır veya öne çıkar, böylece savaş “üstün” olanın üstünlük kurmasına “zayıf” olanların ise tabi olmasına ve itaat etmesine yol açar. Savaş, büyük ve kutlu bir tabiatın kanunu olarak görüldüğü gibi doğal bir mücadelenin kaçınılmaz sonucu olarak da kabul edilir. Sonuç olarak güçlü olanın hayatta kaldığı ve diğerlerine üstünlük sağladığı bir doğada uygarlığın gelişmesi için “güçlü” olanın “zayıf” olanı köleleştirmesi, sömürmesi,

hatta yok etmesi “doğal” bir durum olarak anlaşılmıştır. Nietzsche’in ifadesiyle, güç ile sağlığın ve zayıflıkla hastalığın hangi tarafta olduğunu ortaya çıkaran savaş, insanlığın ilerlemesinin en önemli aracıdır. Hayatın tek gerçeği, kuvvete dayalı mücadeledir ve insanlar sadece kuvvete dayanmalıdır (Doğan, 2012: 236). Dolayısıyla “savaş” ve “savaşçılık” hayatta kalmanın yanı sıra “doğru” olanın da belirlenmesinde bir enstrümana dönüşür. Bu yorumuyla Sosyal Darwinizm ırkçılığa bilimsel gerekçeler sunmaktadır.

“Türk’ten başka bütün milletleri ez” düsturunu, Türklerin varlıklarını devam ettirebilmelerinin zorunlu bir koşulu olarak gören Türkçü-Turancı yayın organlarında Sosyal Darwinist bir yaklaşımı ortaya koyan sayısız örnek mevcuttur. Örneğin Necdet Sancar’a göre; Türk, ordu ve savaş sadece birer arkadaş değil, hem de üçüz kardeşlerdir; birlikte buldukları yüzyıllar içerisinde hep birbirlerini yüceltmişlerdir (Sancar, 1942a: 8-9). *Bozkurt* dergisinin Temmuz 1941 tarihli sayısının kapağında “Türklük Bekliyor” başlığıyla yayınlanan makale biyolojik indirgemecilik anlayışın tipik bir örneğini sunmaktadır: “*Dünya kayıyor... En mühim ve hayati hadiseler hazırlanıyor, patlıyor, yenileri hazırlanıyor. Bütün milletlerin istikballeri tam bir oluş halindedir... Uyumuş olanlar, gaflet edenler, zayıf olanlar, miskinler, gecikenler, belki bir daha doğrulamamak üzere bu insafsız ve vahşi hayat kavgasında yıkılıyor, çöküyor ve mahvoluyor... Asırların eşini gösteremeyecekleri bu müthiş hayat dövüşünde en büyük tabiat kanunu, olanca kuvvetiyle hâkim oluyor: Ya öldüreceksin, yahut öleceksin!*”. Ayrıca ölmek için ortaya çıkan ender fırsatları derhal yakalayabilmeli, enerjik, cüretkâr ve süratli olmalı ve titremeyen bir elle öldürülmek için öldürmelidir. Türklerin tarihsel mirası, Türk ırkının en büyük vasfının savaşçılık olduğunu göstermektedir. Hatta hiçbir millet, Türk kadar harp etmemiş ve muzaffer olmamıştır.

Aynı doğrultuda Nihal Atsız da “yaşam için mücadele” yaklaşımından hareketle milletler arasında güçlü olanın kazanacağı bir “hayat tasavvuruna” sahiptir. Savaş, hayatın sürekli kudret ve iktidar üreten doğasının bir gereğidir. Savaş ve mücadele sayesinde iyi ırklar yetersiz ırklardan ayrılmaktadır. Hayat ile savaş arasında kurulan bu doğrudan ilişki nedeniyle millet olarak var olabilmek bütün bir hayata ait askeri bir donanımı ve cephesel duruşu zorunlu kılar, görev duygusu, itaat, disiplin, “erkeklik”, kahramanlık, her an ölmeye ve öldürmeye hazır olmak, yani hayatı sürekli bir askeri disiplin ve eğitim içinde yaşamak, onu içselleştirmek gereklidir. Dolayısıyla bir millet için en büyük tehlike “barış ve dostluk” afyonu yutarak uyumaktır (Ertekin, 2008: 372). Aynı zamanda “devamlı savaş hali” insaniyetçiliği bir zayıflık haline getirirken, hoşgörüsüzlüğü ve fanatikliği yüceltmektedir: “*Görülüyor ki uzviyetlerin tekâmülü ve yükselmesi, üstünlerin aşağılardan ayrılıp aşağıları yenmesi ve imha etmesiyle oluyor. Yani tam insaniyetçilerin inkâr ettikleri ve ortadan kaldırmak istedikleri şeyler. İnsaniyetçiler bütün insan nevelerinin birbirleriyle karışıp erimesini istiyorlar, hâlbuki tekâmül metodu üstün nevelerin ayrılıp, aşağı nevelerin ortadan kalkmasını istiyor. İşte insaniyetçiliğin en büyük tehlikesi: tekâmülü durduruyor ve hatta geri alıyor*” (Rasin, 1941: 232-234). Öte yandan insanlığın sürekli bir “boğuşma”

içinde olduğu bir dünyada, solcuların devamlı olarak “tatlı bir uyuşukluk, miskin bir afyonkeş sersemliği” telkin etmeye çalışmaları Türkleri zayıf düşürmek içindir (Unaner, 1944: 268). Harp taraftarlığı eleştirileri ise “miskinlik ilacı kızıl propagandanın eski silahı”dır ve Fransa bu ilaçla uyutulmuştur. Amaç ise harp aleyhtarlığı ve insan kardeşliği teraneleriyle uyuşturulan sınırlarda vakti geldiğinde silah tutacak kuvvet bırakmamaktır (Unaner, 1943: 79-80). Sonuç olarak “yaşamak istiyorsak, milli bütünlüğümüzü yıkmaya uğraşan soysuzları en gaddar hükümlerle ezmek mecburluğu vardır” (Unaner, 1944: 269).

Liberalizm ve Marksizm toplum içinde çatışmayı doğallaştırırken, hatta Marksizm çatışmayı tarihsel ilerlemenin dinamiği olarak kabul ederken, bazı ideolojiler ise toplumsal bütünlüğün önünde engel olarak gördüğü çatışmayı bir biçimde ortadan kaldırmayı hedeflemiştir. “Sosyal bütünlüğü” bozduğu varsayılan her türlü yaklaşım zararlı ve tehdit olarak görülmüş, bir yandan “sosyal sınıfların” yarattığı çatışma diğer yandan ise kendi çıkarı peşinde hür bir şekilde koşan ve bireysel haklarını her şeyin üzerinde gören bir anlayışın toplumdaki “uyumu” bozduğu düşünülmüştür. Buradan hareketle toplumun sosyal sınıflara bölündüğünü iddia etmek, sınıf bilincine vurgu yapmak ahenk içinde çalışan bir organizmaya benzetilen toplumun bütünlüğünü tehdit etmektedir. Bu bağlamda Ziya Gökalp’ın “Ben, sen, o yok biz varız, hak yok görev var” dizeleri veya Peyami Safa’nın “insan yok, millet var” yaklaşımı “Anadolucu” ve Türkçü-Turancı unsurlar tarafından sık sık kullanılmıştır. Türk milliyetçiliği hem “gecikmiş” olmanın telaşını hem de Osmanlı Devleti’nin parçalanmasına gösterilen bir reaksiyonun izlerini devamlı olarak derin bir beka kaygısına dönüştürmüştür. Dolayısıyla devletin “bekası” için devlet-toplum bütünleşmesini bir an önce gerçekleştirmek siyasi bir öncelik haline gelmiştir. Öte yandan bütün bunların etkisiyle; devlete ve kimliğe aidiyet ve bağlılık devamlı olarak kanıtlanması gereken yükümlülük halini almıştır.

Diğer bir açıdan ise “millete” ve “devlete” yönelmiş tehditlerle baş edebilmek için devleti güçlendirmek gerekmekte, bunun için de “toplumsal bütünlük ve uyum” hiç olmadığı kadar zaruri bir hal almaktadır. Nitekim Türkçü-Turancı düşünce de “bütünlüğü” ve “güvenliği” irksal saflıkta aramıştır. Irksal bakımdan saf ve iç uyum sahibi bir halk yaratmanın herhangi bir savaş ve çatışma halinde ülkenin güvenliği için son derece önemli olduğu devamlı olarak ileri sürülmüştür. Türk devletleri, Türk ırkından gelmeyen yöneticilerin ve uyrukların “ihanesine” uğramış ve bu yüzden yıkılmıştır. “*Türk olmayan ve her çeşit dönmeler, ne kadar Türk terbiyesiyle büyüsünler, hiçbir zaman bir öz Türk’e benzemeyecekleri gibi bir öz Türk gibi de bu millete hizmet edemeyeceklerdir. Bilakis tarihimiz baştan aşağı bu unsurların hıyanetiyle doludur*” (Türkkan, 1942: 6). Nitekim Gobineau’nun ırkların karışmasının bozulmaya yol açtığını ileri sürmesi dahası bu bozulmanın Batı uygarlığının çöküşüne neden olduğunu belirtmesi birçok siyasi grup tarafından benimsenmiştir. Hatta siyasal, ekonomik ve toplumsal düzeyde yaşanan bütün krizler bu teori üzerinden açıklanmaya çalışılmıştır. Rıza Nur’a göre, milliyetin kültürle hiçbir alakası yoktu, milliyet bir

ırk meselesi, bir kan meselesiydi. Devletlerin batmasının nedeni yabancı kandı, karışık ve yabancı kan taşıyan yönetici seçkinler çöküntünün sorumlusuydu (Nur, 1941: 4-6). Türk doğuştan üstün ve kabiliyetlidir, zekâsını, yiğitliğini, askeri dehasını ve her hususta büyük kabiliyet ve istidadını kanından alıyordu. Eğer Türk kanı yabancı kanlarla karışırsa, melez ve karışık kanlı doğacak nesiller Türk’ün maddi ve manevi hususiyetlerini taşıyamazlar ve öz bir Türk gibi üstün soydan olamazlardı. Dolayısıyla “saf ırkı” korumak için çeşitli önlemler almak gerekmektedir. Türk kanı taşımayan insanlarla Türklerle evlenirlerse doğan çocuklar, Türk hususiyet ve üstünlüğü taşımayan, bize ve atalarına benzemeyen melezler olacakları gibi, bu kan karışmaları arttıkça, Türk milletinin kan terkibi de değişecek, atalarımızın maruf ve sevgili hususiyetleri yarınki Türk milletinde bulunmayacaktır (Türkkan, 1942: 6). Yabancılarla evlenmek “*Atatürk, hakiki kudretimizi, ‘damarlarımızdaki asil KANA’ bağlamışken, bu asil Türk kanını bulandırmayı ve yabancı kanlarla pisletmek*” olarak görülüyordu (Türkkan, 1939: 72). Türkçü-Turancuların yanında Anadoluocular da Osmanlı bürokratik aygıtı içerisinde Türk unsurunun dışında devşirme kökenlilere görev verilmiş olmasını şiddetle eleştirmişlerdir. Devşirme sistemi “kanın bozulmasının” nedeni olarak gösterildiği gibi “devlete hıyanetin” yuvası olarak da kabul edilir. Dolayısıyla Türklüğün başına gelen olumsuzlukların ve çöküşün en önemli sebebi “*Türk saraylarına yabancıların girmesi ve Türkün başına Türk olmayanların*” gelmesiydi (Tevetoğlu, 1943b: 1). Söz konusu yaklaşımı benimseyenlerden biri de Dr. Mustafa Hakkı Akansel olmuştur. *Tanrıdağ* dergisinde “Yabancı Kan ve Devletlerin Batması” başlıklı yazısında canlıların hücrelerindeki kromozom ve irsiyet amili olan jenlerden hareketle, Osmanlı Tarihinden misaller vererek yabancı ırkların devlet ve millete yaptığı “zararları” aktarmıştır (Akansel, 1942: 5-8). Orhan Seyfi Orhon ise Türklerin geri kalmasını Osmanlı devrinde bir Türk aristokrasisi teşekkül etmemesine bağlar. Fatih Sultan Mehmet tarafından Çandarlı ailesinin tasfiyesini bir dönüm noktası olarak görür. Eğer bir Türk aristokrasisi oluşmuş olsaydı; “*Türk cemiyetin müstesna kıymetlerini orda görecektik, orda toprağa en derin köklerle bağlı vatansızlar, orda nesillerce süren bir kültür hayatının yükselttiği zekâlar, orda eğilmeyen asil başlar, orda ruh üstünlüğü, orda soy temizliği, şeref ve haysiyet olacaktı. Devlet makamının başına uşaklar, devşirme çocukları, hadım ağaları geçemeyecekti*” (Orhon, 1944b: 1).

“*Her ırkın üstünde Türk ırkı*” şiarını düstur edinen dergilerin yayımlandığı bir atmosferde, *Yurt ve Dünya ile Adımlar*’da ırkçılık karşıtı çok sayıda makale kaleme alınmıştır. Ankara çevresinin bu yaklaşımı “muhalif”, “sol ve komünist” olarak gösterilmelerinin en önemli gerekçelerinden birini oluşturur. Hatta Reha Oğuz Türkkan, ırkçılığı tenkit edenlerin soyundan korkusu ve tereddüdü olduklarını ileri sürmektedir: “*Devlet içindeki yurttaşlar, damarlarında karışık bir kanın hissedince, ancak kendilerinin işine gelen bir durumu kati ve umumi bir hakikat halinde tahriş ediyor ve bütün insanların müsavi olduklarını iddiaya meylediyorlar*”dı. Türkiye’deki ırkçılık karşıtlarının çoğu soy bakımından Türk

ırkına yabancı ve karışık olanlardı. Bir de bunlara son zamanlarda sol temayüllü muharrirler, müsavatchılar ve beynelmilelciler katılmıştı (Türkkan, 1943: 5).

1940'lı yıllarda milletin, kültür üzerinden mi yoksa ırk ve kan üzerinden mi tarif edileceği en önemli tartışma konularından biri olmuştur. Bu konuda baskın olan görüşe karşılık; *“İrk ancak maddi yapı demektir. Maddi yapının kültüre ve millete ne tesiri olabilir”* şeklindeki itirazlar genellikle *Yurt ve Dünya* ile *Adımlar* tarafından dile getirilmiştir. İrkin milletlerin maddi yapısını; yani rengini, şeklini tarif ettiği dolayısıyla millet unsuru içinde etkisinin olamayacağı ileri sürülür. Millet kültürel bir varlıktır, bir milletin terkinindeki insanların vücut yapısının şu veya bu şekilde olmasının, kültürle hiçbir münasebeti ve üzerinde hiçbir tesiri yoktur. Her millet muhtelif ırklardan müteşekkildir, bunun için uzvi olsun, ruhi olsun, ırkın millet içindeki varlığı ve tesiri karmakarışıktır. Bu sebeple ırk dikkate alınmamalı, milli farklılıklar ırk üzerinden izah edilmemelidir (M. Berkes, 1943: 473-478). Hatta *“melezler ekseriya güzel ve dâhilerin çoğu soyca karışık”* olduğundan hareketle saf ırk isteği boş ve saçmadır. Dolayısıyla Ankara çevresine göre; ırk, milletin oluşumunda mevcut fakat tamamen önemsiz bir unsurdur, milletler arasındaki farkı tayin eden ırk değil, içtimai şartlardır. İrk özellikleri bir milleti ne üstün ne de aşağı yapar.

Bir millette en çok görülen ırk vasıflarının, o milletin medeniyetinin ve kültürünün ne yüksek oluşuna ne de aşağı oluşuna hiçbir tesiri olmadığını savunan Niyazi Berkes'e göre; *“Bugün birçok demagogların elinde gelişigüzel kullanılan ve siyasi maksatlara alet edilen mefhumlardan biri de ırk mefhumudur. Bizim kültürümüze tamamıyla yabancı olan ırk fikri ve ırkçılık son yıllarda yurdumuzda çeşit çeşit adlarla batıp çıkan, fikirlerini yabancı memleketlerden alan, bize yabancı siyasi rejimleri aksettiren ırkçı neşriyatla propaganda edilmektedir”* (Berkes, 1942: 438). Berkes, ırkçılığın emperyalist bir siyasetin aleti olarak ortaya çıktığını, Batılıların, Avrupa dışında kalan milletleri sömürmek için ırk üstünlüğü iddialarına başvurduğunu vurguladıktan sonra, bazı kimselerin bu yabancı malı ideolojiyi memleketeye sokmaya çalıştıklarına dikkat çeker. Ardından da memleketin ilim adamlarının, bu muzır ve ilmi olmayan fikirlerin iç yüzünü açığa çıkarmalarının bir vazife haline geldiğini söyler (Berkes, 1943: 176-177). Hatta *“Millet bir ırk mıdır?”* sorusuna cevap aranırken ırkçılığı savunanların kendi yaklaşımlarını Ziya Gökalp'a dayandırmaları Niyazi Berkes'in itirazına neden olur. Berkes, Ziya Gökalp'in milliyetçilik anlayışının Türkçü-Turancılar tarafından yanlış değerlendirildiği fikrindedir (Berkes, 1941b: 277-292).

Bir diğer itiraz noktası ise ırklar arasında psikoloji bakımından bir fark olmadığı gibi ruh ve kabiliyet özellikleri üzerinden bir dereceleme yapılmaması gerektiği idi. Bunun yanında fertleri millet haline getiren ve bir arada tutan bağ, ırk ve kan birliği değildi. 1943'te basılan *“İrk Psikolojisi”* adlı eserin de yazarı olan Muzaffer Şerif Başoğlu, ırkçılığı *“şüpheli ihracat malı”* olarak tanımlayarak, *“Memleketimizde son senelerde mahreci şüpheli bir ihracat malının bulunmaz bir Hint kumaşı gibi, memleketimizin fikir ve kıymet âlemine sürülmesi yolunda*

gösterilen gayretler beni bu satırları yazmağa sevk etti” der. Muzaffer Şerif, ırklar arasında hiçbir psikolojik farkın olmadığını, ırkçılık yaparak kendilerini üstün sayan milletlerin gerçek üstünlüklerinin renkleri, cinsleri, dilleri ve kültürlerinde değil; gerçek üstünlüklerinin olsa olsa teknik alanda olabileceğini öne sürer: “*Zeka, karakter, mizaç, kavrayış ve sanat kabiliyeti gibi psikolojik hususlarda bazı milletlerin değişmez bir surette ırktan üstün yaratılmış olduklarını büyük bir velvele ile ortaya sürüyorlar. Bunu, ırk psikolojisi sahasında Garp ilminin en son sözü olarak göstermeye çalışıyorlar. Bu bir yalandır; ilim namına yapıldığı için hem de iğrenç bir yalandır*” (Başoğlu, 1943b: 7). Tarih bakımından nordik ırkın yüksekliğini ileri süren iddiaların doğru olmadığını belirten Mediha Berkes, buna kanıt olarak üstün ırkın tarihî her safhasında kültürce üstün olması gerekirken, nordik ırkın kültürce üstünlüğünün yeni olduğunu, tarihten önceki devirlerde nordik ırkın bir başarısının görülmediğini aksine “barbar” olarak tanımlandıklarını vurgular (M. Berkes, 1942: 3). Ankara çevresinde Türkçü-Turancı yayın organları ile doğrudan polemige girenlerin başında Adnan Cemgil gelir. Türkçü-Turancı unsurların “milliyetçilik” ile hiç ilgisi olmayan millet düşmanları oldukları ileri sürmesi sert tartışmalara yol açar (Cemgil, 1943: 426). Özellikle “İçyüzleri” başlığıyla yayınladığı makalesinde Türkçü-Turancılar arasındaki iç çekişmelere değinmesi Ankara çevresini hedef alan bir “öfke diline” neden olur (Cemgil, 1942: 397).

“ANKARA ÇEVRESİ”NE YÖNELİK “SOLCULUK VE KOMÜNİSTLİK” SUÇLAMASI

1940’ların başında bazılarının ırkçı niteliği de olan Türkçü-Turancı yayın organlarının sayısında neredeyse patlama yaşanır⁵. Genellikle bu yayın organlarında; Türklüğün “düşmanları” yalnız sınırların dışında aranmamış. sınırların içinde de irili ufaklı azımsanmayacak kadar “düşman” olduğu vurgulanmıştır. “İç düşmanlar” yüzlerine geçirdikleri maskeyle Türklüğü hırpalamak, güçten düşürmek için çeşitli silahlar kullanmakta ve bunların başında da neşriyat gelmekteydi. Hal böyleyken “iç düşmanların” elinde neşriyat milletin kalbine sokulmak istenen bir ölüm aleti halini almaktadır. Nitekim Türkçü-Turancı düşüncede “iç düşmanların” başında “komünistler” gelir. Ülkedeki komünistlerin en güçlü yönü ise yayın faaliyetleri ile kitleleri etkileyebilme “gücü” olarak görülür. Bu “tehlike” ile mücadele varlık nedeni halini alır. Türkçü-Turancı yayınların misyonunu ve hedefini ortaya koyan şu ifadeler ilginçtir: “*Milliyet düşmanlarının bu gibi zırhlı ve aldatıcı silahlardan korunmak için birinci çare,*

⁵ 5 Ağustos 1942 tarihinde Başbakan Saraçoğlu Meclis kürsüsünden Türkiye’nin Sovyetler Birliği’nde yaşayan Türk kökenli 40 milyon kişinin geleceğine ilgisiz kalmasının mümkün olmadığını belirttikten sonra: “*Biz Türk’üz Türkçüyüz daima Türkçü kalacağız. Bizim için Türkçülük, bir kan meselesi olduğu kadar, bir vicdan ve kültür meselesidir. Biz azalan ve azaltan Türkçü değil çoğaltan Türkçüyüz ve her vakit bu istikamette çalışacağız*” ifadelerini kullanması, bu tür yayın organlarına hükümetin desteği olarak anlaşılabilir.

onların telkin tesirlerini giderecek veya hiç değilse azaltacak karşılık silahlar bulmak ve kullanmaktadır. Zararlı neşriyat silahına karşı hayırlı neşriyat silahı kullanmak gerekir". Dolayısıyla "iç düşmanlara" karşı iki koruyucu silah mevcuttu; milliyetçi neşriyat ve milliyetçiliğin düşmanlarını tanımak ve tanıtmak. "Türk gençlerine milli şuur verici Türkçü neşriyat ne kadar lüzumlu ise, milliyetimize sinsî sinsî kastederek ters cereyanlarla bizi dağıtmağa uğraşan soysuzların hakiki çehrelerini tanımakta o derece faydalıdır". Zararlı neşriyat konusunda kast edilen ise şu satırlarla ifade edilir: "Unutulmamalıdır ki aileyi değil zinayı, savaşı değil barışı, milliyetçiliği değil beşeriyetçiliği telkin eden eserlerin okunmasının ve milletçe benimsenmesinin sonu cemiyetçe yıkılmaktır" (Sancar, 1942b: 12). Sonuç olarak kendi varlık sebebini bir yandan "sol neşriyata" dayandıran Türkçü-Turancı yayınlar savaş yıllarında sayıca çoğalmakla kalmayıp, daha fazla okuyucuya ulaşır. Rakamlara bakıldığında; *Atsız Mecmua* ve *Orhun*'un 1000'er adet sattığı, buna karşılık; *Gök Börü*, *Tanrıdağ* ve *Türk Yurdu*'nun 3000'lere ulaştığı, ikinci dönem *Orhun*'un 1943-1944'te 3000'den 4000'e çıktığı, *Kopuz*'unda aynı şekilde 1939 yılında 3000 satarken; 1943 yılında 5000'e çıkarak, 1942-1944 yıllarının en çok okunan Türkçü dergi olan *Çınaraltı*'nin satışını yakaladığı görülür.

Bu artış dünyada cereyan eden savaş koşullarıyla ilgili olduğu kadar 1930'lu yıllardan itibaren yükselişe geçen radikal akımların Avrupa'nın birçok ülkesinde güçlenmesiyle de ilgilidir. Birinci Dünya Savaşı sonrası yaşanan iktisadi, siyasi, toplumsal krizler, otoriter ve totaliter bir havanın esmesine yol açtığı gibi diğer yandan modernleşmenin getirdiği sıkıntılar ve toplumsal çözülmenin yarattığı güvensizlik duygusu modernliğe karşı tepkiselliğe neden oldu. Daha makro ölçekten bakmak gerekirse; sanayileşme ve kentleşmenin yarattığı sosyolojik ve kültürel değişim, özellikle de şehirleşme yeni bir "kimlik" ve "ahlak" arayışı yaratmış, bu noktada söz konusu arayışlara çareler üretmek zaruri bir hal almıştır. Tam da böyle bir iklim içinde reaksiyoner hareketler, özellikle de Faşizm; Avrupa'da ekonomik olarak bunalmış, geleneksel değerlerini yitirmiş, yalnızlaşan ve köksüzleşen kitlelere "krizden" çıkış ve "yeniden doğuş" imkânı sunmaktadır. Başka bir açıdan faşizm; modernliğin ürettiği bir parçalanmışlığı ve bu parçalanmışlıktan korkuyu gidermenin bir yolu olarak formüle edilmiş bir ideoloji olarak da ortaya çıkar (Örs, 2008: 483). Adeta hızlı bir değişimden, modernleşmeden duyulan bir korkunun ürünüdür. Diğer yandan 1929 krizinin büyük ekonomik çöküntüye yol açması ve "orta sınıfın" iktisadi olarak "kaybetme duygusuna" sürüklenmesi de söz konusu reaksiyonu besleyen bir durum ortaya çıkarmıştır. Sonuç olarak; korku ve kaygılar öfke üretmiş, "öfke" milliyetçiliğin en fazla ihtiyaç duyduğu "öteki"nin yaratılmasını kolaylaştırmıştır.

Osmanlı Devleti'nin dağılma sürecinde özellikle de Balkan Savaşları ve Milli Mücadele döneminde milliyetçi bir söylem içinde genelleşen Batı'ya karşı "hınç", Cumhuriyet'in ilk yıllarında modernleşme hamlesiyle kısmen dizginlense de Batılılaşma karşıtı reaksiyoner unsurlar arasında her zaman kendini korudu. Söz konusu "hıncı" Batı karşısında kültürel ve teknolojik olarak geri kalmak, daha önemlisi geri kalmışlığı aşmak için Batılılaşmak zorunda olmak sürekli olarak

bilinçaltında beslenmiştir. Şerif Mardin'in de tespit ettiği gibi; “*Türkiye’de Batı’nın ideolojik görüşlerine erişemeyenlerin, ezildiklerine inananların, zamanımıza kadar devam ettiği hiç şüphe götürmeyen bir bürokratik aristokrasi tarafından ‘adam yerine’ konmadıklarını hissedenlerin, iman kaynağıdır*” (Mardin, 1992: 355). İlave olarak Isaah Berlin de bir toplumun bir egemenin tehdidiyle karşı karşıya kaldığında; genellikle kendi gerçek veya farazi erdemlerini patolojik bir şekilde abarttığını ve gururlu, mutlu ve başarmış öteki karşısında düşmanlık ve hınç duyduğunu belirtmektedir (Berlin, 2010: 58). Nitekim “Kinimiz dinimizdir” düsturuyla yola çıkan Atsız’a göre milli varlığı ayakta tutan unsurlardan biri, düşmanlara yani ırki olarak Türk olmayan herkese karşı “milli bir kin”di. Dolayısıyla “düşman” ve “nefret” vurgusu başlıca ötekileştirme unsuru olarak kullanılarak, “düşmanlara” karşı “milli kin” ulu bir his olarak görüldü ve milletlerin ilerlemesi ve yükselmesi “milli kin” üzerinden açıklandı (Tevetoğlu, 1943b: 1).

Milliyetçilik öncelikle kendisine ait olanı diğerlerinden, ayırmaya ve üstün tutmaya eğilimlidir. Milliyetçi yaklaşım, kendine özgü bir ulusun var olduğu varsayımına dayanır, bu ulusun çıkarlarını ve değerlerini diğer tüm çıkar ve değerlerden üstün görür. Böylece “millet”, sadakatin, bağlılığın, meşruiyetin biricik öznesi haline gelir. Bütün milliyetçi ideolojiler, özellikle vatandaşlık ve anayasal ilkelere sadakat bağının ötesinde açıkça veya zımnen bir kültürel kimliği çağırın yanlarıyla, özcü-fundamentalist bir zihniyeti temellendirirler. Özcü-fundamentalist kimlik tanımı milli cemaati tarihsel, dinsel, kültürel bir temelde biricikleştirip yücelttiği oranda, ırkçılığa özgü ayrımcı zihniyet kalıbı doğurur (Bora, 2009: 349). Böylece “evrenselci” yaklaşımlar “milli kimlik” için son derece sakıncalı hale gelmektedir. Dolayısıyla sosyalist hareketlerin enternasyonalist olmaları, milliyetçilik ile sosyalizmin birbirlerini dışlamalarına neden olmuştur. Evrenselciliğe karşı bir duruş sergileyen reaksiyoner sağcı hareketlerde; “kan”ın ve etnik kökenin kendilerini diğerlerinden ayırdığına ve üstün kıldığına inanılmaktadır. Türkçü-Turancılara göre; kan karışımı, bireycilik, kozmopolitlik, pasifizm bir milletin yıkılmasındaki başlıca faktörlerdir. Dolayısıyla *Yurt ve Dünya*, Türkçüleri hedef alarak “beynelmencilliğe hizmet eden” ve beşeriyetçiliği savunan bir yayın organı olarak ötekileştirilir (Orhon, 1944a: 1).

Aslında her siyasi hareket ve ideoloji kendisine ait ayırt edici özelliklere sahip olmak zorundadır. Kendi pozisyonunu bu özellikler üzerinde tarif eder ve tanımlar. Diğer yandan ise bu ayırt edici özelliklerini “öteki” üzerinden oluşturur. Chatterjee’e göre Türkiye’nin de içinde yer aldığı Batı’nın kültürel ve siyasi hegemonyası altında olan toplumlarda milliyetçilik; “ötekinin” sosyo-kültürel egemenliğinden muzdarip bir entelijansiya tarafından ideoloji ve daha sonrasında ise siyasi bir hareket olarak icat edilir (Dieckhoof ve Jaffelot, 2010: 53). Bu süreçte entelijansiya “ötekinin” üstünlüğüne karşı yeniden diriltilmiş kendi geleneği içinden daha iyisini keşfeder. Böylece özgüvenini tamir eder. Özgüven tamiri ulusal kimliği tarihin ve medeniyetin “merkezin” yerleştirme şekline bürünür. Başka bir deyişle tarihsel geçmişlerinde siyasi ve askeri olarak “altın çağ” olan

entelektüel kuşaklar, genellikle içinde buldukları krizi aşmanın yolunun “yeniden doğuş” olduğuna inanmışlardır. Ayrıca “altın çağ” icadı başka bir deyişle “kaynağa geri dönüş” tarihin yeniden yorumlanmasını da zorunlu kılmaktadır. Bundan dolayı toplumu harekete geçirmek için “geçmiş” üzerinde “mitler” üretmek gerekir, bu “mitlerin” gücü ve etkisi ise rasyonel olmalarından daha ziyade duygusal olmalarında yatmaktadır. Bütün bunların etkisi altında “Tarih” bir yandan “biz” olanın yaratılması ve sınırlarının çizilmesi, öte yandan da “biz” olanın “öteki” üzerinden işaretlenmesidir. Dolayısıyla “biz” dışında kalan farklılıklara sahip içerde ve dışarıdaki bütün unsurlar kimliğin önündeki engellere dönüşerek ötekileştirilir. “Öteki”, duruma göre, bazen farklı milletler, bazen dinsel gruplar, bazen de farklı ideolojiler olur. Türkiye örneğinde de olduğu gibi milliyetçi reaksiyoner hareketlere meşruiyet ve dinamizm sağlayan, varlık kazandıran “öteki” genellikle “komünizm” olmuştur. Milliyetçi hareketler; sosyalizmi “mutlak kötülüğün” temsilcisi, dış mihraklar tarafından kontrol edilen ve yönetilen, gerçek amacını kamufle etmiş bir hareket olarak görür ve öyle sunar. Solu bir tehdit olarak görmek “milliyetçi” olmanın ön koşulu haline gelir ve ardından da ahlak dışı, topluma aykırı ve yabancı ne varsa hepsi solcularla ilişkilendirilir.

Türkçü ve Turancı yayınlarda komünizm ve sol karşıtlığı önemli bir yer teşkil etmekteydi. Neredeyse her türden farklılık “komünistlik” kategorisine sokularak suçlama ve hakarete maruz kalmıştır. Komünizm düşmanlığı ideolojik nedenlere dayandığı gibi aslında daha çok Sovyetler Birliği ile ilgilidir. Komünizm, Sovyet yayımlarına ait bir ideoloji olarak görülmüş, “moskofçuluk” olarak sunulmuştur. Bedriye Atsız, Nihal Atsız’ın solculuğa ve komünizme tepkisini düşünsel nedenlerden daha ziyade “Türklüğün baş düşmanı” olarak gördüğü Sovyet yönetimine karşı olmasına dayandırır (Özdoğan, 2001: 183). Türk milliyetçiliğinin Ruslara karşı tepki olarak ortaya çıktığı ve geliştiği, milliyetçi unsurların Sovyet yönetimi tarafından mağlup edilip topraklarından uzaklaştırıldığı ve Sovyetler Birliği’nin Türki unsurlar üzerinde egemenlik kurduğu düşünüldüğünde, Ruslara karşı oluşan “nefretin” boyutları dahi iyi anlaşılır. Reha Oğuz Türkkan; “*istihvalde, istihlakte, mallarda, parada, evde ve kadında müsavat*” olarak tanımladığı komünizme olan karşıtlığını anti-semitizmle de birleştirmektedir. Dolayısıyla onun için komünizm bir Yahudi ürünüdür, bizdeki komünistlerde araştırıldığında neredeyse tamamının Selanik dönmesi olduğu ortaya çıkacaktır (Önen, 2008: 366).

Bozkurt dergisinde yayınlanan bir makale bu konuda verilebilecek en iyi örneklerden birini oluşturmaktadır. Makalede “komünistler”; içinde buldukları cemiyetin hükümetine, ırkına, kültürüne, dinine, ahlakına, tarihine ve istiklaline düşman kişiler olarak gösterilir. Bunun yanında komünistlerin beynelmilelci görünmelerine, bütün milletlerin dost olup birleşmelerini istemelerine rağmen içinde buldukları cemiyete yabancı, düşman ayrı bir kitle teşkil ettikleri vurgulanır. Her şeye iktisadi gözle bakmalarına rağmen faydalı hiçbir iş yapmadan geçimlerini sağladıkları hatırlatılır. Ortaya attıkları fikirlerin ise şaşılacak derecede “boş” ve “kof” olduğu belirtildikten sonra “komünist” olduklarının işareti olarak

ise burjuva, kapitalizm, işçi sınıfı gibi kelimeleri kullanmaları gösterilir. Ardından bir insanı komünist olmaya sevk eden sebepler arasında; içinde yaşadıkları cemiyete düşman olmaları ve soyca karışık olmaları gösterilir. Hatta millet sevgisinden mahrum olmaları cemiyet içinde bir köklerinin olmamaları ile ilişkilendirilir. Komünistler içinde ahlak bozukluğunun hiçbir nevinin ve derecesinin ehemmiyetinin olmadığı söylenir. Komünistlerin karakter olarak tembel ve iradesiz kişiler oldukları iddia edilir. Birçok kimseler için ise komünist olmanın ilk cazibesini, profesyonel komünistlerce hariçten verilen para teşkil etmektedir. Hakiki cemiyet hayatının çalışmayı ve başarmayı gerektirmesi, komünistleri cemiyet hayatından ürkütmektedir. *“Hâlbuki tembel ve iradesiz olanlar kendilerini mücadelede ezilmekten kurtaracak, yani mücadeleye girmekten kurtaracak, her fikir’i derhal kaparlar, bu gibilere komünistlik biçilmiş kaftandır...”* Bunun yanında bir komünistin her türlü gayri tabii ve ahlaka aykırı cinsi dalaletleri mazur ve tabii görmesi, komünistlerde “ar” ve “haya” perdesinin yırtık olması, zevk ve şehvetine fazla düşkün olan bazı kimselere komünistliği çok cazip göstermektedir. Kendini komünizme kaptıranlar, daimi bir hiçlik ve gagesizlik içinde hayatlarına bir parça zevk katmak için içkiye ve eroine yönelmektedir. (Rasin, 1944: 140-141). Yazara göre; komünistlerin amaçlarından biri de kendinde olmayan şeyin ıstırabını dindirmek için o şeyi mahvetmek, başka herkeste yok etmek ve herkesi kendi seviyesine indirmektir. Bu hissın neticesi olarak fakirlerin tutup zenginlerin malını zapt etmeleri komünistliğin esası olmuştur. Dolayısıyla komünistlerin kendinde olmadığı için savaş açtıkları; milliyet ve milliyetçilik, temiz soy ve ırkçılık, savaş, savaşıklık, içtimai nizam, çalışma mahsulü olarak elde edilen servet, devlet mefhumu, her türlü tarihi kıymet ve hatıra, aile, namus ve şeref, insani yükselten ve kıymetlendiren her şey başta gelmektedir. Komünizm, “insanın mikroplaşması” olarak tarif edildikten sonra, bir vücudun sıhhat içinde yaşamak için nasıl mikropları temizlemeye mecbursa, bir cemiyette içinde yaşayan komünistleri temizlemeye mecbur olduğu hatırlatılmıştır (Rasin, 1944: 140-141).

Özellikle 1943 yılından itibaren “komünizme” ve “komünistlere” yönelik kampanyalar yürütülüp, genellikle Türkçü ve Turancı düşünceye eleştirel yaklaşan bütün unsurlara karşı neredeyse topyekün bir mücadeleye girilir. Bir tür “hesaplaşmaya” yol açan bu süreç, 1943 yılının ilkbahar aylarında TKP’nin kontrolünde Faris Erkman imzalı *“En Büyük Tehlike Milli Türk Davasına Aykırı Bir Cereyanın İcyüzü”* adlı bir broşürün yayımlanmasıyla ilgidir (Erkman, 2002). Broşürde; Türkçü-Turancı mecmualara dikkat çekilerek, Cumhuriyet kanunlarını hiçe sayarak hükümetin dış siyasetine aykırı hareket ettikleri son derece sert bir dille belirtilir: *“Bu Pan-Türkist, Turancı, ırkçı Türkçü kuklalar iplerini tutan yabancı ellerin istediği oyunları onların istediği gibi oynamaktadırlar. Gayelerinin milli olduğunu istedikleri kadar iddia etsinler, bu hareketin ustaca idare edilen manivelası yabancı ellerdedir. Yabancı bir istila politikasının birer çığırkanı olan bu adamlardan memleketimiz ve yurdumuz için zararda başka ne beklenebilir?”*. Ardından da yayılmacı bir amaç taşıdığı iddia edilen bu akımın, sözcülüğünü yapan

yayın organlarının propaganda faaliyetlerinin tehlikeli boyutlara ulaştığı belirtir. Özellikle Nihal Atsız, Reha Oğuz Türkkan, Yusuf Ziya Ortaç, Orhan Seyfi Orhon ve Emir Erkilet gibi isimler ile *Bozkurt*, *Gök-Börü*, *Çınaraltı* ve *Ergenekon* gibi dergiler; Pantürkist amaçlarla Atatürk'ün belirlediği Türk dış politikasının ilkelerini çiğneyerek Türkiye'yi maceraya sürüklemekle suçlanır.

Kısa bir süre sonra broşürde adı geçen kişiler hemen cevap niteliğinde karşı broşürler yazmıştır. Reha Oğuz Türkkan "*Solcular ve Kızıklar*", F. Oğuzkan ile Z. İlhan "*Asıl Tehlike*" ve Nihal Atsız tarafından yazılan "*En Sinsi Tehlike*" adlı broşürler Türkçü-Turancı kesimin tepkisini yansıtmıştır. Yanıtları Erkman'ın suçlamalarını reddetmekten çok, "kızıl tehlikenin" temsilcileri olan yazar ve gazetecilere yönelik bir iddianame niteliğindedir. Bu kişiler arasında Zekeriya Sertel, Sabiha Sertel, Nazım Hikmet, Sabahattin Ali, Behice Boran, Pertev Naili Boratav gibi isimlere yer verilmiştir.

Hesaplaşma sürecinde "sol ve komünist bir tehlike" ile ülkenin karşı karşıya kaldığı yönünde yazılar arttığı gibi "sol ve komünistleri" somutlaştırıp işaret etme çabaları da sistematik bir hal alır. Ankara çevresine yönelik "solculuk ve komünistlik" suçlamalarının başını Peyami Sefa'nın çektiği söylenebilir: "*Dostlarım bana Ankara'da çıkan bir mecmuanın sayılarını gösterdiler. Bugüne kadar dikkatimden kaçan bazı yazıları okudum. Her sayfası kesildikçe, bu mecmuayı çıkarınların kafası, ortasından bıçakla yarılan bir karpuz gibi rengini açığa vuruyordu: Kıp kızıl...*" (Safa, 1943: 1). Peyami Sefa, derginin Nazım Hikmet'i Türkiye'nin en büyük şairlerinden biri olarak ilan etmesini komünist olduğunun kanıtı olarak gösterir. Peyami Safa'ya göre derginin üç elebaşısı Dil, Tarih-Coğrafya Fakültesi'nde kürsü sahibi birer doçenti ve bu kişilerin ellerine, gençliğin sıcak balmumu gibi dışarıdan verilecek her şekli kabule hazır, yumuşak zekâları teslim edilmişti. Sonuç olarak Safa'nın yazısı son derece etkili olmuş ve birçok Türkçü dergi tarafından alıntılanmıştır.

Çığır dergisi "*Bu sayfa açık veya gizli olarak bu millet ve vatan menfaatlerine aykırı hareket edenlerle uğraşmak için açılmıştır*" diyerek Peyami Safa'nın açtığı yoldan gider. *Yurt ve Dünya* dergisinden yapılan alıntılarla mecmuanın millet ve vatan aleyhine yayın yaptığı ispata çalışılır. Özellikle üzerinde durulan konu Varlık Vergisi'dir. Türkiye'deki gayrimüslimlerin ekonomik, siyasal ve kültürel konumları, Türkçü-Turancı unsurlar açısından bir huzursuzluk kaynağı olmuştur. Dergiye göre; gayri-Türk unsurların ülke ekonomisinde yer almaları aynı zamanda ahlaki bir bozulmanın da işareti olarak kabul edilir. Dolayısıyla Varlık Vergisi büyük bir inkılap olarak görülmekte, bu inkılap sonunda doğacak olan "Türk İktisadi ve Türk piyasası" uğrunda payına düşen fedakârlığı herkes sevinçle kabul etmeye davet edilmekteydi. Türkler; cephelerde kanını dökerken, sınırlarda bekçilik ederken ve devlet teşkilatını işletmek için alın teri dökerken boş kalan ticaret "*koynunda ekmeğiyle, canıyla, kanyla beslediği azlıkların eline*" geçmişti. Nitekim azınlıkların şikâyet etmeye hiç

hakları yoktu. Hükümetin adil kararı onları Türk halkının kabaran buğzundan ve felaketten kurtarmaktaydı (Kurtuluş, 1943: 5).

Bu yaklaşıma karşılık Varlık Vergisi uygulaması *Yurt ve Dünya* dergisinde; “*Son zamanlarda ihtikâr ve vurgunculuk gibi hadiselerin günahını Moizlerin, Agopların, Hıristoların omuzlarına yükleyerek meselenin halledildiğini sanıyorlar... Bütün sosyal bozuklukları, tıpkı bazı faşist memleketlerde olduğu gibi, Yahudi'nin sırtına yükleyerek, halletmek gayretini güdenler halkın en gerekli gıdalarından olan buğday, pirinç, zeytinyağı ve saire üzerinden yüzde beş yüz ihtikâr yapanların ve bu yüzden Milli Korunma Mahkemeleri'nin listelerini dolduranların büyük kısmının adıyla Türk olmadıklarını kime inandırabilir...*” ifadeleriyle eleştirilir (Cemgil, 1943: 424-427). Varlık Vergisi'ne karşı yapılan bu eleştiriye Nisan 1943'te yayımlanan *Çığır*'da şu sözlerle karşılık verilir: “*Türk köylüsünün ve Türk müstahsilini; bir kelime ile Türk'ü Moizlerle, Agoplarla, Hıristolarla kıyaslanmayacak kadar aşağı gören ve ahlaksızlıkla damgalamak isteyen bu adi sözleri bir millet düşmanından başka kim söyleyebilir?*”. Yazının devamında söz konusu mecmuayı çıkaranların Ankara'da vazifeli öğretmen ve doçentler oldukları bir kez daha hatırlatılır. Ardından *Yurt ve Dünya*'nın yukarıdaki suçlamalara cevap vermesi üzerine iki dergi arasında polemik devam etmiş, Ağustos 1943'te *Çığır* tarafından *Yurt ve Dünya*'ya “kıp kıp” damgası vurulmuştur: “*Siz komünist misiniz değil misiniz ve insaniyet perdesi altında komünizm propagandası yapmıyor musunuz? Türk rejimine ve Türk'e aleyhtarlık ederek bu telkini tamime çalışmıyor musunuz?*”⁶.

Bozkurt dergisi Ankara çevresini “Solcu Sapıklar” gibi son derece ağır bir ifadeyle suçladıktan sonra konuyu Dil-Tarih hocalarının “gayri-Türk”, “devşirme soyundan” geldiklerine getirmiştir. “*Kültürlerini yabancı okullardan toplamış, tahsillerini Amerikalarda yapmışlardır. Fakat Türkiye'ye döndüklerinde bu memleketin şartlarını ve hususiyetlerini öğrenmek zahmetine katlanmamışlardır... Daima gafletimizden istifade ederek, bir Türk üniversitesinde asistan doçent gibi mevkiler kapmış, yarım yamalak Amerikan kültürleriyle Türk talebelerine ders vermeye başlamışlardır*” (Bozkurt, 1943: 22-23). Görüldüğü gibi Dil-Tarih hocalarının “üniversite öğrencilerini zehirledikleri” iddiası 1943 yılında da devamlı olarak işlenen bir mevzudur. “Komünist” olmalarına rağmen hâlâ nasıl olup da DTCF'nde ders verebilmektedirler.

Necdet Sancar “Türk'ün ve Türk milliyetçiliğinin” en büyük düşmanı olarak “komünizm” ve “solcuları” gösterdikten sonra; “*Bizim koynumuzda yaşamakta, daha doğrusu biz onu koynumuzda beslemekteyiz... Türklüğümüzü yok etmeye çalışan bu düşmanlarımızı, biz, profesör veya doçent olarak*

⁶ Ankara çevresini “komünist” ve “sol” olarak etiketleyenlerin başında Orhan Seyfi Orhon gelmektedir. Örneğin “Propagandacılar” başlıklı makalesinde; “*memleket havasını bulandırmaya çalışan solcu propaganda*” diyerek *Tan* gazetesi ile *Yurt ve Dünya* dergisinin fotoğraflarını kullanarak görsel olarak da teşhir etme yoluna başvurur (Orhon, 1944c: 12).

üniversitelerimizde, öğretmen olarak okullarımızda, gazeteci veya dergi sahibi olarak basım evlerimizde, romancı veya şair olarak edebiyatımızda... Evet, yılanı koynumuzda besliyoruz. O yılan ki tek maksadı, bütün gayesi kendisini sütle besleyeni boğmaktan ibaret...” olarak görür (Sancar, 1944a: 9). Sancar’a göre; Türklüğün bu “kahpe düşmanlarının” devlet yumruğuyla ezilecekleri güne kadar, Türk varlığını korumak vazifesi Türk aydınlarına, Türk gençlerine ve ‘Türk’ denildiği zaman gönlü yerinden oynayan bütün Türklere düşmektedir. Türk genci ve gönlü “Türklük” sevgisinden taşıp kabaran her Türk elindeki bütün imkânları kullanarak bu “koynumuzda beslediğimiz yılanın” kafasını ezmeğe uğraşmaz, onun zehirlerini akıtmasına karşı omuz silmekten başka bir şey yapmazsa, Tanrının bize en büyük ihsanı olan Türklüğümüz toprak ananın üzerimizdeki hakkı, insanlığımız, yediğimiz, içtiğiniz, kalıbımız, kıyafetimiz, kısacası her şey bize yüz bin kere haram olacaktır (Sancar, 1944b: 84). Dolayısıyla Türkçülüğün siyasallaşmasında ana ideolojik eksen olarak anti-komünizmin işlev gördüğü bir ortamda; “Ankara çevresi” “solculuk ve komünistlik” üst başlığı altında savaş karşıtlığı, beşeriyetçilik, kozmopolitlik, köksüzlük, makine aşığı, ileri fikir şampiyonu, materyalist olma, her şeye iktisadi gözle bakma vb. suçlamalara maruz kalarak ötekileştirilip hedef haline getirilmiştir.

SONUÇ

1943 yılından itibaren Ankara çevresi ile Türkçü-Turancılar arasından yayın organları üzerinden başlayan “hesaplaşma”, hükümet tarafından özellikle Türkiye’nin dış politikası açısından “sakıncalı” görülmüş olmalı ki müdahale yoluna başvuruldu. Bu tarihten itibaren Alman ordularının Moskova önlerinde başarısız olacağına anlaşılması, Alman işgalinin sonlandırılmasıyla ilgili belirsizlik ve ardından Rus ordularının karşı saldırıya geçmesi, Türkiye açısından dengelerin yeniden kurulması anlamına geliyordu. Bu “belirsizlik” sürecinde, iç politikada sağcı ve solcu olarak görülen unsurların “çatışması” belli riskler barındırıyordu. Bu nedenle hükümet, Türkçü-Turancı ve komünist olarak gördüğü unsurlara karşı harekete geçti. TKP’ye yönelik tevkifat sırasında DTCF öğrencilerinden Nabi Dinçer, Asım Akşar, Nezih Fıratlı ve Sefer Aytekin ile birlikte Muzaffer Şerif Başoğlu da ilgileri bulunduğu gerekçesiyle tutuklanır. Şerif, bir aya yakın süre gözaltında tutulduktan sonra Türkiye’yi terk eder. Bu tutuklamalardan hemen önce, 1944 yılı Ocak ayında DTCF’deki siyasi ikilik iddiaları üzerine tahkikat açılır. Tahkikat sonucunda Maarif Vekâleti müfettişleri olan Osman Pınarlı ve Besim Kadırgan hazırladıkları raporla hocalara, “komünist” damgasını yapıştırmayı uygun görmediklerini söyleyip, ancak Boran, Boratav, Başoğlu ve Berkes’in fakülte içi ve dışındaki yayınlarıyla, öğrencilerle olan temaslarının yakından takibini önerirler. Ayrıca Maarif Vekilli Hasan Ali Yücel yayımladığı genelge ile eğitim bakanlığı mensuplarının siyasetle uğraşmalarının da yasak olduğunu Dil-Tarih hocalarına hatırlatır. Bundan sonra ise DTCF’nin Türk öğretim üyeleri, bu genelgeyi referans göstererek Anayasa ve parti prensiplerine

bağlılıklarını ifade eden bir bildiri yayımlar⁷. Aynı günlerde Basın ve Yayın Umum Müdürü Selim Sarper imzasıyla Başvekillik makamına sunulan ve olası kapatma kararına gerekçe hazırlamak amacıyla aceleyle hazırlandığı her halinden belli olan raporda “*öteden beri koyu komünizme yakın bir temayül gösteren Adımlar mecmuası, 10’uncu sayısında nazarı dikkati çekecek kadar geniş bir şekilde bu hareketini açığa vurmaktadır*” ifadeleri yer alır. Devamında ise Behice Boran, Muzaffer Şerif Başoğlu, Münir Belen ve Halil AYTEKİN yazılarından alıntılar yapılarak “komünistlik” iddiası kanıtlanmaya çalışılır (BCA, 30.10.0.0.85.561.8).

Diğer yandan Nihal Atsız-Sabahattin Ali Davası’nın başlangıcı kabul edilen, aynı zamanda İrkçılık-Turancılık Davası’na giden sürece neden olan Nihal Atsız’ın Başbakan’a yazdığı açık mektuplardan sonra Hasan Ali Yücel’in üzerindeki baskı daha da artmıştır. Yücel, bizzat yönettiği bir fakülte genel kurulunda Boratav, Başoğlu, Boran ve Berkes’i *Yurt ve Dünya* ile *Adımlar* dergilerini kapatmaları konusunda uyarır⁸. Daha sonra Hasan Ali Yücel, iki derginin de kapatılmasını Başvekalet’e teklif eder. Bakanlar Kurulu da 16 Mayıs 1944’te her iki dergiyi de Matbuat Kanunu’nun 50. maddesine göre göre resmen kapatır (BCA, 30.18.1.2.105.31.8). Bu arada savaş sonucu ortaya çıkan koşullar Türkiye’yi çok partili bir siyasal hayata taşır. Serteller’in yönetimindeki Tan gazetesi, Celal Bayar önderliğinde kuruluş sürecinde olan yeni partinin basındaki sözcülüğünü üstlenir. Kurulacak partinin yeni bir yayın organına ihtiyacı olduğu anlaşıldığında, Serteller’in yönetimindeki “Görüşler” dergisi, böyle bir amacı karşılamak için yayın hayatına başlar. *Tan* gazetesi yayın kadrosu dışında, Celal Bayar, Adnan Menderes, Fuad Köprülü, Behice Boran, Adnan Cemgil, Pertev Boratav, Niyazi Berkes’in dergiye yazı vaat edenler arasında isimleri duyurulur. Dergi 29 Kasım 1945’te yayın hayatına girer ve ilk sayıda Adnan Cemgil’in faşizm, Behice Boran’ın da zirai reform üzerine yazıları yayımlanır. Görüşler dergisinin çıkması, Tan Olayı’na giden süreci hızlandırmış ve *Tan* gazetesine yönelik baskından sonra bir daha yayınlanamamıştır. *Görüşler* dergisinin yazı kadrosunda Dil-Tarih hocalarının isimlerinin yer alması 13 Aralık 1945’te Dil-

⁷ Bildiriyi imzalayanlar isimler arasında Boran, Berkes ve Boratav’da yer alır. Muzaffer Şerif ise gözaltında olduğu için imzası yoktur.

⁸ Türkiye’deki “komünist tehlikeye” karşı Başbakanı göreve davet eden Nihal Atsız’ın 1 Mart 1944 tarihinde Örhun dergisinde yer alan “Başvekil Şükrü Saraçoğlu’na Açık Mektup”unda komünizmin “*Türk ırkının hususi yapısına*” aykırı olduğunu, komünistlerin de “*soysuz ve namert*” olduklarını ve “*mühim mevkilere*” geçip köşe başlarını tuttuğunu ileri sürülüyordu. Nihal Atsız bu konudaki sorumluluğun ise, Milli Eğitim Bakanı olan Hasan Ali Yücel’e ait olduğunu söyleyip, Bakanı komünistleri korumakla itham etmiştir. Mektupta, komünist olarak Ankara Devlet Konservatuarı öğretmenlerinden Sabahattin Ali, Ankara Üniversitesi Dil-Tarih ve Coğrafya Fakültesi’nde görevli Doçent Pertev Naili Boratav, İstanbul Üniversitesi Pedagoji Enstitüsü’nde görevli Sadrettin Celal Antel, Ahmet Cevat Emre, Ankara Üniversitesi Dil-Tarih ve Coğrafya Fakültesi’nde görevli bazı başka doçentlerin de adı veriliyordu. Atsız’ın, başvekillikten isteği bütün komünistlerin görevden alınması ve Milli Eğitim Bakanı’nın istifasıydı.

Tarih ve Coğrafya Fakültesi Dekanı Enver Ziya Karal tarafından, bakanlığa gizli raporla bildirilir⁹. Bunun üzerine Milli Eğitim Bakanlığı, Profesör ve öğretmenlerin siyasi yazı yazamayacaklarına dair bir genelge yayımlar ve Dil-Tarih hocalarını bakanlık emrine alır. Boran, Boratav ve Berkes, Bakanlık emrine alındıktan sonra haklarında soruşturma başlatılır. Dil-Tarih hocalarının Danıştay'a iptal davası açmaları sonucunda haklarındaki işlem iptal edilir ve görevlerine geri dönerler.

İkinci Dünya Savaşı sonunda Türkiye, Sovyet talepleri ile karşı karşıya kalınca hükümete ve kamuoyuna “antikomünist bir histeri” egemen olur. Bu histerinin etkisiyle içeride sol ve komünizmle ilişkilendirilenlere karşı bir “cadı avı” başlatılır. Doğal olarak bütün bunlardan Ankara çevresi de payına düşeni fazlasıyla alır. İçişleri Bakanı Sökmensüer'in Yücel-Öner Davası'nı doğuran Meclis'teki konuşması aynı zamanda Dil-Tarih hocalarına yönelik bir saldırının başlamasına da neden olur. Şefik Hüsnü'nün evinde ele geçirildiği iddia edilen bir rapora dayanarak İçişleri Bakanı *Yurt ve Dünya* ile *Adımlar*'ı TKP'nin yayın organı olarak niteler. Bu konuşmanın etkisiyle 1 Mart 1947'de 67 öğrenci Milli Eğitim ve İçişleri Bakanlıklarına başvurarak Boratav ve Boran'ın üniversiteden çıkarılmalarını ister. Ardından Boratav'ın DTCF'deki konferansı öğrenciler tarafından basılır, göstericiler “kahrolsun komünistler” diye bağırır. Gösterilerin de etkisiyle hocalar hakkında “üniversite kürsüsünde yabancı ideolojileri yayarak Türk gençliğine zehir saçmak isnadıyla” soruşturma açılır. 3 Mayıs 1948'de Milli Eğitim Komisyonu'nun hazırladığı rapor doğrultusunda DTCF'de görevli üç öğretim üyesi “zararlı telkinler verdikleri” anlaşıldığından yeni öğretim üyelerine yer sağlamak için “halen bu derslere tahsis edilmiş olan kadroların ve bu kadrolarla yapılmakta olan hizmetlerin kaldırılmasına” karar verilir (Çetik, 1998: 27).

Sonuç olarak şunu da belirtmek gerekir ki Dil-Tarih hocalarının fakülteden atılmaları sadece siyasi yönüyle ele alınmamalıdır. Asıl üzerinde durulması gereken öğretim görevlilerinin temsil ettiği bilimsel zihniyetin darbe almasıdır. Bundan en fazla zararlı çıkan alan ise sosyal bilimler olmuştur. DTCF'den tasfiye edilenler ancak yurt dışına çıkarak akademik çalışmalarına devam etme şansı bulmuşlardır. Muzaffer Şerif Başoğlu fakülteden tasfiyesini beklemeden ABD'ye gitmiş ve akademik kariyerine orada devam etmiştir. Bugün Amerika'da sosyal bilimler alanında ekol olmuş isimlerden biridir. Niyazi Berkes ve Pertev Naili

⁹ Dil-Tarih ve Coğrafya Fakültesi Dekanı Enver Ziya Karal, Yüksek Öğrenim Genel Müdürlüğüne, 13 Aralık 1945 günü şu raporu yazmıştır: “İstanbul'da yayınlanan ve haftalık siyasi mecmua olduğunu ilk sahifesinde açıklayan bir derginin kapağında yazı yardımı vaad edenler başlığı altında fakültemizden Doçent Behice Boran, Doçent Pertev Boratav, Doçent Niyazi Berkes ve ilmi Yardımcı Mediha Berkes'in isimleri görülmüştür. Politika eğilimi ilmi düşüncesiyle uzlaşma kabul etmeyecek karakterde olan bu dergiye Behice Boran ve Petev Boratav'ın ihtisaslarıyla ilgili de olsa yazı göndermeleri, Niyazi Berkes'in yazı vaad etmesini(...) akademik kariyer düşünce ve çalışmalarına aykırı gördüğümü ve adı geçenlerin bu hareketleriyle fakülte içindeki durumlarının göz önüne alınması gerektiğini saygularıyla arz ederim” (Mumcu, 1993b: 99-100).

Boratav da ancak yurt dışına çıkarak çalışmalarına devam edebilmişlerdir. Behice Boran ise siyasal mücadeleye ağırlık vererek, Türk solunun en önemli isimlerinden biri olmuştur. Diğer yandan Hilmi Ziya Ülken, Dil-Tarih hocalarını da içeren karalama kampanyasının memleketin fikir seviyesini alçaltan bir işlevi olduğunu düşünmektedir (Kayalı, 2001: 191). Kemal Karpat'ın deyimıyla hocalara yönelik bu "kültürel irtica" daha sonraki süreçte komünizmle suçlanma korkusuna neden olacak, birçok kimse düşüncelerini ve yazılarını rötüşlamak zorunda kalacak ve yaratıcı politik düşünce uzun müddet felce uğrayacaktır (Karpat, 1996: 456). Bir başka deyişle bu yüzden düşünce ve kültür hayatı 1960'lara kadar neredeyse donacaktır.

KAYNAKÇA

- Akar, A. (1989). *Bir kuşağın son temsilcileri eski tüfek sosyalistler*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Akansel, M. H. (1942). Yabancı kan ve devletlerin batması. *Tanrıdağ*. 8: 5-8.
- Atılğan, G. (2008). Behice Boran, M. Gültekingil (Der.) *Modern Türkiye'de siyasal düşünce*. 8: İçinde 436-477. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bakirezer, G. (2008). Nihal Atsız. T. Bora (Der.) *Modern Türkiye'de siyasal düşünce*. 4: İçinde 352-357. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Başbakanlık Cumhuriyet Arşivi Bakanlar Kurulu Kataloğu
- Başoğlu, M. Ş. (1943a). İlimde gelişmemizin reel şartları. *Adımlar*. 6: 177-181.
- Başoğlu, M. Ş. (1943b). Psikoloji karşında ırkçılık. *Yurt ve Dünya*. 25: 7-14.
- Belli, M. (2000). *İnsanlar tanıdım*. İstanbul: Doğan Kitap Yayınları.
- Berlin, I. (1990). The Bent Twig. H. Hardy (ed.), *The crooked timber of humanity, Londra, John murray*, Akt. *Milliyetçiliği yeniden düşünmek*. Dieckhoof, A.- Jaffelot, C. (2010). Çev. Çetinkasap, D. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bekata, H. O. (1940). Köylerimiz ve köycülüklerimiz. *Çığır*. 86: 4-13.
- Berkes, N. (1941a). Köy nüfusu. *Yurt ve Dünya*. 4: 16-23.
- Berkes, N. (1941b). Ziya Gökalp'in sosyolojisi. *Yurt ve Dünya*. 1: 277-292.
- Berkes, N. (1942). Irk ve ırkçılık. *Yurt ve Dünya*. 24: 438-442.

- Berkes, N. (1943). (1943). Kitaplar ırk psikolojisi. *Yurt ve Dünya*, 29: 176-177.
- Berkes, N. (1944) “Darwinizm karşısında ileri geri düşüncüler”, *Yurt ve Dünya*, 39: 90-95.
- Berkes, N. (1997). *Unutulan yıllar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Berkes, M. (1942). Milletler birbirlerini nasıl görüyorlar?. *Yurt ve Dünya*, 13: 2-7.
- Berkes, M. (1943). Irk ve medeniyet. *Yurt ve Dünya*, 36: 473-478.
- Bora, T.- Can, K. (1994). *Devlet ocak dergâh*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Boran, B. (1941). Şehir ve şehirleşme davası. *Yurt ve Dünya*. 3: 25-34.
- Boran, B. (1943). Değişme halinde köylerimiz. *Adımlar*. 4: 124-127.
- Bozkurt, O. (1943). Solcu sapıklara bozkurt cevabı!. *Gök-Börü*, 5: 22-23.
- Cemgil, A. (1942). İçyüzleri (olduğu gibi). *Yurt ve Dünya*. 22-23: 395-399.
- Cemgil, A. (1943). Cumhuriyet rejiminde milliyetçilik ve inkılapçılık. *Yurt ve Dünya*, 35: 424-427.
- Çetik, M. (2007). Muzaffer Şerif karanlık odada: Türkiye yılları. Batur, S. ve Aslıtürk, E. (Der.) *Muzaffer Şerif’e armağan*: İçinde 23-55. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çetik, M. (1998). *Üniversitede cadı kazanı 1948 DTCF tasfiyesi ve Pertev Naili Boratav’ın müdafası*. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.
- Çığır. (1941)100.
- Doğan, A. (2012). *Osmanlı aydınları ve sosyal darwinizm*. İstanbul: Küre Yayınları.
- Ertekin, O. (2008). Cumhuriyet Döneminde Türkçülüğün Çatallanan Yolları. T. Bora (Der.) *Modern Türkiye’de siyasal düşünce*. 4: İçinde 345-388. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Galatı Rüyet. (1941) *Yurt ve Dünya*. 6.
- Gevrek, M. A. (1994). *Yurt ve Dünya (1941-1944)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- İleri, R. N. (2003) *Kırklı yıllar-2 1944 TKP davası*. İstanbul: Tüstav Yayınları.
- İleri, R. N. (2006) *Kırklı yıllar-5 Kazım Alöç ‘işfa ediyorum’ Türkiye’de komünizm ve ırkçılık*. İstanbul: Tüstav Yayınları.

Karaömerlioğlu, A. (2009). Türkiye’de köycülük. A. İnsel (Der.) *Modern Türkiye’de siyasal düşünce*. 2: içinde 284- 298. İstanbul: İletişim Yayınları.

Karaömerlioğlu, A. (2006). *Orada bir köy var uzakta erken cumhuriyet döneminde köycü söylem*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Karpat, K. (2010). *Türk demokrasi tarihi*. İstanbul. Timaş Yayınları.

Kayalı, K. (2001). *Türk düşünce dünyasında yol izleri*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Kırkılı yıllar-1: En büyük tehlike Faris Erkman. (2002). İstanbul: Tüstav Yayınları.

Kurtuluş, R. (1943). Büyük bir inkılap varlık vergisi. *Gök-Börü*, 5: 11.

Mardin, Ş. (1992). Türkiye’de ırkçılık. *Türk Modernleşmesi, (Makaleler-4)*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Mazower, M. (2003). *Karanlık kıta Avrupa’nın 20. yüzyılı*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Mumcu, U. (1993a). *Bir uzun yürüyüş*. İstanbul: Tekin Yayınları.

Mumcu, U. (1993b). *40’ların cadı kazanı*, İstanbul: Tekin Yayınları.

Nur, R. (1941). Türk nasyonalizmi. *Tanrıdağ*. 1: 4-6.

Oran, B. (1969). “İç ve dış politika açısından II. Dünya Savaşı’nda Türkiye’de siyasal hayat ve sağ-sol akımlar”. *A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*. 3: 227-277.

Orhon, O. S. (1944a). Kimdir görmek istiyoruz. *Çınaraltı*, 120: 1.

Orhon, O. S. (1944b). Türk aristokrasisi. *Çınaraltı*. 124: 1.

Orhon, O. S. (1944c). Propagandacılar. *Çınaraltı*, 132: 12-15.

Önen, N. (2008). Reha Oğuz Türkkkan. T. Bora (Der.) *Modern Türkiye’de siyasal düşünce*. 4: İçinde 362-369. İstanbul: İletişim Yayınları.

Örs. H. B. (2008). Faşizm: Modernitenin Karanlık Yüzü. H. Birsen Örs (Der). *19. yüzyıldan 20. yüzyıla modern siyasal ideolojiler: içinde 477-509*. İstanbul. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Özdoğan. G. G. (2001). *Turan’dan Bozkurt’a tek parti döneminde Türkçülük (1931-1946)*. İstanbul. İletişim Yayınları.

Öztan, G. G. (2006). Türk milliyetçiliğinde taşra fetişizmi ve toplumsal cinsiyet. *Doğu-Batı*. 38: 77-92. Ankara.

Rasin, İ. (1941). İnsaniyetçilik. *Bozkurt*. 10: 232-235.

Rasin, İ. (1944). Komünistler. *Bozkurt*. 6: 140-141.

- Reich, W. (1975). *Faşizmin kitle ruhu anlayışı*. İstanbul: Payel Yayınları.
- Safa, P. (01-07-1943). Mecmuanın rengi ve hedefi. *Tasvirî Efkar*.
- Sancar, N. (1942a). Türk, ordu ve savaş. *Tanrıdağ*. 3: 8-9.
- Sancar, N. (1942b). Zararlı neşriyat. *Çınaraltı*. 40: 12.
- Sancar, N. (1944a). Türk'ün ve Türk milliyetçiliğinin düşmanları. *Kopuz*, 1: 8-9.
- Sancar, N. (1944b). Komünistler. *Kopuz*. 4: 84-85.
- Sayılgan, A. (1976). *Türkiye'de sol hareketler*. İstanbul: Otağ Yayınları.
- Sertel, S. (1982). *Roman gibi*. İstanbul: Belge Yayınları.
- Sertel, Z. (2000). *Hatırladıklarım*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Somersan, S. (2004). *Sosyal bilimlerde etnisite ve ırk*, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Tevetoğlu, F. (1943a). Amacımız: Türke fayda. *Kopuz*. 1: 1.
- Tevetoğlu, F. (1943b). Milli kin. *Kopuz*, 2: 1.
- Tunçay, M. (1992). *Türkiye'de sol akımlar-II*. İstanbul: Bds Yayınları.
- Türkali, V. (2001). *Komünist*. İstanbul: Gendaş Yayınları.
- Türklük bekliyor. (1941). *Bozkurt*. 11: 1.
- Türkkan, R. O. (1939). Va-Nü'nün hezeyanları. *Bozkurt*. 3: 71-72.
- Türkkan, R. O. (1942). Bozkurtçunun amentüsü. *Bozkurt*. 1: 6.
- Türkkan, R. O. (1943). Irk ve ırkçılık. *Gök-Börü*. 9: 4-5.
- Unaner, İ. (1943). En büyük tehlike nedir?. *Kopuz*. 4: 79-80.
- Unaner, İ. (1944). Varlığımızı tehdit eden tehlike. *Kopuz*. 12: 264-269.
- Üstel, F. (2014). *Türk ocakları*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Vedat Türkali ile güven üzerine, desantralizasyon belgeleri (tarih sohbetleri)*. (2000). İstanbul: Tüstav Yayınları.
- Yırcalı, S. (1941). Büyük köye doğru. *Yurt ve Dünya*. 2: 6-9.
- Zaruri bir cevap. (1941) *Çığır*. 102: 132-142.

Araştırma Makalesi

ÇOK KRİTERLİ KARAR VERME YAKLAŞIMI İLE PERSONEL SAYISININ DENGELENMESİ: BİR KAMU ÜNİVERSİTESİ İÇİN GERÇEK HAYAT UYGULAMASI

İhsan KAYA*
Melike ERDOĞAN**

Öz

Bir üniversitede idari süreçlerin zamanında ve etkin bir şekilde işlemesi, öğrencileri, akademisyenleri hatta etkileşimde olduğu diğer üniversiteleri de etkiler. Bu etkinliğin sağlanabilmesi için fakülteler ve bölümler bazında en uygun personel sayısının bulunması büyük önem arz etmektedir. Bu çalışmada bir kamu üniversitesinde fakülteler ve bölümler bazında en uygun idari personel sayısının belirlenmesi ve var olan personelin bu analize göre dağıtımı gerçekleştirilmiştir. Öncelikle mevcut durum analizi yapılmış, ardından personel ihtiyacı veya fazlası bulunan fakülteler/bölümler belirlenerek personel kaydırma işlemi uygulanmıştır. İş yüklerinin saptanmasında, birimsel yük ağırlıklarının belirlenmesinde oldukça yaygın başvurulanan Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) kullanılarak işlerin birbirlerine göre ağırlıkları hesaplanmıştır. Çalışma genel anlamıyla bir personel çizelgeleme problemi olarak ele alınabilir. Ancak sunulan problemin klasik bir personel çizelgeleme probleminden farkının temel olarak, zamanı göz önünde bulundurarak personeli vardiyalara göre atamak değil, var olan personeli standart çalışma saatleri için iş yüküne göre dağıtmak ve birimler bazında en uygun personel sayısını elde etmek olduğu söylenebilir. Analiz sonucunda, bölüm ve dekanlıklar bazında eldeki personel ile dengenin sağlanıp sağlanmadığı ve ek personele ihtiyaç duyulup duyulmadığı araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Analitik Hiyerarşi Süreci, Personel Planlama, Üniversite, İş yükü Dağılımı.*

DETERMINATION OF OPTIMUM PERSONNEL DISTRIBUTION BY USING MULTI-CRITERIA DECISION MAKING WITH A REAL CASE FOR A PUBLIC UNIVERSITY

Abstract

If administrative processes in a university to be carried out in an efficient and timely manner, students, academics, or other universities even interact affect better from this condition. To achieve that, the optimum number of personnel must be determined on the basis

* Prof. Dr., Yıldız Teknik Üniversitesi, Makine Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, ihkaya@yildiz.edu.tr

** Araş. Gör., Yıldız Teknik Üniversitesi, Makine Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, melike@yildiz.edu.tr

of faculties and departments. In this study, determination of the optimum number of administrative staff in a public university has been carried out on the basis of faculties and departments with respect to workload. Firstly, current personnel distribution is analyzed in university, then the faculties and departments where needs personnel or have excess personnel are determined. In this paper, one of the most well-known Multi-Criteria Decision Making (MCDM) techniques called Analytic Hierarchy Process (AHP) is used to determine the weights of different workloads. This study can be considered as a personnel scheduling problem. But the problem presented is different from classic personnel scheduling problems. In the classical scheduling problem, personnel is assigned to shifts according to the workloads; but in this problem, we distribute existing personnel according to the workload for normal working hours and to obtain the optimum number of personnel for each individual department. According to the obtained results, a work balance based on faculties and departments is investigated.

Keywords: *Analytic Hierarchy Process, Distribution of Workload, Personnel Planning, University.*

GİRİŞ

Kamu kurum ve kuruluşlarına idari personel alımı, ihtiyaç duyulan birimlerin talepleri doğrultusunda açılacak kadroların belirlenmesi sonrası bir seçme sınavı vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Devlet Personel Başkanlığınca belirlenen kadrolar, Ölçme Seçme ve Yerleştirme Merkezi tarafından yapılan sınavla atama yapılacak kurumun tarafından kadro sınıfı, unvanı ve derecesi ile özelleştirilir. Bu sınav sonucunda ilgili birime alınan personel, ihtiyaç duyulduğunda, ilgili kurumun başka bölümlerinde benzer görev, sorumluluk ve yetenek gerektiren işlere atanabilir. Bu yolla, görev yoğunluğu fazla olan bölümlere yeni personel almak yerine, mevcut personelin iş yükünün dengelenmesi gerçekleştirilir. Akademik kurumlar, fazla mesai ya da gece mesaisi kavramının yer almadığı birimlerdir. Bu çalışmadaki iş yüklerinin dengelenmesi bu nedenden ötürü çizelgeleme yaklaşımına kısıt oluşturmaktadır. Diğer bir ifadeyle problem, elde var olan personel niceliğinin bölüm ve birimler bazında dengelenmesi ile çözülebilecektir. Kapsamlı araştırma sonucunda mevcut personelin de yetersiz olduğu anlaşılırsa, kadro talebi yoluyla yeni personel alımı gerçekleştirilebilir. Ancak ilk etapta kurum bünyesinde mevcut personelin etkin kullanılması; maliyetlerin azaltılması ve iş yükü dağılımının eşitlenmesi konusunda büyük önem arz eder. Bu konu, mevcut personelin en uygun dağılımının bulunması başlığında incelenebilir. Yapılan ilk analiz sonucunda mevcut personelin yeterli olmadığı ya da personel fazlalığı olduğu tespit edilirse, personel alımı ya da işten çıkarma gibi önlemler söz konusu olacaktır. Ancak bu çalışma kapsamında, uygulamanın gerçekleştirildiği kamu alanında işten çıkarma durumu söz konusu edilmemiş, sadece fazlalık durumunun olduğu birimden ihtiyaç durumun olduğu birime aktarım yapılması durumu dikkate alınmıştır.

Birçok organizasyon, personel sayısının çizelgelenmesi konusunda farklı yaklaşımlar kullanır. Bu amaçla birçok matematiksel model ya da algoritma geliştirilmiştir (Olivé, 2010). Ancak ele alınan problem, ilgili personel her gün aynı

saatler boyunca çalıştığından ya da fazla mesai kavramı olmadığından, klasik bir çizelgeleme problemi olan personelin çalışma sürelerini planlama sürecinin ilk aşamasını oluşturmaktadır. Amaç uygun sayıda personeli minimum işgücü maliyeti ve maksimum etkinlik ile yerleştirmektir (Çetin vd., 2008).

Personel sayısının optimize edilmesiyle ve personel atanmasıyla ilgili literatür incelendiğinde, araştırmacılar tarafından oldukça ilgi duyulan bir konu olduğu gözlemlenmiştir. Bu konuda yapılan çalışmalara aşağıdaki gibi örnekler verilebilir. Chen vd. (2016) belirsiz ortamlarda sağlık personelinin tahsisi ve personel planlaması problemi için mümkün olan en az sayıda sağlık personeli belirlemede hedef programlamaya dayalı iki aşamalı algoritma önermiştir. Guo vd. (2013), çalışmalarında sınırlı sayıda elemana sahip n adet çağrı merkezi için kapasiteleri bir merkezde toplayan, işbirlikçi bir personel atama oyunu geliştirmişlerdir. McDonald (2013), öğrenci-personel oranlarının önemine ışık tutmak için, hem Avustralya hem de uluslararası alanda bulunan mevcut literatürü incelemiştir. Öğrenci-personel oranlarının etkileri, (i) öğrenme çıktıları, (ii) personel iş yükü ve refahı ve (iii) örgüt itibar ve finansman gibi üç açıdan araştırılmıştır. Araştırma sonucunda yükseköğretim sektöründe öğrenci-personel oranlarını geliştirmek için bir dizi tavsiyede bulunulmuştur. Sais (2013), geniş şehir okul bölgeleri içindeki tüm ilköğretim okulları için insan kaynakları tahsisi verilerini analiz etmiş, çalışmaya katılan 46 ilköğretim okulundan gelen verileri tahsis için karşılaştırmıştır. Havlik vd. (2013), e-bakım sisteminde işçi sayısını optimize eden çok kriterli fonksiyon tasarlamışlardır. Lin (2011), uzaktan inşaat projelerinde toplam proje maliyetini tahmin etmede insan kaynak tahsisi için bir karar verme modeli önermiştir. Koç vd. (2009), 12 adet sulama şebekesi için İşletme Bakım ve Yönetim hizmetlerini yürüten personelin mevcut koşullardaki sayısı ile birim personelin mevcut hizmet alanını analiz etmişlerdir. Seçilen 9 adet performans göstergesinin optimizasyonu sonucu elde edilen personel sayısı ile birim personel hizmet alanı karşılaştırılmıştır. Eiselt ve Marianov (2008), personel konumlandırma ve iş yükü dağılımı için, çalışanlar arası iş yükü farklılıklarını ve toplam maliyeti en aza indiren bir yaklaşım önermişlerdir. Naveh vd. (2007), yüksek kaliteli eşleşmelere duyulan ihtiyaç ve dakiklik ihtiyacı arasındaki boşlukları doldurmak amacıyla tasarlanmış kısıt programlamaya dayalı yeni bir yaklaşım önermişlerdir. İlhan (2006), İzmir ilindeki Sağlık Grup Başkanlıklarında personel dağılımının yeterli olup olmadığını araştırmış, personel planlaması ve dağılımında Sağlık Grup Başkanlarının görüşlerini belirlemiştir. Holder (2005), Deniz Kuvvetleri personelinin işlere atanma sürecini optimize etmek için bir model tasarlamıştır. Zwetsloot vd. (2004), vardiya optimizasyonu için önemli faktörleri içeren personel tahsisi ile ilgili karar alma ve yönetim sürecine dâhil tüm konular için genel bir referans olarak görülebilecek kavramsal bir model ortaya koymuşlardır. Aleskerov vd. (2003), büyük ölçekli bir ticari bankanın şubeleri arasında personel tahsisi için normatif iki aşamalı bir yaklaşım önermiştir. Gardiner ve Mitra (1994), bir bankada personel tahsisi için Kalite Kontrol Prosedürlerini kullanmışlardır.

Bu çalışma, bir kamu üniversitesi bünyesindeki idari personelin iş yükü dağılımını dengeli şekilde oluşturmayı ve üniversite bütününde ya da bölümler bazında sürecin aksamadan ilerlemesini sağlayacak şekilde etkin çalışan sayısının bulmayı hedeflemektedir. Çalışma kapsamında, yaygın olarak kullanılan ve etkili bir Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) tekniği olan Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) kullanılarak iş yüklerinin ağırlıklandırılması ve önceliklendirilmesi gerçekleştirilmiştir. Yapılan ağırlıklandırma sonrasında fakülteler ve bölümler bazında toplam iş yükleri belirlenerek personel sayısı dağılımının dengeli olması sağlanmıştır. Bunu yaparken eldeki mevcut çalışanları bölümlerin iş yüküne göre dağıtarak, ilk etapta yeni eleman alınması ya da mevcut elemanlarda eksiltmeye gidilmesi gibi maliyet oluşturacak unsurlardan kaçınılmaya çalışılmıştır. Bölümlerde ihtiyaç duyulan personel sayıları, iş yükü dağılımına göre rasyonel bir şekilde belirlenmiş, bu belirlemeler için öğrenci sayıları, evrak miktarları gibi gerçek veriler kullanılarak bir uygulama çalışması gerçekleştirilmiştir.

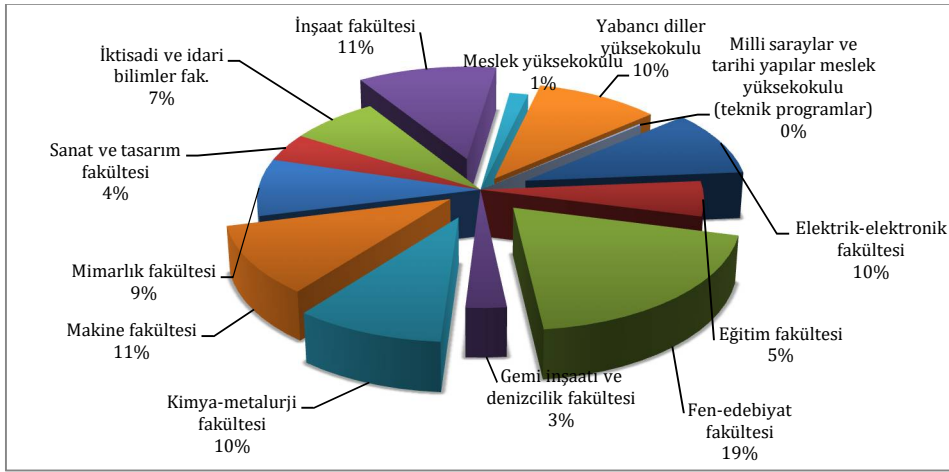
Çalışmanın devamı şu şekilde organize edilmiştir: Bölüm 2, uygulama yapılan üniversite için mevcut durum analizi ve önerilen durumu ortaya koymaktadır. Alt bölümlerde detaylı olarak çalışmanın yapıldığı eğitim kurumu tanıtılmış ve ilgili istatistiklere yer verilmiştir. Ayrıca ilgili problemi ele almada kullanılan yaklaşım tanıtılmış, yapılan analiz sonucunda elde edilen sonuçlar yorumlanmıştır. Bölüm 3, tartışma ve sonuçları içermektedir. Ayrıca gelecek çalışmalarla ilgili önerilere yine bölüm 3'te yer verilmiştir.

MEVCUT DURUM ANALİZİ VE ÖNERİLEN DURUM

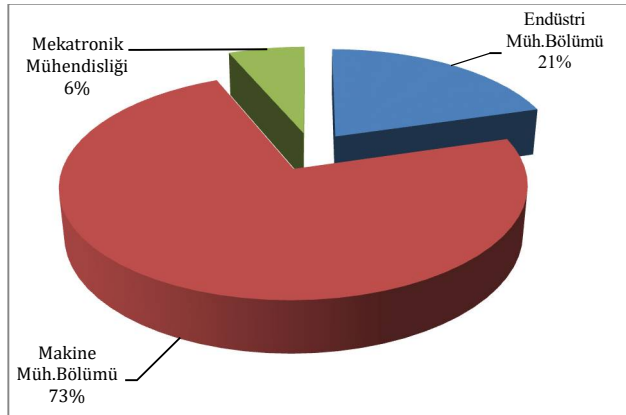
Bu çalışma kapsamında, bir kamu üniversitesinde iş yükleri göz önünde bulundurularak en uygun idari personel sayılarının bulunması ve mevcut personelin bölümler ve fakülteler seviyesinde dengeli bir şekilde dağıtılması amaçlanmıştır. Bu amaçla, işlerin birbirlerine göre ağırlıkları hesaplanmıştır. Bu aşamada mevcut akademik personel sayısı, lisans öğrenci sayısı ve lisansüstü öğrenci sayısı verileri ile iş yükleri göz önünde bulundurulmuş ve AHS yaklaşımı ile gerçekleştirilmiş bir ağırlıklandırma yardımıyla birimler bazında toplam yükler hesaplanmıştır. Bu hesaplamaların ardından ilgili fakülteye veya bölüme düşen idari personel sayısı bulunarak hem iş yoğunluğu düşük olan bölümlerdeki fazla idari personelin iş yoğunluğu yüksek bölümlere kaydırılması yoluyla personeller arası iş yükü dağılımına denge getirilmesi hem de süreçlerin işleyişinin daha hızlı ve etkin bir hale getirilmesi gerçekleştirilmiştir.

Mevcut Durumdaki İş Yüklerinin Analizi

İlk olarak fakülteler ve bölümler bazında lisans öğrencilerinin, yüksek lisans öğrencilerinin ve akademik ile idari personelin sayılarıyla ilgili veriler düzenlenmiştir. Örneğin, Şekil 1'de fakülteler bazında akademik personel sayılarının dağılımı gözükmektedir.

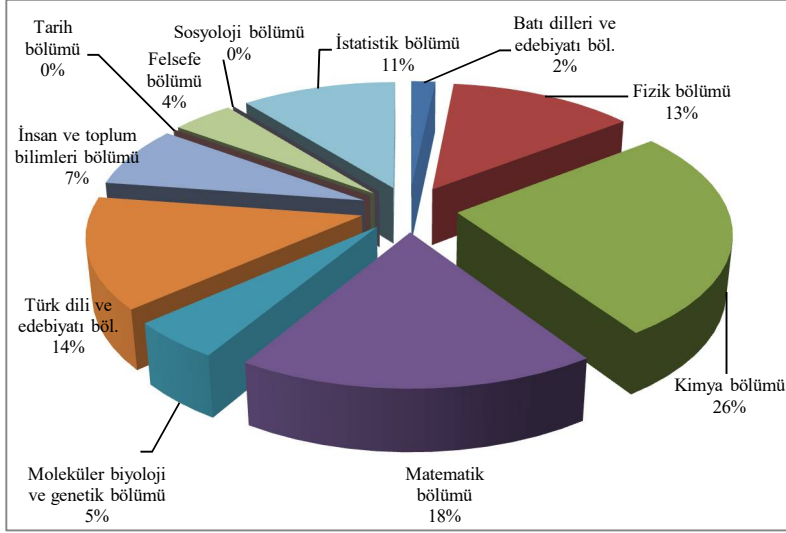
Şekil 1: Fakülteler Düzeyinde Akademik Personel Oranları

Şekil 2’de ise Makine Fakültesi bazında lisans öğrencileri sayılarının dağılımına ait makine fakültesi örneği yer almaktadır.

Şekil 2: Makine Fakültesi Lisans Öğrenci Oranları Grafiği

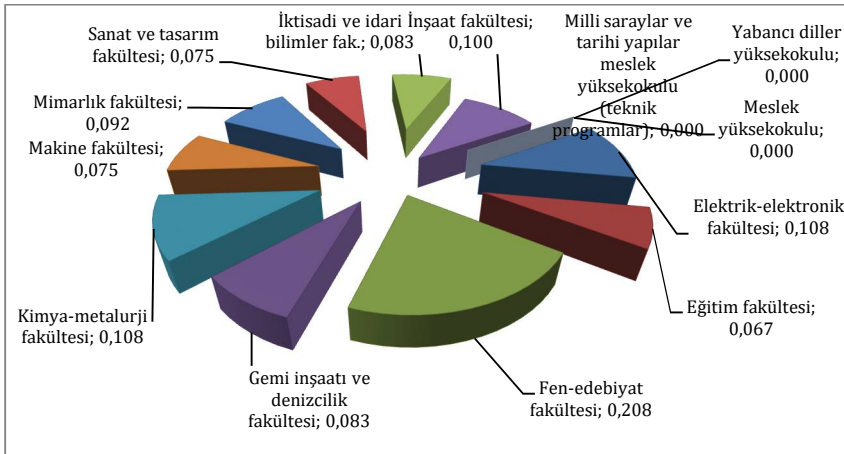
Lisansüstü öğrenci sayılarının dağılımına ilişkin Fen Edebiyat fakültesine ait örnek grafik Şekil 3’te sunulmuştur.

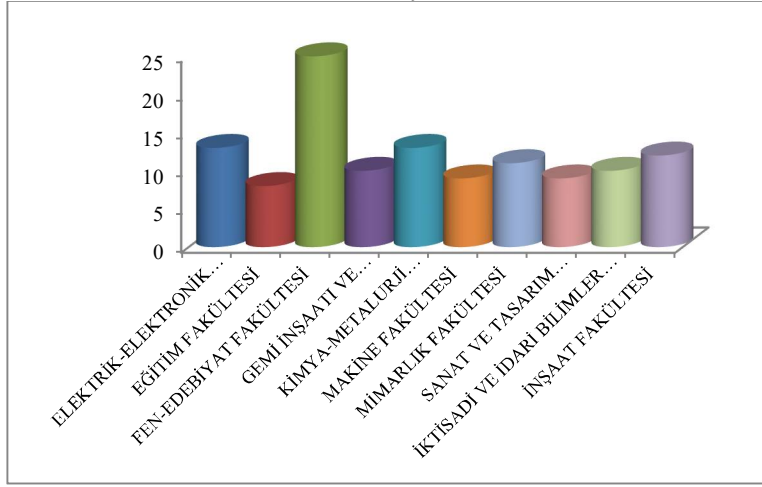
Şekil 3: Fen- Edebiyat Fakültesi Bölümler Seviyesinde Yüksek Lisans Öğrenci Oranları



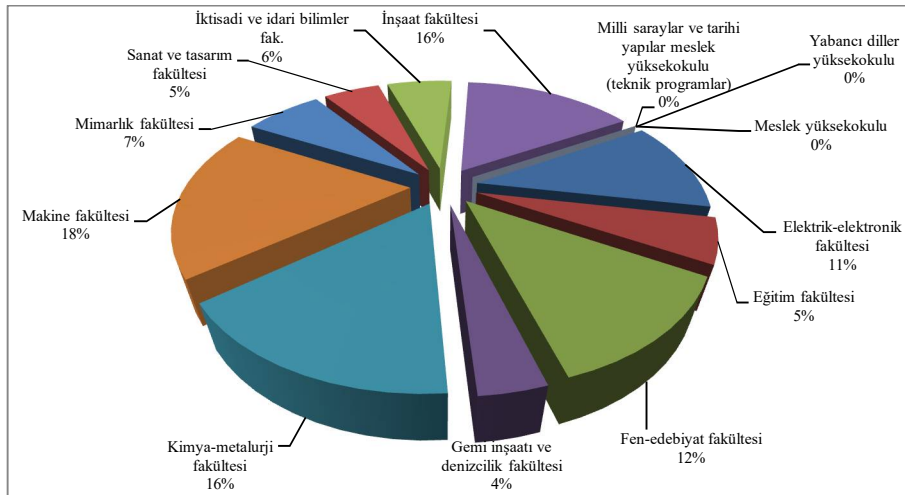
İş yüklerinin hesaplanmasında kullanılacak gerekli verilerin toplanmasının ardından idari personel sayıları ve oranlarının incelenmesine geçilmiştir. Şekil 4, 5 ve 6, dekanlıklar bazında çalışan idari personelin üniversite bünyesindeki toplam (dekanlıklar toplamı) idari personel içindeki oranını ve dekanlıklar bazında personel sayılarını göstermektedir.

Şekil 4: Dekanlıklarda Çalışan İdari Personelin Toplam Dekanlık Personeli İçindeki Oranları



Şekil 5: Dekanlık İdari Personel Sayıları

Şekil 6'da ise bölümler bazında (dekanlık personeli hariç) mevcut idari personelin toplam personel içindeki oranı sunulmaktadır.

Şekil 6: Mevcut Personel Sayısı (Dekanlık Personeli Hariç)

Çalışma kapsamında, idari personele, öğrenci sayılarına ve akademik personele ait oranların saptanmasının ardından, tüm kategorilerde en düşük ve en yüksek orana sahip fakülteler belirlenmiştir. Tablo 1, bu durumla ilgili özet verileri içermektedir.

Tablo 1: Faktörler Bazında Fakülteler için Elde Edilen Oranlar

FAKÜLTE	Akademik Personel	Lisans Öğrencisi	Yüksek Lisans Öğrencisi	Doktora Öğrencisi	Mevcut Personel (Dekanlık Personeli Hariç)	Dekanlıklar (Personel)
Elektrik-Elektronik Fakültesi	0,098	0,126	0,143	0,173	0,113	0,108
Eğitim Fakültesi	0,052	0,037	0,035	0,014	0,052	0,067
Fen-Edebiyat Fakültesi	0,193	0,106	0,107	0,161	0,122	0,208
Gemi İnşaatı ve Denizcilik Fakültesi	0,027	0,042	0,018	0,024	0,035	0,083
Kimya-Metalürji Fakültesi	0,096	0,115	0,076	0,125	0,157	0,108
Makine Fakültesi	0,105	0,157	0,140	0,158	0,183	0,075
Mimarlık Fakültesi	0,085	0,058	0,159	0,150	0,070	0,092
Sanat ve Tasarım Fakültesi	0,042	0,021	0,023	0,018	0,052	0,075
İktisadi ve İdari Bilimler Fak.	0,072	0,089	0,163	0,068	0,061	0,083
İnşaat Fakültesi	0,113	0,149	0,136	0,109	0,157	0,100
Meslek Yüksekokulu	0,015	0,100	0,000	0,000	0,000	0,000
Yabancı Diller Yüksekokulu	0,099	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Milli Saraylar ve Tarihi Yapılar Meslek Yüksekokulu (Teknik Programlar)	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

Tablo 1’de koyu renkle gösterilen oranlar ilgili fakülte için en yüksek değerleri, kırmızı ve altı çizili olarak işaretlenen oranlar ise en düşük değerleri göstermektedir. Örneğin, akademik personel oranı en düşük olan fakülte, Gemi İnşaatı ve Denizcilik Fakültesi, mevcut personel sayısı en yüksek olan fakülte ise Makine Fakültesidir. Dekanlık personel oranı en yüksek olan fakülte, Fen- Edebiyat Fakültesidir.

Çalışma kapsamında ayrıca idari personel başına düşen lisans öğrencileri, lisansüstü öğrencileri ve akademik personel sayıları bölümler bazında incelenmiştir. Tablo 2, bu kapsamda Elektrik-Elektronik Fakültesi, Eğitim Fakültesi ve Fen-Edebiyat Fakültesi örnekleri için elde edilen verileri göstermektedir.

Tablo 2: Lisans Öğrencileri, Lisansüstü Öğrencileri ve Akademik Personel Başına Düşen İdari Personel Sayıları

FAKÜLTE	BÖLÜM	Lisans/ Personel	Yüksek Lisans/Personel Personel	Doktora/ Personel	Öğretim Elemanı & Üye/Personel
Elektrik- Elektronik Fakültesi	Bilgisayar Mühendisliği	221,67	46,00	20,00	11,67
	Elektronik ve Hab. Müh.	277,67	76,67	26,67	14,33
	Elektrik Mühendisliği	342,60	24,20	10,00	11,80
	Kontrol ve Otomasyon Mühendisliği	49,00	34,50	11,50	11,00
Fakülte toplamı		254,54	42,92	16,38	12,23
Eğitim Fakültesi	Bilgisayar ve Öğr. Tekn. Eğt	354,00	19,00	0,00	17,00
	Eğitim Bilimleri	114,00	108,00	17,00	22,00
	İlköğretim Bölümü	116,00	4,00	0,00	13,00
	Türkçe Eğitimi Bölümü	0,00	0,00	0,00	8,00
	İlköğretim Din Kültürü ve Ahlak bilgisi				
	Yabancı Diller Eğitimi Bölümü	275,00	1,00	0,00	9,00
Fakülte toplamı		162,50	22,67	2,83	14,17
	Batı Dilleri ve Edebiyatı Bölümü	189,00	7,00	27,00	23,00
	Fizik Bölümü	280,00	27,00	19,50	36,50

FAKÜLTE	BÖLÜM	Lisans/ Personel	Yüksek Lisans/Personel Personel	Doktora/ Personel	Öğretim Elemanı & Üye/Personel
	Kimya Bölümü	195,67	36,33	17,67	24,00
	Matematik Bölümü	322,50	38,00	27,50	32,00
	Moleküler Biyoloji ve Genetik	43,00	20,00	0,00	14,00
		249,00	58,00	14,00	23,00
	Türk Dili ve Edebiyatı				
	İnsan ve toplum bilimleri	0,00	32,00	0,00	15,00
Fen-edebiyat Fakültesi	Tarih Bölümü				
	Felsefe Bölümü	0,00	18,00	0,00	0,00
	Sosyoloji Bölümü				
	İstatistik Bölümü	254,00	22,50	5,00	10,00
Fakülte Toplamı		198,64	29,93	14,14	22,36

Tablo 2 incelendiğinde Elektrik-Elektronik Fakültesi için idari personel başına en çok sayıda lisans öğrencisinin düştüğü bölümün Elektrik Mühendisliği Bölümü olduğu görülmektedir. Benzer şekilde, Fen-Edebiyat Fakültesi için Moleküler Biyoloji ve Genetik Bölümü gerek lisans ve lisansüstü gerekse akademik personel bakımından idari personel başına düşen sayının çok daha az olduğu bir bölümdür.

Yapılan bu analizin ardından idari personel ihtiyacı ya da fazlası olan bölümler geleneksel denge yaklaşımıyla saptanmıştır. Tablo 3, personel ihtiyacı ve fazlası olan bölümleri göstermektedir.

Tablo 3: Personel Açığı ve Fazlası Olan Bölümler

Personel Açığı Olan Bölümler	Personel Fazlası Olan Bölümler
Elektrik Mühendisliği	Kontrol ve Otomasyon Mühendisliği
Bilgisayar ve Öğr. Tekn. Eğt.	Moleküler Biyoloji ve Genetik Bölümü
Yabancı Diller Eğitimi Bölümü	Biyomühendislik Bölümü.
Matematik Bölümü	Mekatronik Mühendisliği
Matematik Mühendisliği	Sehir Bölge Plan. Bölümü
Met. ve Malzeme Mühendisliği	Siyaset Bil. ve Uluslararası İlişk. Bölümü
Makine Mühendisliği	Çevre Mühendisliği
Mimarlık Bölümü	Endüstri Mühendisliği
İktisat Bölümü	Gıda Mühendisliği

Bölümler için ayrı ayrı yapılan incelemelerin ardından, fakülteler bazında lisans/personel, yüksek lisans/personel, doktora/personel, akademik personel/personel oranları incelenmiştir. İnceleme sonucunda lisans/ personel göstergesi açısından en yüksek oran, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi için hesaplanmıştır. Yine Gemi İnşaatı ve Denizcilik Fakültesi ile Elektrik-Elektronik Fakültesi için lisans/personel oranları oldukça yüksektir. Yüksek Lisans/ Personel oranı en düşük fakülte Sanat ve Tasarım Fakültesi iken, en yüksek olan fakülte yine İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesidir. Doktora/Personel oranı en yüksek fakülte Mimarlık Fakültesi iken, en düşük fakülte Eğitim Fakültesidir. Akademik Personel/ İdari Personel oranı en yüksek fakülte Fen-Edebiyat Fakültesi iken en düşük orana sahip olan fakülte Mimarlık Fakültesidir. Tablo 4, personel ihtiyacı/fazlası olan fakülteler için bahsedilen tüm oranları göstermektedir.

Tablo 4: Personel İhtiyacı/Fazlası Olan Fakülteler İçin Tüm Oranlar

FAKÜLTE	Mevcut Personel Sayısı	Lisans/Personel	Yüksek Lisans/ Personel	Doktora/ Personel	Akademik Pers./Personel
Elektrik-Elektronik Fakültesi	13	254,54	42,92	16,38	12,23
Eğitim Fakültesi	6	162,5	22,67	2,83	14,17
Fen-Edebiyat Fakültesi	14	198,64	29,93	14,14	22,36
Gemi İnşaatı ve Denizcilik Fakültesi	4	275,75	17,75	7,5	11
Kimya-Metalürji Fakültesi	18	168,06	16,56	8,56	8,67
Makine Fakültesi	21	196,76	26	9,29	8,1
Mimarlık Fakültesi	8	189,75	77,75	23,13	17,25
Sanat ve Tasarım Fakültesi	6	93,67	15	3,67	11,33

FAKÜLTE	Mevcut Personel Sayısı	Lisans/Personel	Yüksek Lisans/ Personel	Doktora/ Personel	Akademik Pers./Personel
İktisadi ve İdari Bilimler Fak.	7	333,14	91,14	12	16,57
İnşaat Fakültesi	18	217,72	29,5	7,5	10,17
	Toplam Oran	228,48	33,99	10,72	14,09

İşlerin Göreceli Ağırlıklarının Hesaplanması

İdari personelin iş yüklerine göre dağıtılmasından önce lisans ve lisansüstü öğrencileri ile akademik personelin, idari personelin iş yoğunluğu üzerindeki etkisi göz önünde bulundurularak iş yükü oluşturan tüm bu okul üyelerinin birbirlerine göre göreceli ağırlıkları saptanmıştır. Diğer iş yükü durumlarının ise gelen evrak bazında tüm birimler için eşit olduğu kabul edilmiştir. Bu bağlamda uzmanlardan alınan görüşler, AHS yöntemiyle ağırlıkları hesaplamak için kullanılmıştır.

Analitik hiyerarşi süreci (AHS) yöntemi, 1980 yılında Thomas L. Saaty tarafından geliştirilen çok kriterli karar verme yöntemidir. Kantitatif ve kalitatif kriterler içeren problemlerin çözümünde oldukça kullanışlıdır (Saaty, 1980). Yöntemin adımları aşağıdaki gibidir (Saaty, 1980):

Adım 1 - Hiyerarşinin oluşturulması: Belirlenen amaç doğrultusunda karar vermeyi etkileyen ölçütler ve karar alternatifleri belirlenir.

Adım 2 - İkili karşılaştırmaların yapılması: Seçimi etkileyen ölçütler (ya da diğer adıyla kriterler) ve alternatifler için ikili kıyaslama matrisleri oluşturulur. Aşağıda, bir ikili karşılaştırma matrisi örneği verilmiştir.

$$A = \begin{bmatrix} 1 & a_{12} & \dots & \dots & a_{1n} \\ 1/a_{12} & 1 & \dots & \dots & a_{2n} \\ : & : & : & : & : \\ : & : & : & : & : \\ 1/a_{1n} & \dots & \dots & \dots & 1 \end{bmatrix} \quad (1)$$

Adım 3 - Normalizasyon: Oluşturulan ikili kıyaslama matrisleri, normalize edilir. Yeni matris B 'nin elemanları, aşağıdaki gibi hesaplanır:

$$b_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sum_{i=1}^n a_{ij}} \quad (2)$$

$$B = \begin{bmatrix} b_{11} & b_{12} & \dots & b_{1n} \\ b_{21} & b_{22} & \dots & b_{2n} \\ \cdot & & & \cdot \\ \cdot & & & \cdot \\ \cdot & & & \cdot \\ b_{n1} & b_{n2} & \dots & b_{nn} \end{bmatrix} \quad (3)$$

Adım 4 - Kriterlerin önem derecelerinin belirlenmesi: Normalize edilmiş ikili kıyaslama matrislerinin satır ortalamaları hesaplanarak alternatif ya da kriterlerin önem ağırlıkları hesaplanır. Ağırlık vektörü W , aşağıdaki gibi hesaplanarak bulunur:

$$w_i = \frac{\sum_{j=1}^n b_{ij}}{n} \quad (4)$$

$$W = \begin{bmatrix} w_1 \\ w_2 \\ \cdot \\ \cdot \\ \cdot \\ w_n \end{bmatrix} \quad (5)$$

Adım 5 - Tutarlılık hesaplaması: Her bir ikili karşılaştırma matrisinin tutarlılığı kontrol edilir. Bu amaçla tutarlılık oranı hesaplanır. Bu oran 0,1'den küçükse matrisin tutarlı olduğu sonucuna varılır, aksi halde matrisler yeniden düzenlenir. Tutarlılık indeksi (CI) ve buna bağlı hesaplanan tutarlılık oranı (CR) aşağıdaki gibi hesaplanır.

$$CI = \frac{\lambda_{\max} - n}{n - 1} \quad (6)$$

$$CR = \frac{CI}{RI} \quad (7)$$

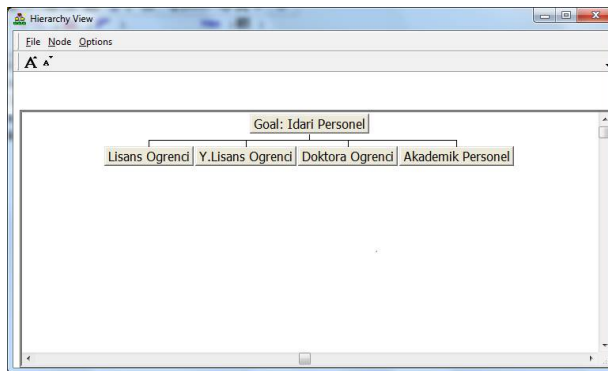
Adım 6 - Alternatiflerin öncelik değerlerinin bulunması: Tutarlı olarak elde edilen kriter önem ağırlıkları ile alternatiflerin önem ağırlıklarının çarpılarak her bir karar alternatifinin öncelik değeri bulunur.

Yöntemin aşamalarından hiyerarşinin belirlenmesi ve kriter ağırlıklarının hesaplanması kısımları çalışma boyunca benimsenen adımlardır. İdari süreçler ve iş yükleri konusunda uzmanlardan alınan anketler yoluyla lisans, lisansüstü ve akademik personeli idari personel üzerinde oluşturduğu iş yüklerinin göreceli ağırlıkları puanlanmıştır. İlgili puanlamada kullanılan ölçek, Saaty'nin 1-9 ölçeğidir. Tablo 5, bahsedilen ölçeği göstermektedir.

Tablo 5: Saaty 1-9 Ölçeği

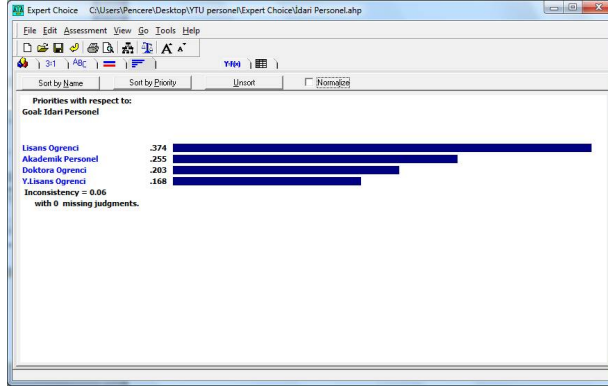
Önem Derecesi	Tanım	Açıklama
1	Eşit Önem	İki faaliyet eşit derecede etkili
3	Orta Derece Önem	Kanaatler bir faaliyeti diğerine oranla biraz tercih ediyor
5	Kuvvetli Derecede Önem	Kanaatler bir faaliyeti diğerine oranla güçlü tercih ediyor
7	Çok Kuvvetli Derecede Önem	Bir faaliyet diğerine oranla çok güçlü tercih ediliyor, farklılık uygulamada rahatça görülüyor.
9	Aşırı Derecede Önem	Bir faaliyet diğerine oranla daha güçlü tercih ediliyor, delillerin güvenilirliği yüksek.
2, 4, 6, 8	Ortalama Düzeyler	İki ardışık düzey arasında kararsız kalırsa ortalama değer olarak kullanılıyor

Kriter ağırlıklarının belirlenmesi aşamasında ikili karşılaştırma değerlendirmelerini yapmak üzere fakülte sekreterleri, bölüm sekreterleri, bölüm başkanları ve dekan yardımcılarında oluşan bir ekip ile değerlendirme yapılmıştır. Bu değerlendirme sırasında hangi parametrenin birim üzerinde ne kadar yük oluşturduğunu değerlendirmek için Tablo 5'te sunulan ölçek dikkate alınarak değerlendirme yapılmıştır. Nihai aşamada ilk değerlendirmede bulunan 25 kişiden seçilen 7 kişilik bir uzman ekip değerlendirme yapmıştır. Uzmanlardan elde edilen puanlamalar, Expert Choice yazılımına girilerek, iş yüklerinin birbirlerine göre ağırlıkları hesaplanmıştır. Expert Choice yazılımı, akademik ve özel sektörde yapılan çalışma ve projeler için tasarlanmış, öğrenilmesi hızlı ve kullanımı kolay bir işbirlikçi karar verme programıdır (Yunus vd., 2013). İş yüklerinin ilgili yazılımda hiyerarşik gösterimi Şekil 7'de gösterildiği gibidir.

Şekil 7: Expert Choice Yazılımında İş Yüklerinin Hiyerarşik Gösterimi

Programdan elde edilen iş yüklerine ait ağırlıklar Şekil 8'deki gibidir. Örneğin, iş yükü ağırlığı en fazla olan bileşen, %37,4 oranla lisans öğrencileridir. En az iş yükü oluşturan eleman ise, %16,8 ile yüksek lisans öğrencileridir.

Şekil 8: Expert Choice Yazılımı İle Hesaplanan İş Yüklerinin Göreceli Ağırlıkları



Bölümler Bazında İdari Personel Başına Düşen Yük Miktarlarının Hesaplanması

İş yüklerinin göreceli ağırlıklarının hesaplanmasının ardından, mevcut durumda tüm fakülteler ve bölümler bazında toplam yük miktarları ve personel başına düşen yük miktarları hesaplanmıştır. İdari birimler bazında yük hesaplaması yapılırken birimde bulunan lisans, yüksek lisans ve doktora öğrenci sayıları ile akademik personel (profesör, doçent, yardımcı doçent, öğretim görevlisi, araştırma görevlisi olarak ayrı ayrı değerlendirilmiştir) sayıları dikkate alınmıştır. Birimler bazında yük değerleri hesaplanırken elde edilen ağırlık değerleri ile bu sayılar entegre edilerek yük hesabı gerçekleştirilmiştir. Örneğin Bilgisayar Mühendisliği için yük miktarı hesaplanırken $(0.374 \times \text{akademik personel sayısı} + 0.255 \times \text{lisans öğrenci sayısı} + 0.203 \times \text{yüksek lisans öğrenci sayısı} + 0.168 \times \text{doktora öğrenci sayısı})$ eşitliği dikkate alınarak güncel sayılar olan 35, 665, 138 ve 60 sayıları çarpılarak 292,999 değeri elde edilmiştir. Elde edilen yük miktarı ve personel başına yük miktarı birimler bazında Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6: Mevcut Durumda Bölümlerdeki İdari Personel İçin Kişi Başına Düşen İş Yükü Miktarları

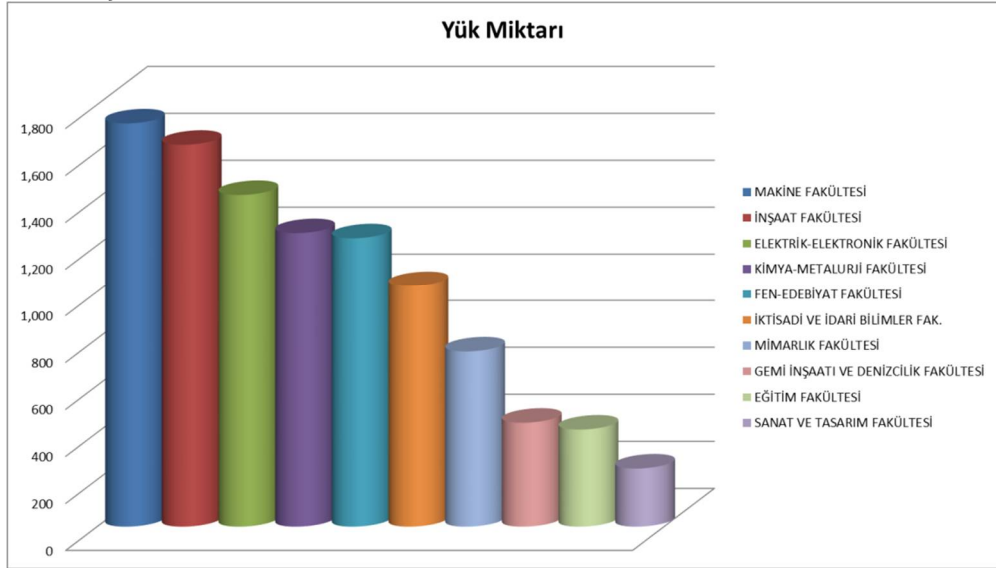
FAKÜLTE	BÖLÜM	Mevcut Personel Sayısı	Yük Miktarı	Yük/Personel
ELEKTRİK-ELEKTRONİK FAKÜLTESİ	BİLGİSAYAR MÜHENDİSLİĞİ	3	292.999	97.67
	ELEKTRONİK VE HAB. MÜH.BÖL	3	377.387	125.80
	ELEKTRİK MÜH.BÖLÜMÜ	5	686.185	137.24
	KONTROL VE OTOMASYON MÜHENDİSLİĞİ	2	58.523	29.26
FAKÜLTE TOPLAMI		13	1415.094	108.85
EĞİTİM FAKÜLTESİ	BİLGİSAYAR VE ÖĞR. TEKN. EĞT. EĞİTİM BİLİMLERİ	1	139.923	139.92
	EĞİTİM BİLİMLERİ	1	69.841	69.84
	İLKÖĞRETİM BÖLÜMÜ	2	94.742	47.37
	TÜRKÇE EĞİTİMİ BÖLÜMÜ	1	2.04	2.04
	İLKÖĞRETİM DİN KÜLTÜRÜVE AHLAK BİLGİSİ	0	0.765	
	YABANCI DİLLER EĞİTİMİ BÖLÜMÜ	1	105.313	105.31
FAKÜLTE TOPLAMI		6	412.624	68.77
FEN-EDEBİYAT FAKÜLTESİ	BATI DİLLERİ VE EDEBİYATI BÖL.	1	83.208	83.21
	FİZİK BÖLÜMÜ	2	245.044	122.52
	KİMYA BÖLÜMÜ	3	266.969	88.99
	MATEMATİK BÖLÜMÜ	2	281.483	140.74
	MOLEKÜLER BİYOLOJİ VE GENETİK BÖLÜMÜ	1	23.012	23.01
	TÜRK DİLİ VE EDEBİYATI BÖL.	1	111.577	111.58
FEN-EDEBİYAT FAKÜLTESİ	İNSAN VE TOPLUM BİLİMLERİ BÖLÜMÜ	1	9.201	9.20
	TARİH BÖLÜMÜ	0	0.765	
	FELSEFE BÖLÜMÜ	1	4.044	4.04
	SOSYOLOJİ BÖLÜMÜ	0	0.51	
	İSTATİSTİK BÖLÜMÜ	2	204.682	102.34
	FAKÜLTE TOPLAMI		14	1230.495
GEMİ İNŞAATI VE DENİZCİLİK FAKÜLTESİ	GEMİ MAKİNALARI İŞLETME MÜHENDİSLİĞİ	1	106.095	106.10
	GEMİ İNŞAATI VE GEMİ MAKİNALARI MÜHENDİSLİĞİ	3	335.665	111.89
FAKÜLTE TOPLAMI		4	441.76	110.44
	BİYOMÜHENDİSLİK BÖL.	4	127.383	31.85

FAKÜLTE	BÖLÜM	Mevcut Personel Sayısı	Yük Miktarı	Yük/Personel
KİMYA-METALURJİ FAKÜLTESİ	KİMYA MÜH.BÖLÜMÜ	4	238.042	59.51
	MATEMATİK MÜH.BÖLÜMÜ	3	414.387	138.13
	GIDA MÜHENDİSLİĞİ BÖLÜMÜ	2	19.108	9.55
	MET. VE MALZEME MÜH.BÖL.	5	453.536	90.71
FAKÜLTE TOPLAMI		18	1252.456	69.58
MAKİNE FAKÜLTESİ	ENDÜSTRİ MÜH.BÖLÜMÜ	6	365.758	60.96
	MAKİNE MÜH.BÖLÜMÜ	12	1249.298	104.11
	MEKATRONİK MÜHENDİSLİĞİ	3	104.975	34.99
FAKÜLTE TOPLAMI		21	1720.031	81.91
MİMARLIK FAKÜLTESİ	MİMARLIK BÖLÜMÜ	4	557.679	139.42
	SEHİR BÖLGE PLAN. BÖL	4	187.294	46.82
FAKÜLTE TOPLAMI		8	744.973	93.12
SANAT VE TASARIM FAKÜLTESİ	MÜZİK VE SAHNE SANATLARI	2	81.056	40.53
	SANAT BÖLÜMÜ	4	123.918	30.98
	İLETİŞİM TASARIMI BÖLÜMÜ	0	42.14	
FAKÜLTE TOPLAMI		6	247.114	41.19
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAK.	SİYASET BİLİ. VE ULUSLARARASI İLİŞK. BÖL.	3	222.829	74.28
	İKTİSAT BÖLÜMÜ	2	530.45	265.23
	İŞLETME BÖLÜMÜ	2	272.705	136.35
FAKÜLTE TOPLAMI		7	1025.984	146.57
İNŞAAT FAKÜLTESİ	HARİTA MÜHENDİSLİĞİ	6	574.411	95.74
	ÇEVRE MÜH.BÖLÜMÜ	4	252.44	63.11
	İNŞAAT MÜHENDİSLİĞİ BÖLÜMÜ	8	802.133	100.27

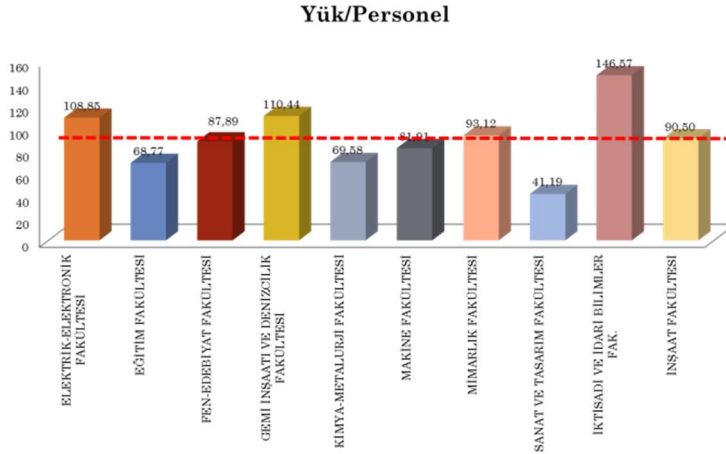
FAKÜLTE	BÖLÜM	Mevcut Personel Sayısı	Yük Miktarı	Yük/Personel
FAKÜLTE TOPLAMI		18	1628.984	90.50
GENEL TOPLAM		115	10119.515	88.00

Tablo 6 incelendiğinde, Şekil 9’da özetlendiği üzere en yüksek iş yükü miktarına sahip fakültelerin sırasıyla, Makine ve İnşaat Fakülteleri olduğu görülmektedir. En düşük iş yükü miktarı ise, Sanat ve Tasarım Fakültesine aittir.

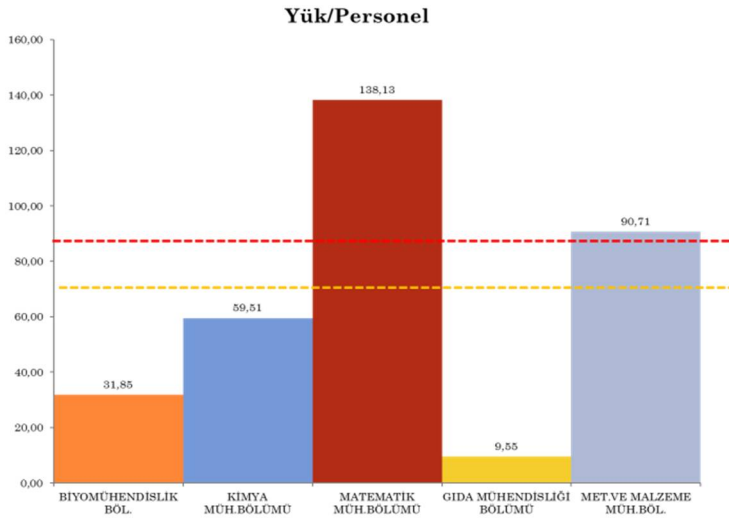
Şekil 9: Fakülte Bazında Yük Miktarları



Fakültelerin yük/personel oranları toplamı ve fakülteler ortalaması Şekil 10’da gösterilmektedir. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Gemi İnşaatı ve Denizcilik Fakültesi ve Elektrik Elektronik Fakültesi, toplam iş yükü miktarlarına göre değerlendirildiğinde ilk sıralarda yer almazken personel başına iş yükü miktarları ortalamanın üstünde olan fakültelerdir.

Şekil 10. Fakülteler Seviyesinde Yük/Personel Oranları ve Ortalama

Fakültelerin yük/personel oranlarının incelenmesinin ardından aynı işlem bölümler bazında da gerçekleştirilmiştir. Örneğin Şekil 11’de Kimya-Metalürji Fakültesi bünyesindeki bölümlere ait yük/personel oranları, fakülte ortalaması ve üniversite ortalamasını gösteren grafik yer almaktadır. Kırmızı çizgi fakültelerin üniversite bünyesindeki genel ortalaması iken, sarı çizgi Kimya-Metalürji Fakültesi ortalamasıdır.

Şekil 11: Kimya-Metalürji Fakültesi Dâhilindeki Bölümler İçin Yük/Personel Oranları ile Genel ve Fakülte Ortalamaları

Bölümler İçin Önerilen Durum

Bölümler arası iş yükü eşitsizlikleri ve idari personel başına düşen iş yükleri göz önüne alınarak, iş yükü fazla olan bölümlere iş yükü nispeten az bölümlerden idari personeller aktarılması önerilerek, böylelikle bölümler genelinde denge sağlanması hedeflenmiştir. Bölümler seviyesindeki iş yüklerine bağlı olarak önerilen idari personel sayıları Tablo 7’de gösterildiği gibidir.

Tablo 7: Bölümler için Önerilen İdari Personel Sayıları

FAKÜLTE	BÖLÜM	Mevcut Personel Sayısı	Önerilen Personel Sayısı	Fark
ELEKTRİK-ELEKTRONİK FAKÜLTESİ	BİLGİSAYAR MÜHENDİSLİĞİ	3	3	0,00
	ELEKTRONİK VE HAB. MÜH.BÖL.	3	4	1,00
	ELEKTRİK MÜH.BÖLÜMÜ	5	7	2,00
	KONTROL VE OTOMASYON MÜHENDİSLİĞİ	2	1	-1,00
FAKÜLTE TOPLAMI		13	15	2,00
EĞİTİM FAKÜLTESİ	BİLGİSAYAR VE ÖĞR. TEKN. EĞT.	1	2	1,00
	EĞİTİM BİLİMLERİ	1	1	0,00
	İLKÖĞRETİM BÖLÜMÜ	2	1	-1,00
	TÜRKÇE EĞİTİMİ BÖLÜMÜ	1	1	0,00
	İLKÖĞRETİM DİN KÜLTÜRÜVE AHLAK BİLGİSİ	0	0	0,00
	YABANCI DİLLER EĞİTİMİ BÖLÜMÜ	1	1	0,00
	FAKÜLTE TOPLAMI		6	6
FEN-EDEBİYAT FAKÜLTESİ	BATI DİLLERİ VE EDEBİYATI BÖL.	1	1	0,00
	FİZİK BÖLÜMÜ	2	3	1,00
	KİMYA BÖLÜMÜ	3	3	0,00
	MATEMATİK BÖLÜMÜ	2	3	1,00
	MOLEKÜLER BİYOLOJİ VE GENETİK BÖLÜMÜ	1	1	0,00
	TÜRK DİLİ VE EDEBİYATI BÖL.	1	1	0,00
	İNSAN VE TOPLUM BİLİMLERİ BÖLÜMÜ	1	1	0,00
	TARİH BÖLÜMÜ	0	0	0,00
	FELSEFE BÖLÜMÜ	1	1	0,00
	SOSYOLOJİ BÖLÜMÜ	0	0	0,00
	İSTATİSTİK BÖLÜMÜ	2	2	0,00
	FAKÜLTE TOPLAMI		14	16
GEMİ İNŞAATI VE DENİZCİLİK FAKÜLTESİ	GEMİ MAKİNALARI İŞLETME MÜHENDİSLİĞİ	1	1	0,00
	GEMİ İNŞAATI VE GEMİ MAKİNALARI MÜHENDİSLİĞİ	3	4	1,00
FAKÜLTE TOPLAMI		4	5	1,00
KİMYA-METALURJİ FAKÜLTESİ	BİYOMÜHENDİSLİK BÖL.	4	2	-2,00
	KİMYA MÜH.BÖLÜMÜ	4	3	-1,00
	MATEMATİK MÜH.BÖLÜMÜ	3	4	1,00
	GIDA MÜHENDİSLİĞİ BÖLÜMÜ	2	2	0,00
	MET. VE MALZEME MÜH.BÖL.	5	5	0,00
FAKÜLTE TOPLAMI		18	16	-2,00

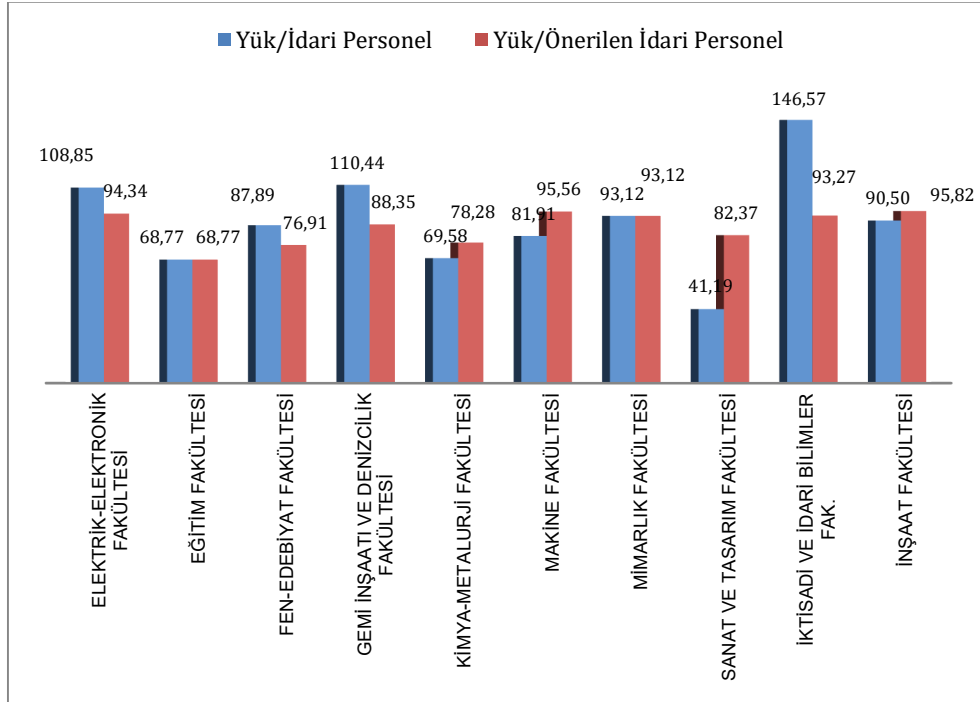
FAKÜLTE	BÖLÜM	Mevcut Personel Sayısı	Önerilen Personel Sayısı	Fark
MAKİNE FAKÜLTESİ	ENDÜSTRİ MÜH.BÖLÜMÜ	6	4	-2,00
	MAKİNE MÜH.BÖLÜMÜ	12	13	1,00
	MEKATRONİK MÜHENDİSLİĞİ	3	1	-2,00
FAKÜLTE TOPLAMI		21	18	-3,00
MİMARLIK FAKÜLTESİ	MİMARLIK BÖLÜMÜ	4	6	2,00
	SEHİR BÖLGE PLAN. BÖL	4	2	-2,00
FAKÜLTE TOPLAMI		8	8	0,00
SANAT VE TASARIM FAKÜLTESİ	MÜZİK VE SAHNE SANATLARI	2	1	-1,00
	SANAT BÖLÜMÜ	4	2	-2,00
	İLETİŞİM TASARIMI BÖLÜMÜ	0	0	0,00
FAKÜLTE TOPLAMI		6	3	-3,00
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAK.	SİYASET BİLİ. VE ULUSLARARASI İLİŞK. BÖL.	3	3	0,00
	İKTİSAT BÖLÜMÜ	2	5	3,00
	İŞLETME BÖLÜMÜ	2	3	1,00
FAKÜLTE TOPLAMI		7	11	4,00
İNŞAAT FAKÜLTESİ	HARİTA MÜHENDİSLİĞİ	6	6	0,00
	ÇEVRE MÜH.BÖLÜMÜ	4	3	-1,00
	İNŞAAT MÜHENDİSLİĞİ BÖLÜMÜ	8	8	0,00
FAKÜLTE TOPLAMI		18	17	-1,00
GENEL TOPLAM		115	115	0,00

Birim bazında yük esaslı yapılan dağıtımlar sonucunda dekanlıklar bazında bölümlerde çalışan idari personel bazında oluşan öneriler Tablo 8’de sunulmuştur.

Tablo 8: Dekanlıklar Seviyesindeki Değişimler

FAKÜLTE	Mevcut Personel Sayısı	Önerilen Personel Sayısı	Fark
Elektrik-Elektronik Fakültesi	13	15	2
Eğitim Fakültesi	6	6	0
Fen-Edebiyat Fakültesi	14	16	2
Gemi İnşaatı ve Denizcilik Fakültesi	4	5	1
Kimya-Metalürji Fakültesi	18	16	-2
Makine Fakültesi	21	18	-3
Mimarlık Fakültesi	8	8	0
Sanat ve Tasarım Fakültesi	6	3	-3
İktisadi ve İdari Bilimler Fak.	7	11	4
İnşaat Fakültesi	18	17	-1
Genel Toplam	115	115	0

Mevcut durum ve önerilen durum sonrası personel/yük oranlarında meydana gelen değişimler Şekil 12’de gösterilmiştir.

Şekil 12: Mevcut Durumdaki Ve Önerilen Durum Sonrası Yük/Personel Oranları

İş yoğunluğu fazla ve personel açığı olan bölümlere, iş yoğunluğu nispeten daha az olan fakültelerin idari personelleri dağıtılarak, personel başına düşen iş yüklerinde denge sağlanmıştır. Örneğin, personel açığı olduğu tespit edilen Elektrik Mühendisliği Bölümüne ilave iki personel görevlendirilmiş, personel fazlalığı olduğu sonucuna varılan Kontrol ve Otomasyon Mühendisliğinden ise bir idari personel başka bölümlere gönderilmiştir. Üniversite bünyesinde toplam idari personel sayısında değişiklik yapmadan iş yüklerine göre personellerin dağıtımı gerçekleştirilmiştir.

Dekanlık Bazında İdari Personel Başına Düşen Yük Miktarlarının Hesaplanması

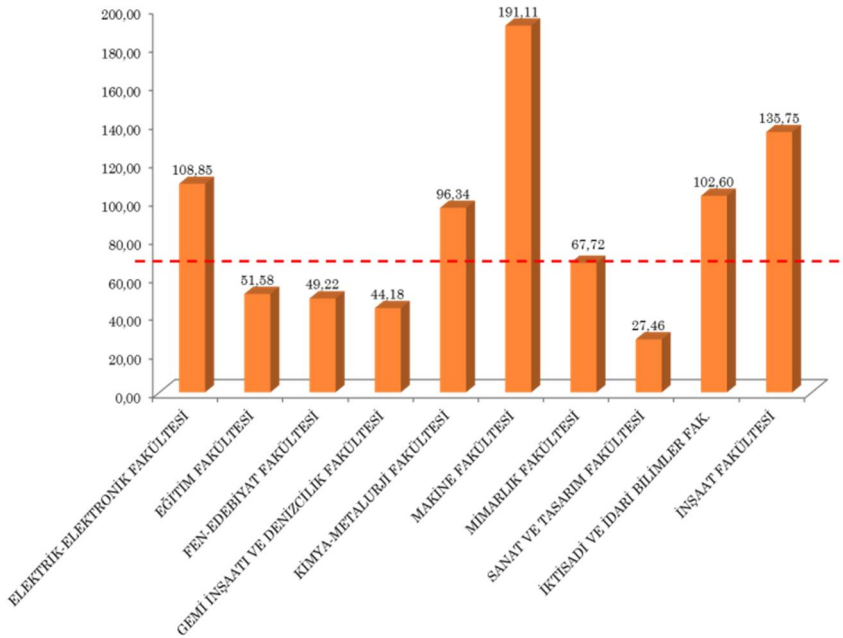
Bölümlerdeki idari personellerin dağıtımının ardından, dekanlık bünyesinde çalışan elemanların iş yüklerinin hesaplanması ve çıkan sonuçlara göre en uygun dağılımı gerçekleştirilmiştir. Bölümler için yapılan dağıtımdan herhangi bir farkı olmayan bu analizde, yine iş yüklerinin birbirlerine göre ağırlıkları göz önünde bulundurularak yük/personel oranları hesaplanmıştır ve Tablo 9’da bu sonuçlar özetlenmektedir.

Tablo 9: Mevcut Durumda Dekanlıklardaki İdari Personel İçin Kişi Başına Düşen İş Yükü Miktarları

FAKÜLTE	Dekanlık Personel Sayısı	Yük Miktarı	Yük/ Personel
ELEKTRİK-ELEKTRONİK FAKÜLTESİ	13	1415,094	108,85
EĞİTİM FAKÜLTESİ	8	412,624	51,58
FEN-EDEBİYAT FAKÜLTESİ	25	1230,50	49,22
GEMİ İNŞAATI VE DENİZCİLİK FAKÜLTESİ	10	441,76	44,18
KİMYA-METALURJİ FAKÜLTESİ	13	1252,46	96,34
MAKİNE FAKÜLTESİ	9	1720,03	191,11
MİMARLIK FAKÜLTESİ	11	744,97	67,72
SANAT VE TASARIM FAKÜLTESİ	9	247,11	27,46
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAK.	10	1025,98	102,60
İNŞAAT FAKÜLTESİ	12	1628,98	135,75

Tablo 9 incelendiğinde, dekanlıklarda çalışan idari personeller için personel başına iş yükü yoğunluğu en fazla olan, Makine Fakültesi Dekanlığıdır. Bu dekanlığı, İnşaat Fakültesi ve Elektrik Elektronik Fakültesi dekanlıkları izlemektedir. Şekil 13'te dekanlıklar bazında oranlar ve genel ortalama seviyesi gösterilmektedir.

Şekil 13: Dekanlıklarda Çalışan İdari Personeller Yük/Personel Oranları ve Ortalama



Dekanlıklar İçin Önerilen Durum

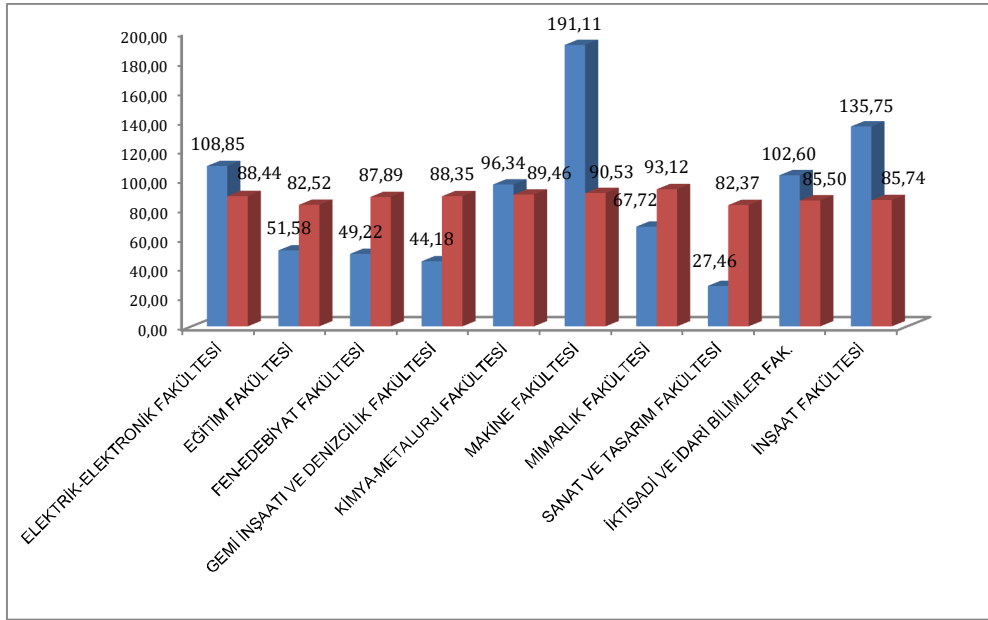
Bölümler için yapılan dağıtımın ardından dekanlıklardaki idari personel yükleri ortaya konmuş, benzer şekilde iş yüklerinin dengelenmesi için çalışan sayılarının artırılması ya da azaltılması için personel aktarımı önerilmiştir. Dekanlıklar seviyesinde iş yüklerine bağlı olarak önerilen idari personel sayıları ve yeni yük miktarları Tablo 10 ve Şekil 14’te sırasıyla sunulmuştur.

Tablo 10. Dekanlık Bazında Mevcut Ve Önerilen Durum İçin Personel Sayıları

FAKÜLTE	Dekanlık Personel Sayısı	Önerilen Personel Sayısı	Fark
ELEKTRİK-ELEKTRONİK FAKÜLTESİ	13	16	3
EĞİTİM FAKÜLTESİ	8	5	-3
FEN-EDEBİYAT FAKÜLTESİ	25	14	-11
GEMİ İNŞAATI VE DENİZCİLİK FAKÜLTESİ	10	5	-5
KİMYA-METALURJİ FAKÜLTESİ	13	14	1
MAKİNE FAKÜLTESİ	9	19	10
MİMARLIK FAKÜLTESİ	11	8	-3
SANAT VE TASARIM FAKÜLTESİ	9	3	-6
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAK.	10	12	2
İNŞAAT FAKÜLTESİ	12	19	7

Görüldüğü üzere iş yüklerinin tam anlamıyla dengelenmesi için 5 yeni personele ihtiyaç duyulmaktadır. Bu personellere duyulan ihtiyaç, eldeki personel ile karşılanamamaktadır. Üniversite bünyesinde dekanlıklarda çalışmak üzere 5 yeni idari personel alımı gerçekleştirilmelidir.

Şekil 14’te ise mevcut durum ile önerilen durum arasındaki yük dağılımı fakülteler bazında gösterilmektedir. Örneğin mevcut durumda Makine Fakültesi’nin yükü 191,11 iken, önerilen personel dağılımıyla bu yük 90,53 olmaktadır. Benzer şekilde Fen Edebiyat Fakültesi için 49,22 olan yük, önerilen durum ile 87,89 olmaktadır. Bir anlamda yük fazlalığı olan yerlerde ciddi şekilde bir azalma sağlanırken, yük olarak ortalamanın çok altında olan birimlerde ise orta değere yaklaşım sağlanmaktadır.

Şekil 14. Mevcut ve Önerilen Durum İçin İş Yükleri

TARTIŞMA VE SONUÇ

Personel atama problemi, talep edilen hizmeti sağlayan çalışan sayısının belirlenmesidir. Temelde çizelgeleme problemi olarak ele alınan bu konu, özel sektör kuruluşları için olduğu kadar kamu kurum ve kuruluşları için de oldukça önemlidir. Özel bir işletme için personel çizelgeleme problemi, fazla mesai, tam zamanlı-kısmi zamanlı çalışma gibi kavramları bünyesinde bulundurduğundan ya da işe alım ve işten çıkarma süreci daha kolay, esnek, sık rastlanan ve alışılmış olduğundan bir kamu kuruluşu için personel çizelgeleme probleminden farklılaşmaktadır. Ancak her iki tip kurum ve kuruluşlar için de personelin doğru ve etkin şekilde atanması diğer bir ifadeyle iş yüklerinin dengelenmesi, işlerin zamanında ve verimli şekilde yapılabilmesinde ön koşul oluşturur. Bu konuda yapılabilecek herhangi bir iyileştirme, personel arasındaki iş yükü eşitsizliğini dengeleyerek motivasyonun da artmasını sağlayacaktır. Literatürde, personel atama probleminin çözümüne ilişkin birçok yöntem kullanıldığı görülebilir. Çok kriterli karar verme yaklaşımları, ilgili problemin çözümünde kullanılacak tekniklerden birisidir. İş yükü dağılımlarının belirlenmesi için işlerin birbirine göre göreceli ağırlıklarının oluşturulması aşamasında analitik hiyerarşi süreci (AHS) kullanılarak hem objektif hem de sübjektif değerlendirmeler neticesinde tutarlı sonuçlara ulaşılabilir. Bu bakımdan ele alınan çalışmada bir üniversitenin akademik birimlerinin yük değerlerinin belirlenmesi ve dengelenmesi amacıyla AHS yaklaşımının kullanılması literatüre örnek teşkil edebilme niteliğindedir.

Bu kapsamda, bir kamu üniversitesinde idari işlerin dekanlıklar ve bölümler arasında personel başına eşit yüklerle dağıtılabilmesi için mevcut etkinlik ve iş yükü dağılımları incelenmiş, bu iş yüklerinin eşit dağılımlarının gerçekleştirilebilmesi için birimler arası personel aktarımı önerilmiştir. Bu sayede tüm üniversitede idari birimler bünyesindeki etkinliğin artırılması amaçlanmıştır. Mevcut personelin yeterli olup olmadığı incelenmiş ve yetersiz kalan birimlere ne kadar personel alınması gerektiği araştırılmıştır.

İlk olarak mevcut durum analizi yapılmış, ardından personel ihtiyacı ya da fazlası bulunan fakülteler/bölümler belirlenerek personel kaydırma işlemi önerilmiştir. İş yüklerinin belirlenmesinde AHS yöntemi kullanılarak işlerin birbirlerine göre ağırlıkları hesaplanmıştır. Özellikle bu aşamada AHS yaklaşımının en güçlü adımlarından olan ikili karşılaştırma aşamasının birim yükleri üzerinde uygulanmasının, birimlerin gerçek yük değerlerinin daha doğru bir şekilde belirlenebilmesi için önemli katkılar sağladığı tespit edilmiştir. Doğru belirlenen yükler dikkate alınarak daha dengeli bir personel dağılımının sağlanmasına imkân verilmiştir. Sonuçta, dekanlıklar ve bölümler için en uygun personel sayıları saptanmıştır.

Gelecek çalışmalarda, en uygun akademik personel sayısının saptanması, personelin niteliklerinin belirlenip uygun işlere yerleştirilmesi ya da personele eğitim verilerek yeteneğinin geliştirilmesi yoluyla iş yapabilme gücünün artırılmasının iş yükü dağılımına olan etkisinin araştırılması gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

Aleskerov, F., Ersel, H. & Yolalan, R. (2003). Personnel allocation among bank branches using a two-stage multi-criterial approach. *European Journal of Operational Research*, 148 (1): 116-125.

Bektur, G. & Hasgül, S. (2013). Kıdeme göre işgücü çizelgeleme problemi: Hizmet sektöründe bir uygulama. *Journal of Economics & Administrative Sciences/Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15 (2): 385-402.

Chen, P. S., Lin, Y. J. & Peng, N. C. (2016). A two-stage method to determine the allocation and scheduling of medical staff in uncertain environments. *Computers & Industrial Engineering*, 99: 174-188.

Çetin, E. İ., Kuruüzüm, A. & Irmak, S. (2008). Ekip çizelgeleme probleminin küme bölme modeli ile çözümü. *Havacılık ve Uzay Teknolojileri Dergisi*, 3 (4): 47-54.

Erdoğan, M. (2013). Enerji alternatiflerinin bulanık çok ölçütlü değerlendirilmesi ve Türkiye için bir yol haritası. Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Gardiner, S. C. & Mitra, A. (1994). Quality control procedures to determine staff allocation in a bank. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 11(1): 6-21.

Guo, P., Leng, M. & Wang, Y. (2013). A fair staff allocation rule for the capacity pooling of multiple call centers. *Operations Research Letters*, 41(5): 490-493.

Havlik, R., Gottwaldova, A. & Manlig, F. (2013). Multi-criteria function for optimizing the number of workers in an e-maintenance. *Applied Mechanics and Materials*, 309: 252-25.

Holder, A. (2005). Navy personnel planning and the optimal partition. *Operations Research*, 53(1): 77-89.

İlhan, B. B. (2006), Personel planlaması ve dağılımında sağlık grup başkanlarının rolü, İzmir ili örneği. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

McDonald, G. (2013). Does size matter? The impact of student–staff ratios. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 35(6): 652-667.

Naveh, Y., Richter, Y., Altshuler, Y., Gresh, D. L. & Connors, D. P. (2007). Workforce optimization: Identification and assignment of professional workers using constraint programming. *IBM Journal of Research and Development*, 51(3.4): 263-279.

Olivé, J.T. (2010). Bir imalat firmasında personel çizelgeleme problemi için bir matematiksel model önerisi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Saaty, T. L. (1980). *The analytic hierarchical process*. Newyork: McGraw-Hill.

Sais, M. M. (2013). Personnel resource allocation strategies in a time of fiscal crisis: Case study of elementary schools in a California district. ProQuest LLC. 789 East Eisenhower Parkway, PO Box 1346, Ann Arbor, MI 48106.

Yunus, R. M., Samadi, Z., Yusop, N. M. & Omar, D. (2013). Expert Choice for Ranking Heritage Streets. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 101: 465 – 475.

Zwetsloot, G. I., Gort, J., Steijger, N. & Moonen, C. (2007). Management of change: Lessons learned from staff reductions in the chemical process industry. *Safety Science*, 45(7): 769-789.

Yayın Geliş Tarihi: 20.01.2016
Yayına Kabul Tarihi: 25.03.2018
Online Yayın Tarihi: 05.06.2018
http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.421585

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 20, Sayı: 1, Yıl: 2018, Sayfa: 73-84
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Derleme Makalesi

ANALİTİK MARKSİZMİN SÖMÜRÜ OLGUSUNA YAKLAŞIMININ BİR ELEŞTİRİSİ

Sibel KİBAR*

Öz

Analitik Marksizm Marksizmin metafizik öğelerini ayıklayıp, daha analitik argümanlara dayanan bir Marksizm ortaya koyma hedefinde Anglosakson Marksist bir okuldur. Bu okunun önemli temsilcileri, Cohen, Elster ve Roemer, Marx'ın sömürü kavramını yeniden ele almış ve sömürünün artı-değere el konulması olarak tanımlanmasına karşı çıkmışlardır. Onlara göre, ürünün değeri belirleyen o ürünün yaratılmasında harcanan emek zaman miktarı değil, pazardaki karşılığıdır. Bu çalışmada, Marx'ın kapitalizme yönelik eleştirisinin özünü oluşturan artı-değer sömürüsü kavramının Marksizmden soyutlanamayacağı iddia edilmektedir. İşçinin ortaya koyduğu emek bir değer yaratır ancak işçi, bir sözleşmeye imza atarak buna razı olsa bile, ürettiği değer karşılığını alamaz. Zaten kapitalist sermaye birikimi, bu artı-değere el konulmasıyla kar etme biçiminde gerçekleşir. İşçilerin kapitalizm koşullarında, ürettikleri değere el konulmasına rıza göstermekten başka seçenekleri yoktur. Dolayısıyla, ortada bir sözleşmenin olması sömürünün olmadığını göstermez. Artı-değer sömürüsü kapitalist üretim biçimine içkindir, sömürü olmayan bir kapitalizm düşlemek eşitlikçi liberalizmin idealini yinelemektir ve de Marksizmin özüne kesinlikle aykırıdır.

Anahtar Kelimeler: *Analitik Marksizm, Sömürü, Artı-Değer, Emek, Kapitalizm.*

A CRITIQUE OF ANALYTICAL MARXISM'S APPROACH TO EXPLOITATION

Abstract

Analytical Marxism is an Anglo-Saxon Marxist school which eliminates metaphysical components of Marxism and grounds it by analytical arguments. Important representatives of this school, Cohen, Elster and Roemer discuss Marx's concept of exploitation and oppose the definition that exploitation is simply appropriation of surplus value. Accordingly, value of a product is not determined by labor time spent on it but its equivalent in market. In this study, it is claimed that the concept of exploitation of surplus-value, core of Marx's critique against capitalism, cannot be separated from Marxism. Labor

* Doç. Dr., Kastamonu Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Felsefe Bölümü, skibar@kastamonu.edu.tr

creates an amount of value but the worker cannot take his/her labors' equivalent although he/she volunteered for this appropriation by giving consent. Capitalist accumulation profits through appropriation of the surplus value. Within a capitalist system, workers have no chance other than compliance to labor contracts which presuppose seizure their surplus value. Thus, the presence of a volunteered agreement does not indicate that there is no exploitation. Exploitation of surplus value is immanent in the capitalist mode of production. Dreaming a version of capitalism exploits no one is only a repetition of the ideals of egalitarian liberalism but it is certainly against to the core of Marxism.

Keywords: Analytical Marxism, Exploitation, Surplus Value, Labor, Capitalism.

GİRİŞ

Analitik Marksizm Marksizmin içerisindeki tarihselci, diyalektik ve bütünselci unsurları ayıklayıp, Marksizmi daha analitik ve rasyonel bir temele oturtma iddiasıyla, 1980'lerde İngilizce konuşulan coğrafyada, özellikle Kuzey Amerika'da oluşturulmuş bir okuldur. G. A. Cohen, Jon Elster ve John E. Roemer bu yaklaşımın en iyi bilinen temsilcileridir. Bu grubun içerisinde yer alan düşünürler her konuda hemfikir değildirler. Zamanla bazıları, örneğin Jon Elster kendi düşüncelerini değiştirmiştir. Yine de, genel olarak onları ortak paydada tutan kimi argümanları sıralamak mümkün: En temelde, bu grubu bir araya getiren şey, kendi ifadeleriyle “zırva-olmayan bir Marksizm” ortaya koymaktır. Dolayısıyla, kendilerinden önceki Marksizm türlerini, başta da Ortodoks Marksizm veya klasik Marksizm olarak bilinen Marksizmi reddederler. Marx'ın felsefesinin ve ekonomi politişinin temelini oluşturan diyalektik, tarihselcilik ve emek değer kuramını “zırva” addederler (Cohen, 2000: xvii-xxviii). Analitik sıfatı da tüm bu bütünselci açıklamaları reddetmelerinden ileri gelir. Özellikle Elster başta olmak üzere Analitik Marksistler, tarihin motorunun sınıfların mücadelelerinden, yapılardan oluştuğu fikrinin karşısında yöntembilimsel bireyciliği benimserler. Tarihin rasyonelitesini değil, bireyin rasyonelitesini kabul ederler; ancak onların bu yöntembilimsel bireycilikleri, klasik iktisadın çıkarlarının farkında olan rasyonel birey anlayışına denk düşmemektedir (Elster, 1986: 22-31). Üretici güçlerin gelişmesiyle üretim biçiminin değişmesi, aslında bireylerin hep daha “ileri”, daha “insanca” bir iktisadi alt-yapıya doğru yönelmeleriyle gerçekleşir. Analitik Marksistleri en temelde Marksist yapan, sosyalizmin daha insanca, daha adil ve daha ileri bir üretim biçimi olduğuna inançlarıdır. Buna karşın, Analitik Marksistler, Marx'ın sömürü ve sınıf tanımlarını, daha temel olarak, emek-değer kuramını benimsememektedirler.

Bu çalışmada, neden klasik mantık yerine diyalektik işleyişin, neden salt maddecilik yerine tarihsel materyalizmin, doğanın ve tarihin ilerleyiş sürecini anlamak için gerekli olduğu tartışmasına girilmeyecektir. Marksizm içerisindeki kimi kavramlar, kimi düşünürler tarafından metafizik olarak nitelenip reddedilebilir ve hala Marksizm içerisinde kaldığı iddia edilebilir. Ancak artı-değer

sömürsünün kapitalizme içkin olduğunu kabullenmemek, kapitalizmin işleyiş yasalarını anlamamak ve dolayısıyla Ortodoks Marksizmin tamamen dışına düşmektir. Bu çalışmada, emeğin ürettiği artı-değerin kapitalizme içkin bir sömürü biçimi olduğunu ve kapitalizme karşı duruşun emek sömürsüne karşı çıkmaksızın mümkün olmadığını göstermeye çalışılmıştır.

Elbette Marx'ın kendi düşüncelerinden türetilen tek bir Marksizm türü yoktur. Günümüzde Marksizm toplumları ve ekonomileri anlamakta kullanılan veya tarihe ve mevcut toplumsal yapılara bir eleştiri sunan ya da politik bir ideal olarak benimsenen birbirinden farklı bakış açılarının, kuramların, yöntemlerin veya felsefelerin adıdır. Dolayısıyla, Marksizm bugün çok geniş bir yelpazedir. Bu yelpazenin hangi ucunda duran kuramların daha Marksist sayılacağını, diğerlerinin daha az Marksist olacağını söylemek, epistemolojik olarak zor olduğu kadar, siyaseten de uygunsuz olabilir. Ancak herhangi bir düşünürün veya kuramın ardıllarında olduğu gibi, o düşünürün veya kuramın çekirdeğini oluşturan kavramlara, ilkelere, normlara veya ayırt edici analizlere bakılarak, ardıllarında o çekirdeğin korunup korunmadığı söylenebilir ve hangi ardılın öze daha uygun olduğu tespit edilebilir. Söz konusu Marksizm olduğunda da böyle yapılarak, Marx'tan sonra ortaya çıkan Marksizmler sınıflandırılmış, değişik adlar almış ve yelpazenin sağına ya da soluna konuşturulmuştur. Vrousalis, Analitik Marksistlerin Marksizmin koruyucu kemerinde yer aldığı iddia eder. Ona göre, Analitik Marksistlerin Marksist kurama yönelik eleştirileri ve kuram içerisindeki kimi temelden değişiklikleri, kuramın özüne zarar vermekten çok, onu güçlendirmiştir (Vrousalis, 2016: 1).

Analitik Marksistler de kendilerini Marksist yelpazenin liberalizme ve kapitalizme daha ılımlı bakan tarafında konumlandırırlar. Kapitalizme yönelik eleştirilerini çoğunlukla Marksizmden türetmelerine karşın, Marx'ın tarihi ve toplumların gelişimini açıklamaya yönelik yöntemini pek benimsemediklerini ifade ederler (Gordon, 1990: 57-59). Ayrıca, Analitik Marksistler kapitalizmin özüne dair bir eleştiriden çok, sistem içinden sistemi “daha iyi” veya “daha insanca” bir yönde geliştirmeye yönelik bir eleştiri sunarlar. Oysa bu çalışmada ortaya konulduğu üzere, Marx'ın kapitalizm eleştirisi, kapitalizmin özüne dairdir: Kapitalist üretim biçiminde sermayenin oluşturulması, artırılması ve hatta korunması için artı-değere el konulması gerekir; bu da insan emeğinin sömürülmesidir. Bu nedenden ötürü, Analitik Marksistler, Marksizmden çok Eşitlikçi Liberalizme veya Cumhuriyetçiliğe daha yakın bir siyasi kuram sunmuş olurlar.

Analitik Marksistlerin, her konuda hem fikir olmadığı başta belirtilmişti. Sömürü konusunda ve kapitalizme alternatif arayışlarında da, Analitik Marksistler arasında farklı görüşler mevcuttur. Bu akımın başat temsilcileri olarak görülen, başta da belirtilen, üç ismin, yani sırasıyla Cohen, Roemer ve Elster'in kapitalist üretim biçimindeki sömürü olgusuna yaklaşımlarını ele alınacaktır. Onların sömürü meselesine analitik bakmaya çalışırken, gözden kaçırdıkları kimi noktaları ortaya

konacak, Marx'ın haklılığı kanıtlamaya çalışılacaktır. Ardından, artı-değere el koymanın kapitalist üretim biçimine içkin bir sömürü biçimi olduğu ve artı-değer sömürüsüne karşı çıkmaksızın Marksizmin sınırları içerisine dahil olmanın paradoksal bir durum yarattığı gösterilecektir.

DEĞERİ YARATAN NEDİR?

Analitik Marksistler, Marx'ın klasik iktisadın emek değer kuramını benimsediğini ancak bu emek değer kuramının hatalı bir iddiaya dayandığını söylerler (Elster, 1986: 64). Emek değer kuramı ilk olarak Adam Smith tarafından öne sürülmüş ve David Ricardo tarafından da kullanılmıştır: Malların değerini belirleyen şeyin o malın üretilmesi için gerekli emek zaman olduğunu gösteren ekonomik kuramdır. Emek gücü, meta üreten güçtür ve o metanın değeri ona harcanan emeğin zamanıyla ölçülür. Marx'ın bu kuramdan türettiği sömürü kuramına göre, işçi emeğiyle bir değer yaratır. Değeri yaratan yalnızca emektir (Marx, 2007: 180-183). Bu değer ürüne dönüştüğünde, o değer pazarda bir değişim değeri vardır. Örneğin, bir palto sekiz gömleğe veya 400 TL'ye eşittir. Dolayısıyla, değişim değeri görece bir niceliktir. Emek değer kuramına göre, bir metanın değişim değeri, toplumsal olarak gerekli emek miktarına göre değişir. Ancak, emekçi ürettiği ürünün değerinden, daha azını alır. Bir işçi, ürettiği değer veya meta için örneğin sekiz saat çalışmışsa, bu işçi, ancak iki saatinin karşılığını alabilir. Kalan altı saatin, giderler düşüldükten sonra, sermaye sahibinin cebine kalması, yani patronun işçinin ürettiği artı-değere el koyması sömürüdür (Cohen, 1998: 213-214).

G. A. Cohen, "emek değeri yaratır" ve "emeğin değeri, ürün değişime girdiği anda, o ürünün üretilmesi gereken emek zaman miktarı ile belirlenir" ifadelerinin çeliştiği söyler (Cohen, 1998: 214-216). Diğer bir ifadeyle, önceden üretilmiş bir ürünün şu anda piyasada bir değişim değeri yoksa o ürünün yaratılmasında kullanılan emeğin bir değeri yoktur (Cohen, 1998: 217-218). Analitik Marksistler, bu noktada, Marx'ın değeri mutlak addettiğini, işçinin ürettiği değer sabitmiş ve sanki patron bu sabit değer önemli bir kısmına el koyuyormuş gibi düşündüğünü söylerler. Cohen, Marx'ın "emek, değeri yaratır" önermesi yerine "emekçi emeğiyle ürünü yaratır ve bu ürünün pazarda bir değeri vardır" denilmesi gerektiğini savunur (Cohen, 1998: 219-220). İfadenin değişmesi ufak bir mesele gibi görünse de, Marx'ın sömürü kuramını kökten değiştirmektedir. Analitik Marksistlere göre, işçinin emeğinin ve ürettiği ürünün değeri, patron ve işçi arasında şaptanmaz; bu değeri nihayetinde belirleyen pazardır. Emek, değeri yaratmaz. Emekçi ürün yaratır ve bu ürün pazarda değerlendirilir. O halde, sömürü üretimde ortaya çıkmaz. Sömürü, işçinin ödenmemiş emeğine patronun el koyması değildir çünkü patron da, işçi de emeğinin değerinin pazardaki karşılığının ne olacağını bilmemektedir. İşçi ve patron, üretilen ürünün henüz piyasadaki değeri belli olmadan bir anlaşma yaparlar ve işçinin alacağı ücret, ürünün değerinden bağımsız olarak belirlenir. Buna karşın, Karahanoğulları, emeğin değerinin

önceden bilinmemesi sorununa ince bir göndermede bulunur: Çağımızda, canlının genetik yapısı çözümlenip, tekrar edilebiliyorken, evrenin oluşumu aydınlatılabiliyorken, biz ekmeğin fiyatının seneye ne olacağını bilemiyoruz; insanlık bu “müthiş karmaşık” bilgidan mahrum (2011: 9). Dolayısıyla, emeğe piyasada dolaşıma çıkmadan harcanan zaman üzerinden değer biçilememesi pek de ikna edici görünmemektedir.

Cohen’a göre, kapitalist, işçinin ürettiği ürünün değerinin bir kısmına el koyar çünkü kapitalist üretim araçlarının sahibidir ve işçiyle bir sözleşme yapmıştır. Bu sözleşme adil midir? Cohen’a göre adildir ama adil olmayan, üretim araçlarının mülkiyetini kapitalistlerin ellerinde bulundurmasıdır. Köleci düzende, nasıl kölelerin sahibi olmak, ahlaken yanlışsa, kapitalizmde de, üretim araçlarının mülkiyetini elinde bulundurmak meşru değildir; ahlaken yanlıştır. Dolayısıyla, ona göre, sömürü ahlaki bir kavramdır ve sömürüye emek değer kuramıyla değil, ahlaken karşı çıkılması gerekir (Cohen, 1998: 234).

SÖMÜRÜ KAPİTALİZME İÇKİN Mİ?

Kymlicka, sömürünün birinden haksızca yararlanmak olduğunu ve her adalet kuramının kendi sömürü tanımı ve sömürüyü engellemeye dönük bir çözümü olduğunu öne sürer. Buna göre, günümüzde yaygın olarak kabul edilen liberal adalet kuramlarına göre, birisinden rızası dışında faydalanmak, onu sömürmekken, birisini sözleşme karşılığında bir işte çalıştırmak sömürü değildir (2006: 250-251). Kymlicka geleneksel Marksizmin sömürü anlayışı şu şekilde formüle eder:

1. Yalnızca emek değer yaratır.
 2. Kapitalist, ürünün değerinin bir bölümü alır.
- Bu yüzden de:
3. Emekçi yarattığından daha az değer elde eder.
 4. Kapitalist, emekçinin ürettiği değer bir bölümünü alır.

Dolayısıyla:

5. Emekçi kapitalist tarafından sömürülür. (Kymlicka, 2006; 251-252)

Emekçinin kapitalistler tarafından sömürülmesi, geleneksel Marksistler için kapitalizmin yıkılacak olmasının temelidir. Marx için sömürünün ahlaken yanlış olup olmaması tartışma konusudur. Marx, hukukun da verili üretim ilişkileri içerisinde tanımlandığını, bu nedenle, kapitalizme karşı çıkışın onun ahlaki ve hukuksal kavramlarıyla mümkün olmadığını belirtir. Marx’ın adaletle bakışı tartışmalı olduğundan, bu çalışmanın sınırlarını aşacaktır. (İlgili tartışma için bakınız: Wood 1972, 1979; Husami 1978; Geras 1985, 1992; Buchanan 1979, 1982; Lukes 1985; Peffer 1990; vb.)

Genel olarak, Analitik Marksistler için, işçinin özerkliğinin olmaması, toplumsal yaşamda saygınlık bakımından patronla eşit olmaması, ürünün, toplumsal üretimin ve fırsatların eşit veya dengeli dağıtılmaması kapitalizmi adaletsiz kılar. Elster, sömürüyü kapitalistin ihtiyacı olandan fazlasını alması olarak tanımlarken (1986: s. 73), Roemer, üretim araçlarının eşit dağıtılmaması olarak tanımlamaktadır: Sömürü, üretim araçlarının özel mülkiyetiyle başlar; artı-emeğin veya artı-değerin bir başkasına aktarımı ile değil (1982: 136-137). Roemer artı-değer sömürüsünün Marx'taki anlamıyla üretim esnasında ortaya çıktığını söyler. Ancak Roemer sömürüyü emek değer kuramıyla açıklamayı reddeder. Marx'taki bu klasik tanımın yerine, sömürüyü üretim ilişkileri içerisinde anlamak gerektiğini iddia eder. İşçi sınıfı, üretim araçlarına sahip olmadığı için çalışma koşullarına razı olmak durumunda kalır; üretim araçlarına sahip olan sınıfın ayrıcalığını sürdürdüğü serbestilere sahip değildir. Bu nedenle, mülkiyetin yeniden dağıtılması, sömürüyü ortadan kaldırmanın yoludur (1982: 139-144).

Görüldüğü üzere Roemer adaleti, gelir ve kaynakların yeniden dağıtımıyla ilgili bir sorun olarak görmektedir. Başta belirtildiği üzere, Roemer'in sömürüye ve adalete yaklaşımı eşitlikçi liberallerle aynı temeli paylaşmaktadır. Üretim araçlarının özel mülkiyetinin sömürünün kaynağı olduğunu belirten Roemer, üretim araçlarının özel mülkiyetinin bütünüyle ortadan kalkması gerektiği düşüncesini savunmamaktadır. Bu nedenle de, kapitalizme yönelik eleştirileri, sistemin içeriden eleştirisiyle sınırlı kalmaktadır (Gordon, 1990: 28). Hatta Roemer, işçi ve kapitalist ayrımının yerine yoksul ve zengin ikiliğini koyarak, Marksist kuramın epey dışına düşmektedir. (Reiman, 1987:192)

Hem Elster, hem de Roemer için, emek, ürün ve işçi, üretim sürecinin farklı unsurlarıdır. Emek ve ürün pazarda ilişkilendirilirler; işçiye adeta bir makine gibi pazar ilişkilerinden dışlanır. İşçinin ürününün sahibi olmadığı açıktır ama emeğinin sahibidir (Marx, 2007: 508-515). Emeğini, bir bedel karşılığında satar. Onlara göre, ürünün değeri sabit olmadığı için, bu bedelin adil olup olmadığını işçinin alım gücüne bakarak söylenebilir (Elster, 1986: 100-101). Markette işçi söz sahibi değildir, pazarı o anlamda etkileyemez ancak pazar tarafından doğrudan etkilenir. Pazarda kendisi tüketicidir. Eğer kapitalist ona saygın bir yaşam sürebilmesi için gerekli alım gücünü sağlamıyorsa, işçi ve sermaye sahibi arasındaki anlaşma adaletsizdir. Kısacası, sömürü, onlara göre üretimde değil pazarda ortaya çıkar. İşçi pazarda üretici olarak ürünü üzerinde söz sahibi olamadığından ve de tüketicisi olarak yeterli alım gücüne sahip olamadığından mağdur konumdadır.

Cohen'ın aşağıda yer verilen iddiası son derece liberal bir varsayıma dayanmaktadır: Kapitalizmde işçiler, kendi özgür iradeleriyle, bir işte çalışıp çalışmama kararını verirler. Dolayısıyla, baştan ürettiklerinin tamamını alamayacaklarını bilerek, o çalışma koşullarına rıza gösterirler:

Marksistler, kapitalistlerin çalışan insanlardan emek zamanlarını çaldıklarını söylerler. Ancak, birinden, gerçekten ona ait bir şeyi

çalabilirsiniz. Bu yüzden Marksizmin kapitalist adaletsizlik eleştirisi, işçinin kendi emek zamanının gerçek sahibi olduğu anlamına gelir: Emeğiyle ne yapacağına başka kimse değil, o karar verecektir. Bu yüzden kapitalistin işçiyi sömürdüğü yönündeki Marksist değerlendirme, insanların kendi güçlerinin haklı sahipleri olduğu varsayımına dayanır (Cohen, 1990: 369).

Aslında Cohen, emeğini “belli bir kapitaliste satmak zorunda olmakla”, “herhangi bir kapitaliste satmak zorunda olmak” arasında fark olduğunu belirtir. İkisinde de kişi özgür değildir ancak özgür olma bakımından iki durum arasında bir derece farkı vardır (Cohen, 1992: 484). Önceki üretim biçimlerinden farklı olarak kapitalizmde işçi, emeğini kime satacağı konusunda özgürdür ve karşılığında ne alacağı hususunda da pazarlık gücü vardır. Cohen’ın atladığı şey, işçilerin kapitalizm koşullarında, ürettikleri değere el konulmasına rıza göstermekten başka seçenekleri olmadığıdır. Ortada bir sözleşmenin olması sömürünün olmadığını göstermez. Kapitalist bir sistemde, bir insan herhangi bir üretim aracının mülkiyetine sahip değilse, geçinmek için ya başka insanları yasadışı bir şekilde sömürmek ya da çalışmak, yani bir sözleşmeye imza atmak zorundadır.

Pettit, bir sözleşmenin şartlarını onaylamanın, o sözleşmeye ve koşullara rıza göstermenin her zaman özgür iradenin bir ifadesi olamayacağını ortaya koyar. İnsanlar tahakküm altındayken, özgürce karar veremezler. Tahakkümün görünür bir baskı olması gerekmez. Ekonomik sıkıntı çeken bir kişi de tahakküm altındadır. Ekonomik olarak zor durumdaki bir kişi, önüne konulan sözleşmeye imza atar, rıza gösterir ama bu o sözleşmeyi canı gönülden onayladığı anlamına gelmemelidir. Pettit’in ortaya koyduğu gibi, taraflar eğer sözleşmenin maddelerini belirleme gücüne sahip değilse, bir taraf sözleşmeyi hazırlıyor ama karşı tarafa yalnızca onaylayıp onaylamama seçeneği düşüyorsa, bu ilişkide tahakküm vardır (Pettit, 1998: 93). Pettit’in de belirttiği gibi liberal düşünürler, rıza ve onay mekanizmalarının gerisinde yatan süreci görememektedirler. Tahakküm yalnızca fiziksel olarak şiddete maruz kalan kadınların, anne ve babalarının onların seçimlerini daraltan seçimlerini yaşamak zorunda kalan çocukların durumunda ortaya çıkmaz. Bir sosyal yardım görevlisinin insafına kalmış yoksul bir kişi veya patronun keyfi olarak hazırladığı sözleşmeye onay vermek durumunda kalan bir işçi de tahakküm altındadır (Pettit, 1998: 122).

Az gelişmiş kapitalist ülkelerde sömürü açıkça görülebilir: İnsanlar sözleşmeleri dışındaki saatlerde fazla çalışmak zorunda bırakılırlar, insani olmayan, sağlıksız koşullarda üretim yaparlar, aldıkları para insanca bir yaşam sürmelerine izin vermez, patronları tarafından aşağılanırlar ve hukuk izin verse bile, buna ses çıkaramazlar. Tüm adalet kuramları bu ve benzeri olguları karşısına alır. Ancak Marx, işçilerin sömürülmelerini yalnızca onlardan hukuka aykırı bir biçimde faydalanmaya indirgemez. Ona göre işçi ne kadar meta yaratırsa, kendisi de o kadar ucuzlar. Emek yalnızca meta üretmez, bir meta olarak işçiyi de üretir (Marx, 2000; 75).

Analitik Marksistler, sömürünün kapitalizme içkin olmadığını, sömürünün işçilerin zorla, kötü koşullarda çalıştırdığı, iş yerinde ezildikleri, haksız muameleye maruz kaldıkları durumda ortaya çıktığını söylerler. Bu anlayış, burjuva hukukundaki sömürü tanımının yinelenmesidir. Analitik Marksistler, kapitalizmin vahşi yönlerinin törpülediği, toplumsal refahın daha eşit ve daha adil pay edildiği bir toplumsal düzeni savunurlar. Ancak bu savunu, bu düşünceyi Marksist addetmeye yeter mi diye sormak gerekir çünkü kapitalizme bu tarz eleştiriler kapitalizmin içerisinde de yapılmakta ve daha “adil” bir kapitalist üretim biçimi kapitalizm savunucuları tarafından da kurgulanabilmektedir (Bakınız Rawls, 1971; Dworkin, 1978; Pettit, 1998; vb.). Oysa Marksizmi herhangi bir sosyal kuramdan ayıran şey, kapitalist sömürünün bir bireyin diğer bireyleri adaletsiz bir şekilde kullanmasından daha fazlası olduğunu ve bu üretim biçimine özgü olduğunu ortaya koymasıdır. Diğer bir ifadeyle, artı-değer sömürüsü, kapitalist sermaye birikimi için olmazsa olmazdır ve sömürünün kapitalizme içkin olduğu rahatlıkla söylenebilir.

Ayrıca Marx, kapitalizmin sermaye birikiminin temelini yalnızca artı-değerle de açıklamaz. Kapitalizmin tarihine baktığımızda da, kapitalist sermaye birikiminin sömürü üzerine kurulduğu görülecektir. Bugün hukukta geçen sömürünün sözcük anlamına uygun bir şekilde kapitalist sömürünün gerçekleştiğinin pek çok örneği mevcuttur. Fetihler, köleleştirme, gasp, kolonizasyon ve benzeri haksızlıkla, kelimenin tam anlamıyla, kapitalizmin sömürü üzerinde yükselip, geliştiğini gösterir (Akt., Kymlicka, 2006: 264).

SÖMÜRÜ NASIL HESAPLANIR?

Elbette, ürünün değeri, Analitik Marksistlerin ortaya koyduğu üzere, sabit değildir. Ancak onların iddiasının tersine, yine de değeri yaratan emektir; pazar veya piyasa değil. Emekçi, emeğiyle değer yaratır ve değer metada cisimleşir. Her üzerinde emek harcanan şey meta değildir, bir değişim değeri olmalıdır. Bu değişim değeri, değerini ifade etme yoludur. Herhangi bir malın değerinin büyüklüğünü, toplumsal olarak gerekli-emek miktarı veya onun elde edilmesi için toplumsal olarak gerekli emek zamanı belirler. Ama bu gerekli emek zamanı emeğin üretkenliğine bağlıdır. Bu üretkenlik, işçilerin ortalama beceri düzeyi, biliminin ve teknolojinin durumu, bu bilgiyi pratikte uygulama derecesi, üretimin toplumsal örgütlenmesi üretim araçlarının boyutları ve etkililiği gibi unsurlara bağlıdır (Marx, 2007: 508-515). Karahanoğulları, metanın değerinin nasıl hesaplandığını şu şekilde açıklar:

Metanın değeri, üretimde çalışan emek gücü ile birlikte üretimde kullanılan sermayenin bileşiminden oluşur. Bu cansız emeğin nihai ürünün değerine katkısı, üretimde kullanılan aramalarının (döner sermayenin) ve üretim sırasında yıpranan sermaye mallarının (sabit sermayenin) taşıdığı emek

değer kadardır (bu nedenle değişmeyen sermaye olarak da adlandırılır) (2011: 13-14).

Kapitalist üretimde, ortaya çıkan meta, üzerinde harcanan emek miktarına göre bir değere sahiptir. Ancak üzerinde harcanan emeğin değeri, bu emeği harcayanlara, yani işçilere tam olarak ödenmemektedir. Emekçi, gerçekleştirdiği emeğin sadece bir kısmı karşılığında ödeme alıyor, kalan kısmında ise kapitaliste çalışmış olur. Bu kalan kısma artı emek veya değer karşılığı olarak artı-değer denilir. Piyasa, değişim değerine sahip olan emeğin hedefine ulaşmasını sağlar. Piyasa, yeni bir değer veya artı-değer üretmez; sadece üretilmiş ürünün el değiştirmesini sağlar. Artı-değeri üreten de emektir. Marx'a göre ne değer ne de artı-değer sabittir, ikisini de kesin olarak hesaplamak mümkün değildir (Marx, 2007: 511). Bu noktada, değer ile fiyat arasındaki ilişkinin doğrudan bir belirlenme ilişkisi olmadığını vurgulanması gerekmektedir çünkü fiyatları belirleyen tek etmen metaların değeri değildir. Fiyatların belirlenmesinde piyasa dolayımından geçen karmaşık bir ilişki söz konusudur. Ürünün piyasa değeri, toplumun o dönem içerisinde bulunduğu koşullar tarafından belirlenirken, artı-değerin ne kadarına el konulacağı sınıf mücadeleleriyle belirlenir. (Kaldı ki, sözleşmelerin yapılmadığı dönemlerde, köleler emeklerinin karşılığını almayı talep etmeyi akıllarından bile geçirmiyorlardı, bu durumda kölelerin değer yaratmadığı söylenebilir mi?)

Elbette ki, piyasa koşullarında, fiyat ve değer arasında doğrusal bir ilişki yoktur. Pazardaki mübadele, kapitalizmde mantıksız hale gelmiştir. Değişimin kendisindeki eşitsizlik parayla gerçekliğe bürünür. Ancak, Marx'a göre, olması gereken bu değildir. Analitik Marksistler kapitalizmin emeğe ve değere atfettiği anlamlar üzerinden bu kavramları analiz etmeye çalışırlar. Oysa Marx için, kapitalizm emeği ve emeğin değerini metalaştırır. En temelde karşı çıkılması gereken husus budur. Dolayısıyla, Marx'ı onun bizzat karşı çıktığı bir kavram setiyle, sanki Marx da bu kavram setini kullanıyormuş gibi eleştirmeleri, en hafif tabiriyle, Marx'a yapılmış bir haksızlıktır.

Kölenin bütün emeği, karşılığı ödenmemiş emek olarak görünür. Ücretli-emekte ise, tersine, artı-emek ya da ücreti ödenmemiş emek bile, karşılığı ödenmiş emek gibi görünür. ...ücretli işçinin karşılığı ödenmeyen emeğini, para ilişkisi gözlerden gizler. ...Aslında varolan ilişkilerin görünmez hale getirilmesi bir yana bir de bunları tepetaklak gösteren bir görünüm şekli, hem emekçinin hem de kapitalistin her türlü yasal kavramlarının, kapitalist üretim tarzının her türlü şaşırtmacalarının, özgürlük adına bütün gözboyamalarının, vülger iktisatçıların çeşitli maruz gösterme gevezeliklerinin temelidir (Marx, 2007: 513)

Kısacası, Marx'ta sabit olan değer değil, üretim araçlarının mülkiyetini elinde bulunduranların, emeklerini satanların ürettikleri değerlerin bir kısmına el koymalarıdır. Burada Analitik Marksistler de, Marksist olmayan iktisatçılar gibi, üretim sürecini parçalarına ayırıp, örneğin makine ile yapılan üretimde işçinin harcadığı zaman daha az olacağı için, emek zamanının hesaplanmasının sömürü ile

ilişkisi olmadığını iddia etmektedirler. Oysa bu düşünüş biçimiyle, o makinenin de bir emek ürünü olduğunu gözden kaçırıyorlar. Meta, hem ölü emek hem de canlı emek barındırır. Marksizmi, Marksizm kılan tüm ilişkileri bütüncül bir süreç içerisinde ele alabilmesidir. Kapitalizmi kapitalizm kılan ise, artı-değere el konulması, yani sömürüdür. Kar elde etmek, sermaye biriktirmek için emek sömürüsü şarttır (Marx, 2007: 512).

Dolayısıyla, Elster'in dediği gibi, ihtiyacından fazlasını almayan bir kapitalist, kapitalist olamaz. Roemer'in iddiası ise, kapitalizmde üretim araçları eşit bir şekilde dağıtılmadığı için, yani işçiler, eşit koşullarda hayata başlamadıkları için kapitalizmin adil olmadığıdır. Oysa her sınıflı sistemde, kapitalizm de dâhil, üretim araçları zaten eşitsiz dağılır. Sadece bu eşitsiz mülkiyet sömürüyü yaratamaz. Ortada üretilen bir şey olmalı, örneğin kapitalizmde bu eşitsiz dağılımdan karlı çıkanlar işçi kullanarak onun artı-emek zamanına el koymalıdır. Kısacası sadece üretim araçlarının mülkiyeti değil bu üretim araçlarının mülkiyetine sahip olmayanların da birer işçi olarak üretim araçlarının mülkiyetine sahip olanların yanında çalışmaları ve değer/meta üretmeleri gerekir. Elster, zaten zaman içerisinde sosyalizm seçeneğinden vazgeçmiş ve devlet kapitalizmini benimsemiştir (1986: 96-101).

Sömürü, artı-değere el konulması olarak tanımlanmadığında; daha ziyade, işçilerin kötü koşullarda çalışması, adil olmayan sözleşmelere imza atmak zorunda bırakılmaları, demokratik olmayan karar mercileri altında ezilmeleri, ürünlerine yabancılaşmaları, ağır çalışma saatleri gibi kapitalizmin ahlaken yanlış uygulamaları olarak anlaşıldığında, sömürünün olmadığı iyi kapitalizm de mümkün hale geliyor. "Emek-değer kuramı yoktur; artı-değer yoksa sömürü yoktur; sömürü yoksa kapitalizmin çöküşü yoktur" (Gordon, 1990: 13). Ayrıca, sosyalizmin kapitalizm karşısında bir alternatif olarak durması, oyun kuramının bireylere sunduğu en rasyonel seçenek olmasının ötesinde, bireylerin seçimlerinden ve eylemlerinden daha geniş yapısal bir dönüşümün sonucu olacaktır.

SONUÇ

Sömürü kavramı, denildiği gibi, günümüzde bütün adalet kuramlarının mücadelesinin ana odaklarından birisidir. Marksizmin bir adalet kuramı olarak görülüp, görülemeyeceği tartışmasına bu makalenin sınırları içerisinde yer verilmemiştir. Ama Marksizmin sömürü olgusuna karşı çıkışı ister adaletle ilişkin bir talep olarak görülsün, ister iktisadi bir çözümün başlangıcı addedilsin, sömürüye bir şekilde karşı çıkmak gerekmektedir. Ancak bunun için sömürü olgusunun içerisinde doğup, büyüdüğü koşulları doğru tespit etmek gerekir. Marx'ın ortaya koyduğu üzere, kapitalist sermaye birikimi hâlihazırda sömürgecilik faaliyetleri üzerine kuruludur. Sömürülen bölgelerdeki tüm kaynaklar Avrupa'ya taşınmıştır ve bu sayede kapitalizm Avrupa'da güçlenmiştir. Marx'ın buraya kadarki tespitine karşı çıkmak mümkün değildir. Ancak sonrasında,

kapitalist üretim sürecinde, artı-değere el konulmasının sömürü olarak adlandırılması görüldüğü gibi tartışmalara neden olmuştur. Ancak bu çalışmada, artı-değer sömürüsünün de kapitalizme için olduğu ortaya konmuştur.

Analitik Marksistler, Marksizmin çekirdeğini oluşturan artı-değer sömürüsü kavramını, liberal bir bağlamda ele alarak yeniden değerlendirmişlerdir. Öncelikle, Analitik Marksistlerin sömürü kavramına yaklaşımlarını, çağdaş liberal düşünürlerinkinden ayırmak zordur: Kapitalizm, işçiye insanca koşullarda yaşama imkanı sunmaz, üretimin karar mekanizmalarında işçilerin söz hakları yoktur, çalışma yaşamında tahakküm altındadır, toplumsal yaşamda mağduriyetleri vardır... İşçi sınıfının yüz yüze olduğu tüm bu adaletsizlikler elbette ki onların sömürüldüklerini, daha adil koşullarda yaşamaları gerektiğini ortaya koyabilir. Ancak Marx'ın kuramının işaret ettiği bundan çok daha fazlasıdır. Marx sömürünün kapitalist üretim biçiminde artı-değer sömürü olduğunu belirtir ve kapitalist sermaye birikimi bu artı-değer sömürüsüne yaslanmaktadır. İşçi emeğiyle değer yaratır ama ürettiği değer kendisine geri dönmez, sermayedarın sermaye birikimine katkı sağlar. İşçilerin yaşamda karşılaştıkları adaletsizlikler, sistemin çarpık işleyişinin tali sonuçları olabilirken, artı-değer sömürüsü kapitalizmin işleyiş mekanizmasının kalbinde yer almaktadır. Bu nedenle, Marx'ın sömürü kavramını dışarıda bırakarak, "sağduyuya uygun" bir Marksist kuram oluşturma denemesi en başından Marx'ın kuramının uzağına düşer.

Ayrıca, Analitik Marksistler Marx'ın sömürü kavramının mantık hataları içerdiğini savunmaktadırlar ancak bu iddialarını temellendirirken, yine liberal "terminolojiye" başvurmaktadırlar. İşçinin yarattığı değer ile piyasada belirlenen değeri karıştırmakta ve birbirinin yerine kullanabilmektedirler. Etrafımızda gördüğümüz insan yapımı her şey bir değerdir. İçinde bulunulan koşullara göre, işçinin yarattığı değer karşılığında aldığı değer farklılık gösterir. Ama değeri yaratan, üreten işçidir. Bu gerçek değişmez. Yapılan sözleşmeler, işin piyasa değerini belirleyebilir, ama işin değersiz olduğunu göstermez.

Analitik Marksistlerin, devrim için mücadele etmenin rasyonel nedenlerini ortaya koyma çabaları ve Marksizmi bu doğrultuda bir sosyal kuram olarak yeniden yorumlamaları Marksizme önemli bir katkıdır. Analitik Marksistlerin de vurguladığı üzere, yabancılaşmanın, her tür eşitsizliğin ve sömürünün ortadan kalkması için, üretim araçlarının özel mülkiyetinin ortadan kalkması gerekmektedir. Ancak sömürü kavramının üretimden dışlanması ve toplumsal bir eşitsizlik sorununa indirgenmesi, Marksizmin özüne zarar vermektedir. Sömürü, bölüşümden daha temel bir yerde, üretimde başlar ve elbette toplumsal ilişkilerin geri kalanında yeniden üretilir.

KAYNAKÇA

Cohen, G. A. (1989). *History, labour and freedom: Themes from Marx*. Oxford: Oxford University Press.

Cohen, G. A. (1990). Marxism and contemporary political philosophy, or why Nozick exercises some Marxists more than he does any egalitarian liberal. *Canadian Journal of Philosophy*, 16: 363-387.

Cohen, G. A. (1992). Capitalism, Freedom, and the Proletariat. Will Kymlicka (der.) *Justice in Political Philosophy*, vol. I. İngiltere: Edward Elgar Publishing Limited.

Cohen, G. A. (2000). *Karl Marx's theory of history: A defense*. Genişletilmiş baskı. Princeton: Princeton University Press.

Dworkin, R. (1978). Liberalism. S. Hamshire (der.), *Public and private morality*. Cambridge: Cambridge University Press.

Elster, J. (1985). *Sour Grapes*. Cambridge: Cambridge University Press.

Elster, J. (1986). *An Introduction to Karl Marx*. Cambridge: Cambridge University Press.

Gordon, D. (1990). *Resurrecting Marx: The analytical Marxists on freedom, exploitation, and justice*. New Brunswick & London: Transaction Books.

Karahanogulları, Y. (2011). Emek değer kuramı ve kapitalizmin krizi. *Devrimci Marksizm*. 15: 9-31.

Kymlicka, W. (2006). *Çağdaş siyaset felsefesine giriş*. 2. Baskı. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Marx, K. (2000). *1844 El Yazmaları*. Murat Belge (çev.) İstanbul: Birikim Yayınları.

Marx, K. (2007). *Kapital: Kapitalist üretimin eleştirel bir tahlili*. Alaattin Bilgi. (Çev.) Ankara: Sol Yayınları.

Pettit, P. (1998). *Cumhuriyetçilik: Bir Özgürlük ve Yönetim Teorisi*. Abdullah Yılmaz (çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Rawls, J. (1971). *A theory of justice*. Londra: Oxford University Press.

Reiman, J. (1987). Exploitation, Force, and the Moral Assessments of Capitalism: Thoughts on Roemer and Cohen. Will Kymlicka (der.) (1992) *Justice in Political Philosophy*, vol. II. İngiltere: Edward Elgar Publishing Limited.

Roemer, J. E. (1982). Property relations vs. surplus value in Marxian exploitation. Will Kymlicka (der.) (1992) *Justice in Political Philosophy*, vol. II. İngiltere: Edward Elgar Publishing Limited.

Vrousalis N. (2016), "Analytical Marxism." Thompson W. (Ed.) *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. Oxford: Oxford University Press. 1-26.

Yayın Geliş Tarihi: 14.11.2016
Yayına Kabul Tarihi: 19.04.2018
Online Yayın Tarihi: 05.06.2018
http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.279686

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 20, Sayı: 1, Yıl: 2018, Sayfa: 85-107
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

DUYGUSAL ZEKÂNIN İLETİŞİM BECERİLERİNE ETKİSİ: TURİZM ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Elbeyi PELİT*
Musa KARAÇOR**
İbrahim KILIÇ***

Öz

Bu araştırmada, lisans düzeyinde turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerinin iletişim becerileri üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın evreni Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinden oluşmaktadır. Araştırma kapsamındaki öğrencilerin duygusal zekâ düzeyleri ile iletişim becerilerinin belirlenmesinde anket tekniğinden faydalanılmış olup, söz konusu fakültede kayıtlı olan öğrenciler içerisinde örneklem yöntemiyle seçilen 524 kişiye anket uygulanmış ve elde edilen bulgular araştırmanın amacı doğrultusunda yorumlanmıştır. Bu kapsamda ankete katılan öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerinin ve iletişim becerilerinin genelde yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca araştırma kapsamındaki turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeyleri ile iletişim becerileri arasında anlamlı düzeyde pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Diğer bir anlatımla araştırma kapsamındaki öğrencilerin, duygusal zekâ düzeyleri yükseldikçe iletişim becerileri de yükseldiği araştırmanın göze çarpan bulguları arasındadır. Ayrıca, araştırmada gerçekleştirilen regresyon analizi sonuçlarına göre, duygusal zekânın öğrencilerin iletişim becerilerini etkilediği ortaya konulmuştur. Duygusal zekâ alt boyutları ile iletişim becerileri arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre; duyguların değerlendirilmesi ve iyimserlik ruh halinin düzenlenmesi ile iletişim becerileri arasında kuvvetli bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yine kadın öğrencilerin erkek öğrencilere göre duygusal zekâ düzeylerinin daha yüksek olduğu araştırmadan çıkan sonuçlar arasındadır.

Anahtar Kelimeler: *Duygusal Zekâ, İletişim Becerileri, Turizm, Turizm Öğrencileri.*

* Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, elbeyipelit@aku.edu.tr

** Bilim Uzmanı, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, mkaracor1@gmail.com

*** Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Veteriner Fakültesi, Biyoistatistik Anabilim Dalı, kilicibrahim@hotmail.com

THE EFFECT OF EMOTIONAL INTELLIGENCE ON COMMUNICATION SKILLS: A STUDY ON TOURISM STUDENTS

Abstract

In this study, it is aimed to determine the effect of undergraduate tourism students' levels of emotional intelligence on communication skills. The study population consisted students of Afyon Kocatepe University Faculty of Tourism. Within the scope of the research, questionnaire technique was used to determine students' communication skills and emotional intelligence. The questionnaire applied to 524 people selected by sampling method and the obtained data was reviewed within the purpose of the research. In this context, the surveyed students' emotional intelligence and communication skills were determined to be usually high. It was identified that there was also a significantly positive correlation between emotional intelligence and communication skills of tourism students. In other words among the findings it was found that when emotional intelligence of surveyed students rise, their communication skills also become higher. Furthermore, according to the results of the regression analysis conducted in the research, it was revealed that emotional intelligence affected the communication skills of the students. According to the results of multiple linear regression analysis to determine the relationship between emotional intelligence sub-dimensions and communication skills; it was found that there was a strong relationship between evaluation of emotions and optimism mood regulation and communication skills. Also it was identified that female students' emotional intelligence levels are higher than male students

Keywords: *Emotional Intelligence, Communication Skills, Tourism, Tourism Students.*

GİRİŞ

Günümüzde gerek mesleki gerekse sosyal yaşamda başarılı olabilmek için bireylerin yalnızca düşünsel zekâ düzeylerinin yüksek olması yeterli olmamaktadır. Bu bağlamda özellikle 1990'lı yıllardan itibaren araştırmacıların üzerinde durdukları duygusal zekâ kavramının önemi göze çarpmaktadır. Genel anlamda duygusal zekâ (EQ) bireylerin zihinsel düşünce faaliyetlerinin dışına çıkarak duygularını etkin olarak kullanabildikleri süreç olarak ifade edilebilir (Somuncuoğlu, 2005). Daniel Goleman (1998), duygusal zekâyı "kişinin kendi duygularını anlaması, başkalarının duygularına empati beslemesi ve yaşamı zenginleştirecek biçimde düzenlemesi" biçiminde tanımlamıştır. Dolayısıyla bireyler eğitim, iş, özel hayatlarında diğer bireylerle kurdukları ilişkilerde duygusal zekâyâ sahip oldukları ölçüde başarı sağlayacakları vurgulanmaktadır. Duyguların farkına varılması ve duyguların doğru biçimde yönetilmesi yaşma olumlu katkı sağlayacaktır. Bireylerin yaşantılarında geliştirecekleri empati, duygusal farkındalık, duyguları anlama ve duyguları yönetme becerileri sosyal ilişkilerin derinlik kazanmasına yardımcı olacaktır (Goleman, 1998: 40-57).

Bireylerin toplumsal hayatta var olabilmeleri, diğer bireylerle daha sağlıklı ilişkiler kurabilmeleri, iş yaşamında başarı elde etmeleri ve kişilerarası iletişim

çatışmaları en aza indirgemedi sadece düşüncesele zekâları yeterli olmamaktadır. Duygulardan yoksun olarak yaşam kalitesinin yükseltilmesi sosyal bir varlık olan insanın yapısına ters düşmektedir. Dolayısıyla duyguları iyi analiz edip duygulara yön verebilme becerilerinin geliştirilmesi sosyal hayatta ve iş yaşamında başarıyı beraberinde getirecektir. Bu husus özellikle kişinin gerek özel, gerekse sosyal ve mesleki yaşamındaki iletişim becerilerinin artırılmasına da olumlu yansıtacak gelişmelerden olacaktır. Duygular olmadan sürdürülebilecek bir yaşam söz konusu değildir. İnsan yapısı gereği duygusal bir varlıktır. Bu bağlamda sahip olunan duygular diğer bireylerle yaşanan iletişim sürecine olumlu veya olumsuz yansıtacaktır. Duyguları iyi tanımak ve duyguları kontrol altında tutmak bireyin daha başarılı bir iletişim süreci yaşamına olumlu etki yapacaktır.

Bu kapsamda bu çalışmanın amacı, lisans düzeyinde eğitim gören turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerinin iletişim becerilerine etkisinin belirlenmesidir. Turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerinin iletişim becerileri etkisinin araştırılması ile ilgili çalışmaların oldukça sınırlı olması, bu çalışmanın sonuçlarını; turizm sektöründe çalışacak öğrencilere faydalı olması açısından önemli hale getirmektedir. Bu kapsamda, çalışmada öncelikle duygusal zekâ ve iletişim becerileri üzerinde durulmuş, duygusal zekâ ile iletişim becerilerinin önemine dair bilgiler verilmiştir. Daha sonra turizm öğrencileri üzerinde uygulanan anket sonuçları değerlendirilmiş ve duygusal zekâ ile iletişim becerileri arasında ilişki/etki incelenerek, konuyla ilgili taraflara öneriler getirilmiştir.

DUYGUSAL ZEKÂ VE İLETİŞİM BECERİLERİ

Duygular ve duyguların birey yaşamındaki anlamı Antik Yunan filozoflarından günümüze değin tartışılmaya devam eden bir olgudur. Platon (1986) bütün öğrenme yetilerinin duygularla ilgili olduğunu savunmuştur. Öte yandan eski Yunan filozoflarından Aristoteles her bireyin kızabileceğini ve bunun kolay bir olay olduğunu ancak doğru insana doğru ölçüde ve doğru biçimde kızmanın zor olduğunu ifade etmiştir. Aristoteles duyguları kontrol etmenin önemine vurgu yaptığı bu ifadesinde duyguların önemine dikkat çekmiştir (Çakar ve Arbak, 2004; Aristoteles, 2014). Duygusal zekânın kaynağı 1920'li yıllarda Thorndike'ye kadar uzanmaktadır. Duygusal zekâyı ilk kavramsallaştıran Gardner (1983) olmuştur. Gardner (1983), duygusal zekâyı bireyin kendi hislerinin ve yeteneklerinin farkında olması ve uyum becerisi içerisinde hayatına yön verebilmek için kaynak olarak kullanılabilmesi olarak ifade etmiştir (Soylu, 2015; Akkoç, 2007; Maboçoğlu, 2006; Yüksel ve Gürbüz, 2008).

Thorndike (1920), duygusal zekâ kavramının teorik temellerini oluşturmuş olduğu sosyal zekâ modeli ile ortaya koymuştur. Thorndike (1920) geliştirdiği model ile bireylerin başkalarının duygularını anlama ve algılama yeteneklerini genel zekâda ayrı olarak ele almıştır. Sosyal zekâ kavramı adı altında duygusal zekânın tanımına yakın bir yapı oluşturulmuştur (Newsome, Day ve Catano, 2000; Maboçoğlu, 2006). Duygusal zekâ kavramının popülerliğe ulaşmasında Daniel

Goleman (1998), “Duygusal Zekâ” isimli kitabı ile büyük katkı sağlamıştır. Goleman duygusal zekâ kavramının gelecekte eğitim ile bütünleşeceğini ifade etmiş ve duygusal bilincin oluşturulması ile başarının elde edileceğini belirtmiştir. Goleman (1998), duygusal zekâ kavramını, bireyin kendisi ile çevresindeki diğer bireylerle olan ilişki olarak ifade etmiştir. Diğer bir tanıma göre duygusal zeka; duyguları doğru anlayıp doğru anlatabilme, duyguları bilişsel süreçlerle doğru biçimde entegre edebilme ve duyguların davranışlar üzerindeki etkisini anlama gibi duygusal yeteneklerin yönetilmesi olarak belirtilebilir (Tetik, Ökmen ve Bal, 2014: 18). Dulewicz ve Higgs (1999) ise duygusal zekâyı kendi duygularının farkında olmak ifadesinin ötesine taşıyarak değişen olayların karşısında mücadele gösterme, kısa ve uzun vadede belirlenmiş hedeflere bağlanma, diğer bireylerin beklenti ve ihtiyaçlarının farkında olma ve insan olmanın gerektirdiği doğrultuda duygulara yön verebilme yeteneklerine sahip olmak biçiminde ifade etmişlerdir. (Akkoç, 2007: 4). Genel olarak bakıldığında duygusal zekâ, duyguları tanımlamayı, duygu ve duygularla ilişkili bilgiler arasında neden-sonuç ilişkisi kurmayı ve duygusal bilgiyi genel problem çözme yeteneğinin bir parçası olarak yapılandırmayı içerir (Salovey ve Mayer, 1990; Maboçoğlu, 2006).

Duygularının farkında olan, duygularını iyi tanıyan ve duygularını yönlendirebilen bunun yanı sıra başkalarının duygularını iyi anlayıp onlarla etkili biçimde başa çıkabilen bireyler hem mesleki yaşamlarında hem de sosyal yaşamlarında başarı elde etme açısından avantajlı konumdadırlar. Duygularını kontrol etme alışkanlığını iyi geliştirmiş bireyler kendi yeterliliklerini arttırabilirler. Öte yandan kontrol altına alınmayan bir duygusal hayat yaşamın her anında bireyin sahip olduğu yeteneklerini açığa çıkarmasına engel olacaktır. Çünkü bireyler duygusal yönden sürekli bir savaş içinde olacaklardır ve bu durum belirlenen amaçlara odaklanma sürecini geciktirecektir (Goleman, 1998: 53).

Gardner (1983), kişilerarası ilişkilerde duygusal zekânın önemine dikkat çekmiş ve duygusal zekânın diğer insanları anlayabilmek olduğunu ifade etmiştir. Duygusal zekâ, kendi duygularını iyi tanıma, anlama ve kontrol etmeyi sağlarken aynı zamanda diğer bireylerle kurulacak ilişkilerde önem taşımaktadır (Acar, 2001). Sosyal bir varlık olan insan için iletişim vazgeçilemez bir olgudur. İletişim öncelikle bireyin var oluşunu gerektirmektedir. Var olan insan, kendi varlığının bilincine vardığı andan itibaren kendisiyle ve dış çevreyle olan ilişkisi için iletişim sürecini kullanacaktır. Bu bağlamda bireyin kendisi ile olan iletişim süreci duygularını yönetebilme olarak ifade edilebilir. Dolayısıyla birey duygularını anlamaya çalıştığı süre içerisinde iletişimi başlatmış olur (Erdoğan, 2002: 153).

Toplumsal yaşamda yer edinebilmenin ve örgütsel yaşamda başarı sağlamanın yolu etkili iletişim becerilerine sahip olunmasını gerektirmektedir (Pelit ve Karaçor, 2015: 835-860). Bu bağlamda etkili iletişim kurabilmenin ilk adımını kişisel gelişimin tamamlanmış olması ve bireyin kendini tanıması oluşturmaktadır. Duygularını tanıyıp ifade edebilen ve duygularını yönetebilen bireyler diğer bireylerle sağlıklı iletişim kurulmasında zorluk yaşamayacaklardır. Nitekim sosyal

ve mesleki yaşamda etkili ve doğru ilişkiler kurmak için iletişim vazgeçilmez bir zorunluluktur. Bunun için kendini tanıma, anlama ve değerlendirme olgunluğuna sahip bireyin duygusal zekâsının yüksek olması, geçmiş, şimdi ve gelecek ile ilgili düşünsel ve duygusal durum ve süreçleri objektif, tutarlı ve etkin bir şekilde değerlendirebilmektedir (Demir, 2009: 67-77).

Duygularını yönetebilmek bireyin sosyal ve mesleki yaşantısında kuracağı ilişkilerin daha sağlıklı olmasına yardımcı olacaktır. Sahip olunan duyguların yönetilmesi bireye karşılaştığı zor durumlarda düşünsel zekâsını kullanma yetisini elde tutmasında ve duyguların yoğun olarak yaşandığı iş yaşamında durumu kontrol edebilme becerisi kazandıracaktır. Duygusal birikimin iyi yönetilmesi sonucunda bireyin iletişim süreci çatışma anlayışı yerine uzlaşmacı anlayışın benimsemesini ve iletişim sürecinin bu biçimde yönlendirilmesini etkileyecektir. Bu yönüyle söz konusu bu eylemin kişilerin iletişim becerilerinde de önemli ölçüde etkin rol oynadığını/oynayacağını belirtmek mümkündür.

DUYGUSAL ZEKÂ VE İLETİŞİM BECERİLERİ İLİŞKİSİ - TURİZM SEKTÖRÜ VE ÖĞRENCİLERİ AÇISINDAN ÖNEMİ

Bireyin toplumsal yaşamlarında gerçekleştirdikleri etkileşim süreçlerinde kişilik özellikleri bu sürece önemli etki etmektedir. Bu nedenle işletmeler açısından işgörenlerin kişilik özelliklerinin araştırılması kaçınılmaz bir hale gelmektedir. (Pelit vd., 2012). Hizmet sektörü olan turizm işletmelerinde örgüt içi iletişimin başarılı olması, işletmenin verimliliğini doğrudan etkileyecektir. Bu nedenle insan ilişkilerinin taşıdığı önem işletmeler açısından geleceğe yönelik istenilen hedefe ulaşılmasında pay sahibidir (Mullins, 2006). Dolayısıyla bireylerin sahip oldukları düşünsel zekânın yanında duyguların yönetimi, işletme içi iletişimin sağlanmasında önem taşımaktadır. Duyguların yönetilmesinin taşıdığı önem günümüzde başarının anahtarı olarak ifade edilmektedir. Bireylerin sahip oldukları duygusal zekâ özellikleri işletme açısından işe alım, performans değerlendirme ve insan kaynakları yönetimi aşamalarında belirleyici bir ölçüt olarak kullanılmaktadır (Çetinkaya ve Alparlan, 2011). Yüksek duygusal zekâ bireysel yaşamda ve örgütsel yaşamda başarı için oldukça büyük role sahiptir (Ashkanasy ve Daus, 2002). İşgörenlerin duyguları örgüt içindeki iletişime bakış açılarını pek çok yönden etkilemektedir. Bireylerin otoriteye bakış açıları, kariyer planlamaları ve örgüte olan bağlılık düzeyleri gibi birçok olaya duygulardan etkilenmektedir (Pelit ve Öztürk, 2010: 207-234). Kahn (1998), işgörenlerin mesleki ilişkileri bağlamında örgüt çatısı altında duygusal bağlılıklar ve duygusal değişimlerin her zaman olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla işgörenlerin sahip oldukları duygularının yönetim süreci örgütsel yapıyı olumlu veya olumsuz etkilemektedir (Fineman, 1993: 15). İşgörenlerin içinde buldukları duygusal durum iş arkadaşlarına, örgütsel verimliliğe ve etkinliğe yansımaktadır. Duyguların iyi öğrenilip, uygun biçimde kontrol edilmesi örgütsel başarıya katkı sağlayacaktır. Duygularını iyi tanıyan, duygularını kontrol edip, diğer bireylerinin duygularını doğru anlayabilen ve onları

doğru yönlendirebilen bireyler mesleki yaşamlarında daha üretken hale geleceklerdir. Bir diğer ifade ile duygusal zekâ düzeyi yüksek olan bireyler başarıya daha yakın bireyler olarak ifade edilebilir (Kervancı, 2008; Şahin ve Güler, 2009). Bireyin sahip olduğu duygular, davranışlarını etkilemektedir. Bu bağlamda işgören davranışlarını anlamak örgüt açısından önem taşır. Duygusal yaşam çevreyle güçlü bir etkileşim içindedir. Çalışma hayatı duygulardan bağımsız olarak düşünülemez. Hizmet odaklı insan ilişkilerinin ön planda olduğu turizm işletmelerinde duyguların yoğun olduğu daha fazla hissedilmektedir. Beşeri ilişkilerin fazla olduğu turizm sektöründe duyguların yönetilmesi hizmet kalitesini arttıracak ve iş doyumuna olumlu katkı yapacaktır (Özkalp ve Cengiz, 2003; Rafaeli ve Worline, 2001; Seçer, 2007; Akçay ve Çoruk, 2012).

Hizmet odaklı üretim gösteren turizm işletmelerinde sunulan ürünlerin istenilen kalitede müşterilere yansıtılmasında insan faktörü büyük önem taşımaktadır. Turizm işletmelerinde gerek mal ve hizmetlerin üretimi gerekse müşteriye sunumu aşamasında personelle müşteriler arasında yaşanan iletişim boyutu, o ürün veya hizmetin müşteri bakış açısından kalite değerlendirmesine etki etmektedir (Özkul, 2007; Emir vd., 2010). Sunulan mal veya hizmetlerin müşteri açısından kalite değerlendirmesinde hizmeti sunan işgörenin iletişim beceri düzeyi müşterinin sunulan hizmetten memnun olmasına önemli derecede etki edecektir. İletişimin oldukça yoğun kullanıldığı turizm sektöründe özellikle sözlü iletişim kullanım alanları açısından önemini hissettirmektedir. Müşteri ile yaşanan iletişim süreci müşteri algısının işletme bazında olumlu ya da olumsuz olmasına yön verecektir. Örgüt içinde oluşabilecek olumsuz durumlarda sektörün müşteri memnuniyeti odaklı olmasından dolayı sadece yüksek iletişim becerisine sahip olmak yeterli değildir. İşletme bazında yaşanan olumsuzlukların müşteriye yansıtılması iletişim sürecinin sektöre uğramasına neden olacaktır (Pelit ve Karaçor, 2015; Olcay, Giritlioğlu ve Çıkmaz, 2014). Nitekim turizm sektörü çalışanlarının sadece iletişim beceri düzeylerini geliştirmeleri örgüt hedeflerine ulaşılması noktasında beklenen etkiyi oluşturmayacaktır. İletişim beceri düzeyleri yanında bireylerin duygularına hâkim biçimde mesleki yaşamlarını sürdürmeleri işletmeye büyük katkı sağlayacaktır. Bu nedenle turizm sektörü çalışanlarının sahip olacakları iletişim beceri ve duygusal zekâ düzeyleri, hizmet kalitesine, müşteri memnuniyetine ve dolayısıyla turizm işletmelerinin karlılık oranlarına olumlu etki edecektir (Sigala, 2003; Heung ve Lam, 2003; Özkul, 2007; Olalı ve Korzay, 2004; Çıkmaz, 2013; Olcay, Giritlioğlu ve Çıkmaz, 2014).

Duygusal zekâ, mesleki yaşamda çalışanın ortama uyum sağlaması ve diğer bireylerle iyi ilişkiler kurmasına yardımcı olan bir kavramdır. Duygusal zekâ düzeyi yüksek olan işgörenlerin örgüt içi iletişim sürecinde daha etkin beceriye sahip olacakları söylenebilir. Duygularını iyi yöneten ve diğer bireylerin duygularını iyi ve doğru okuyabilen bireylerin örgüt verimliliğine katkı sağlayacağı ifade edilebilir. Öte yandan duyguların doğru biçimde yönetilmesi işgörenin iş doyumuna ulaşmasına katkı sağlayacağı gibi duygusal zekâ düzeyi yüksek

işgörenlerin örgüte olan bağlılıkları da artacak ve bu da işgören performansına olumlu etki yapacaktır (Ünsar ve Dinçer, 2013: 55-65).

Konuyla ilgili olarak Doğan ve Demiral (2007), kurum başarısında duygusal zekânın yeri ve önemini incelemişlerdir. Bu çerçevede yazarlar, bireylerde olduğu gibi kurumların da sahip olacakları yüksek duygusal zekânın onların performansının arttırılmasına yardımcı olacağını ifade etmişlerdir. Yine ilgili çalışmada, duygusal zekâ düzeyi yüksek liderlerin işletme için önemine vurgu yapılmış ve geliştirilecek duygusal zekânın işgören devir hızı, çalışanları örgüte bağlama, ekip çalışmasına istekli olma gibi konularda daha etkin çözümlerin elde edilebileceği vurgulanmış ve yüksek duygusal zekâyâ sahip çalışanların var olduğu kurumlarda, ilişkilerin ve iletişimin daha etkin hale getirilebileceği, takım ruhunun oluşturularak performansın arttırılabileceği, daha mutlu ve huzurlu bir çalışma ortamının yaratılabileceği ve bunların sonucunda da daha fazla kazanç elde edilebileceği üzerinde durulmuştur (Doğan ve Demiral, 2007: 209-230).

Goleman (1998), artık şirketler için duygusal zekânın önemli olmasının ve çalışanlarında bu niteliği geliştirmeye önem vermelerinin sebebi olarak rekabetçi sanayilerde yeni ürünlerle büyümenin kısıtlılığını gösterir. Şirketler sadece ürünlerini yarıştırmazlar, insanlarını iyi kullanma konusunda da rekabet halindedirler. Zorlu iş çevresinde bir şirketi ileri taşıyacak olan, duygusal zekâ becerileridir (Butter Bowdon, 2015: 130-135). Goleman (1998), sahip olduğumuz teknik becerileri duygusal zekâ sayesinde tam manasıyla kullanabileceğimize dikkat çekmektedir. Duygusal zeka, duygularını uygun zamanda uygun biçimde dile getirmeyi bilmek, başkalarıyla empati kurabilmek ve beraber çalışabilmektir.

Duygusal zekâ ve iletişim becerileri örgüt içi ve örgüt dışı başarının elde edilmesinde birbirinden ayrılmaz iki kavram olarak ifade edilebilir. Duygu yönetiminin doğru ve başarılı bir biçimde gerçekleştirildiği örgütlerde iletişim süreci de herhangi bir çatışma yaşanmadan devam edecektir (Weisinger, 1998: 228). Ayrıca yüksek duygusal zekâyâ sahip bireylerden oluşan örgütlerde açık bir iletişim ortamı sağlanacak ve başarı elde edilecektir (Doğan ve Demiral, 2007: 222). Hangi alanda faaliyet gösterdiğine bakılmaksızın bir örgütün iletişim olmadan varlığını devam ettirmesi mümkün değildir. İletişim bir örgütün varlığının ve uzun vadede sürdürülebilirliğinin temelini oluşturan bir süreçtir (Uçkun, Latif ve Pelit, 2003). Nitekim emek yoğun sektör durumundaki turizm işletmelerinde hem örgüt içi çalışanlar ve yöneticiler arasında hem de örgüt dışında müşteriler arasında yoğun bir iletişim süreci yaşanmaktadır. Bundan dolayı iletişim süreci turizm işletmeleri açısından daha da önemli hale gelmektedir.

Turizm sektöründe çalışanlar ve müşteriler arasında mal-hizmet alışverişi yaşanmakla birlikte faaliyetlerinin büyük bölümünün hizmetin oluşturduğu turizm işletmelerinde stoklama söz konusu olmadığı gibi, üretim ve tüketim aynı anda gerçekleşmektedir. Üretim ve tüketim aynı anda gerçekleştiği için verilen hizmet kalitesinin müşteri bazında algılanmasında bazı değişkenler belirleyici etkiye sahiptir. Dolayısıyla hizmet alışverişinde meydana gelen eşzamanlılık bireylerarası

iletişimi ön plana çıkarmaktadır. Öte yandan küresel rekabet koşullarında işletmelerin ayakta kalabilmeleri ve geleceklerini devam ettirmeleri öncelikle gösterecekleri performansla yakından ilgilidir. Turizm işletmelerinin düşük performansa sahip olmalarının en önemli nedenlerinden biri örgüt içi-örgüt dışı iletişimin yetersiz olmasıdır. Bu nedenle turizm sektöründe çalışanlar, yöneticiler ve müşteriler arasında yaşanacak iletişim sorunlarının hem iş performansına hem örgüt performansına etki edeceği açıktır (Uysal, 2003; Ross, 1995; Matyushchenko, 2006; Tuna, 2004; Erkuş ve Günlü, 2009).

Turizm sektöründe yaşanan iletişim aksamaları sonucunda bu durum örgüt içine hizmet kalitesinin düşmesi, işgörenlerin örgütsel bağlılık düzeylerinin düşmesi, işgören devir hızının yüksek olması, işgören doyumunun sağlanamaması, işgören motivasyon eksikliği yaşanması ve işgören performansının yetersiz kalması biçiminde yansiyacaktır. Bu doğrultuda müşteri-işgören ilişkisinin yoğun olarak yaşandığı turizm sektöründe işgörenlerde var olan en ufak olumsuz düşünce veya tutumun müşteri memnuniyetini doğrudan etkileyeceği yönünde çalışma sonuçları mevcuttur (Ünsar ve Dinçer, 2014; Doğan ve Demiral, 2007; Erkuş ve Günlü, 2009; Gürbüz ve Yüksel, 2008). Çalışanların örgüte yönelik geliştirecekleri olumsuz tutumların ortadan kaldırılması işletmelerin devamlılığı açısından da son derece önemli olduğunu belirtmek mümkündür. Bunun için örgüt başarısı için çalışanlar arasında etkili bir iletişim süreci kurulmalıdır. İletişim süreci içinde yaşanabilecek olumsuz duygu aktarımlarının önüne geçmek bireylerin duygularını iyi tanımaları ve doğru yönetebilmeleri ile mümkün olacaktır. Nitekim örgüt içinde etkili iletişim kurulabilmesi için işgören duygularının iyi bilinmesi ve yönlendirilmesi gerekmektedir (Birdir, 2000; Yalçın ve İplik, 2005; Öney, 1998). Emek yoğun yapıya sahip turizm sektöründe müşteri ilişkileri yoğun olarak yaşanmaktadır. Örgütsel başarı elde edilebilmesi için öncelikle örgüt içinde kurulan iletişim süreci örgüt dışına da yansıtılmalıdır. İletişim becerilerini etkin kullanabilmek için öncelikle duygusal olgunluk yaratılmalı ve ardından duyguları yönetme kabiliyeti oluşturulmalıdır (Gürbüz ve Yüksel, 2008: 174-190).

Turizm işletmelerinin en önemli varlıklarından biri müşterilerdir. Sürekli değişimin ve rekabetin yoğun olarak yaşandığı dinamik bir pazarda müşterilerin devamlılığını sağlamak zordur. Dolayısıyla turizm sektörü çalışanları bağlı buldukları örgütün devamlılığını sağlayabilmek için müşteri ilişki sürecini iyi yönetmek zorundadırlar. Müşteri ile yaşanan iletişim sürecinin işletme lehine sonuçlanabilmesi için işgörenin iletişim beceri düzeyinin yüksek olması gerekmektedir. İletişim süreci işgörenlerin duygu yönetiminin iyi öğrenilmesi ve duyguların yönetilmesi ile birleştirildiği zaman müşteri tatmini de sağlanabilecektir (Timur ve Barış, 2013: 77).

Turizm eğitimi alan öğrencilerin geleceğin işgören/yönetici adayları olduğu düşünüldüğünde istenilen iletişim becerilerine sahip olmaları mesleki yaşamlarında başarılı olmalarını sağlayacaktır. Bu doğrultuda eğitim süresi boyunca iletişim olgusunun öğrenilmesi ve geliştirilmesi örgütsel yaşamda uyum

sürecini hızlandıracaktır. Öte yandan insanın duygulardan bağımsız düşünülmesi olanaksızdır. Duyguların gelişimi iletişim sürecine yön vermektedir. Dolayısıyla duyguları iyi tanımak, iyi yönetebilmek ve başkalarının duygularını iyi çözümlayebilmek diğer bireylerle kurulacak iletişime olumlu biçimde yansıtacaktır.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu çalışmanın amacı, lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerinin iletişim becerileri üzerindeki etkisinin belirlenmesidir. Bu kapsamda araştırmada şu sorulara yanıt aranmıştır:

- Turizm alanında lisans düzeyinde eğitim alan öğrencilerin duygusal zekâ ve iletişim beceri düzeyleri nedir?
- Öğrencilerin duygusal zekâ ve iletişim beceri düzeyleri bazı bireysel özelliklerine (cinsiyet, yaş, öğrenim düzeyi, akademik not ortalaması, öğrencinin ekonomik gelir düzeyi, barınma yeri, aile ikametgâh yeri, öğrenim gördüğü lise) göre farklılık göstermekte midir?
- Öğrencilerin duygusal zekâ ve iletişim beceri düzeyleri arasında bir ilişki var mıdır?
- Öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerinin öğrencilerin iletişim beceri düzeylerine etkisi nedir?

Turizm işletmelerinde beşeri ilişkiler yoğun olarak kullanılmaktadır. Sektörde faaliyet gösteren işgörenlerin iletişim beceri düzeylerinin yüksek olması örgüt başarısına katkı sağlayacaktır. Öte yandan iletişim beceri düzeyinin yüksek olması için bireylerin duygularını tanımaları ve duygularını doğru yönetebilme becerilerine sahip olmaları gerekmektedir. Örgütün başarısının gerçekleşmesi için işgörenlerin; çalışma ortamlarına uyum sağlamaları, diğer işgörenlerle iletişim düzeylerinin yüksek olması ve duyguların yönetilebilmesinde bilgi sahibi olmalarının payı yadsınamaz. Dolayısıyla sektörde faaliyet göstermeye hazırlanan turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeyleri ve iletişim beceri düzeylerinin belirlenmesi önem taşımaktadır. Turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerinin iletişim becerileri etkisinin araştırılması ile ilgili çalışmaların oldukça sınırlı olması ve buna ek olarak Afyon Kocatepe Üniversitesi'nde lisans eğitimi gören turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerinin iletişim becerileri üzerine etkisini belirlemeye yönelik daha önce herhangi bir çalışma yapılmamış olması araştırmayı önemli kılan diğer etkenlerdendir. Söz konusu araştırma sonucunda elde edilecek bulgular bu alanda var olan eksikliği kapatmaya yönelik olumlu katkı sağlayacaktır. Turizm sektörünün işgören adayları olarak bu alanda üniversite eğitimi alan öğrencilerin iletişim becerileri ve duygusal zekâ düzeylerinin belirlenmesi, söz konusu yeterliliklerin geliştirilmesi noktasında konunun ilgili taraflarına (öğrenciler, üniversite, bölüm yönetimleri, sektör, işletme yöneticileri vb.) yönelik öneriler getirilmesi açısından da önem taşımaktadır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada, turizm eğitimi alan öğrencilerin iletişim beceri düzeyleri ve duygusal zekâ düzeylerinin belirlenmesinde anket tekniğinden yararlanılmıştır. Turizm öğrencilerinin iletişim beceri düzeylerinin tespitinde “İletişim Becerileri Envanteri” kullanılmıştır. İletişim Becerileri Envanteri (İBE), üniversite öğrencilerinin sahip oldukları iletişim beceri düzeylerini değerlendirmek amacıyla Ersanlı ve Balcı (1998) tarafından geliştirilen 5’li Likert tipi bir ölçektir. İlgili ölçek bilişsel (13), duygusal (14) ve davranışsal (14) olmak üzere toplam üç boyuttan oluşmaktadır. Ölçek 1=hiçbir zaman, 2= nadiren, 3= bazen, 4= genellikle, 5= her zaman biçiminde sıralanmıştır. Araştırmada kullanılan “İletişim Becerileri Envanteri” konuyla ilgili bir çok çalışmada (Tutuk vd., 2002; Bingöl ve Demir, 2011; Gaskar ve Özyazıcıoğlu, 2014; Pelit ve Karaçor, 2015 vb.) genelde ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik düzeyleri –alfa iç tutarlılık katsayıları- yüksek (0,70-0,90) çıkmıştır. Bununla birlikte bu çalışmadaki bulgulara dayanarak da ölçeğe ilişkin güvenilirlik testi yapılmış ve sonuçlar Tablo 3’de verilmiştir. Turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerinin tespitinde ise Scutte, Malouff, Hall, Haggerty, Cooper, Golden ve Dornheim (1998) tarafından geliştirilen ve Austin, Saklofske, Huang ve Mckenney (2004) tarafından 41 madde olarak yeniden düzenlenen “Schutte Duygusal Zekâ Ölçeği” kullanılmıştır (Tatar, Tok ve Saltukoğlu, 2011). Araştırmada kullanılan “Duygusal Zekâ Ölçeği” konuyla ilgili birçok çalışmada (Tatar, Tok ve Saltukoğlu, 2011; Ak Sütlü, 2013 vb.) da kullanılmıştır.

Araştırmanın evreni Afyon Kocatepe Üniversitesi’nde lisans düzeyinde turizm eğitimi almakta olan hazırlık (42), 1.Sınıf (398), 2.Sınıf (75), 3.Sınıf (184) ve 4.Sınıf (201) olmak üzere toplam 900 öğrenciden oluşmaktadır. Bu çerçevede tabakalı örnekleme yöntemi kullanılarak örneklem seçme yoluna gidilmiştir. Buna göre $n = N \cdot s^2 \cdot Z^2 \cdot \alpha / [(N-1) \cdot d^2 + S^2 \cdot Z^2 \cdot \alpha]$ formülü (Ural ve Kılıç, 2005) kullanılarak N (Evren)=900; S (Standart Sapma)= 1; α (Anlamlılık Düzeyi)= 0,05; $Z\alpha$ (Teorik Değer)= 1,96; d (Etki Büyüklüğü)= 0,06 değerlerine göre n (Örneklem Büyüklüğü)=489 olarak hesaplanmıştır. Örneklem büyüklüğünün evren büyüklüğüne oranı (n/N) %54 olup bu oran her bir tabakayı temsil eden sınıflara uyarlanmıştır. Bu kapsamda eksik/hatalı ve geri dönmeyen anketler de dikkate alınarak 550 anket dağıtılmış, hazırlık (23), 1.Sınıf (243), 2.Sınıf (58), 3.Sınıf (88), 4.Sınıf (112) olmak üzere 524 anket değerlendirmeye alınmıştır. Anket uygulanırken öğrencilerle görüşülmüş ve bizzat açıklamalar yapılmış, bundan dolayı anketlerde herhangi bir yanlış doldurma ve eksik bir veri olmamıştır. Araştırmada ankete yanıt veren turizm öğrencilerinin duygusal zekâ ve iletişim beceri düzeylerinin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri verilerek yorumlanmıştır. Araştırmada veri çözümleme yöntemi olarak, faktör analizi, t testi, varyans analizi, korelasyon ve regresyon analizlerinden faydalanılmıştır.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Tablo 1’de araştırmaya katılan öğrencilerin bazı bireysel özelliklerine ilişkin dağılımlar verilmiştir.

Tablo 1’deki bulgulara göre, katılımcıların %49,4’ü erkek, %50,6’sı kadın, %42,9’unun yaş aralığı 20 ve/veya altı, %49,4’ünün yaş aralığı 21-23 yaş arası, %2,5’i 26ve/veya üstü yaş aralığındadır. Anket katılımcılarının %4,4’ü hazırlık, %46,4’ü 1.sınıf, %11,1’i 2.sınıf, %16,8’i 3.sınıf, %21,4’ü 4.sınıf öğrencisidir. Turizm öğrencilerinin akademik ortalama değişkeninde %2,9’u 1.00-1.49 arası, %6,3’ü 1.50-1.99 arası, %26’sı 2.00-2.49 arası, %29,8’i 2.50-2.99 arası, %12,8’i 3.00-3.49 arası, %2,3’ü 3.50-3.99 arasındadır.

Tablo 1: Katılımcıların Bazı Bireysel Özelliklerine Göre Dağılımı

Değişkenler	Gruplar	f	%
Yaş	20 ve/veya altı	225	42,9
	21-23 yaş arası	259	49,4
	24-25 yaş arası	27	5,2
	26 ve/veya üstü	13	2,5
Cinsiyet	Erkek	259	49,4
	Kadın	265	50,6
Sınıf	Hazırlık Sınıfı	23	4,4
	1.Sınıf	243	46,4
	2. Sınıf	58	11,1
	3. Sınıf	88	16,8
	4. Sınıf	112	21,4
Akademik Ortalama	1.00-1.49 Arası	15	2,9
	1.50-1.99 Arası	33	6,3
	2.00-2.49 Arası	136	26,0
	2.50-2.99 Arası	156	29,8
	3.00-3.49 Arası	67	12,8
	3.50-3.99 Arası	12	2,3
Aile İkametgâh Yeri	Şehir Merkezi	286	54,6
	İlçe Merkezi	159	30,3
	Köy	77	14,7
Aylık Ortalama Harcama	0-300 TL	114	21,8
	301-599 TL	201	38,4
	600-899 TL	113	21,6
	900-1199 TL	55	10,5
	1200 TL Üzeri	34	6,5
Üniversitede Barınma Durumu	Evde Tek Başına	56	10,7
	Evde Arkadaşlarla	152	29,0
	Devlet yurdunda	145	27,7
	Özel yurtda	156	29,8
Eğitim Görülen Lise Türü	Düz Lise	225	42,9
	Turizm Lisesi	88	16,8
	Diğer	210	40,1
	TOPLAM		524

Araştırmada kullanılan duygusal zekâ ve iletişim becerileri ölçeklerine ilişkin faktör analizleri (eigenvalues, varyansı açıklama oranı) ve güvenilirlik analizleri (Cronbach’s Alpha) sonuçları ile katılımcıların duygusal zekâ ve iletişim becerilerine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 2’de sunulmuştur.

Uygulanan faktör analizi sonucunda iletişim becerileri ölçeğinin özdeğeri 1'den büyük ve toplam varyansın %61,2'sini açıklayan üç faktör; duygusal zekâ ölçeğinin ise toplam varyansın %63,71'ini açıklayan üç faktör altında toplandığı tespit edilmiştir. İletişim becerileri ölçeğinde ilk faktör olan “zihinsel” boyutu toplam varyansın %37,19'unu, “duygusal” boyutu %17,72'sini ve “davranışsal” boyut ise %6,29'unu açıklamaktadır. Öte yandan duygusal zekâ ölçeğinde ilk faktör olan “iyimserlik” boyutu toplam varyansın %42,61'ini, “duyguların değerlendirilmesi” boyutu %17,42'ini ve “duyguların kullanımı” boyut ise %3,68'ini açıklamaktadır. Ölçekler için uygulanan faktör analizi bulgularından Bartlett's testi sonucu, faktör analizinin uygulanabileceğini ortaya koymuş olup, hesaplanan Kaiser-Meyer Olkin değerleri de örneklem hacminin yeterli düzeyde olduğunu göstermiştir. Ayrıca, ölçek ve alt ölçeklere yönelik hesaplanan Cronbach's Alpha değerleri göz önüne alındığında, ölçeklerin iç tutarlık düzeylerinin yeterli olduğu belirtilebilir.

Tablo 2: İletişim Becerileri Ve Duygusal Zekâ Ölçekleri İle Alt Ölçeklere İlişkin Bazı Tanıtıcı İstatistikler

Ölçekler/ Altölçekler	Madde Sayısı	Özdeğerler	Varyansı Açıklama Oranı (%)	Kümülatif Varyans	Cronbach's Alpha	$\bar{X} \pm SS$
Zihinsel	3	15,247	37,19	37,19	0,787	3,91±0,51
Duygusal	4	7,266	17,72	54,91	0,635	3,93±0,53
Davranışsal	4	2,579	6,29	61,20	0,735	3,91±0,55
Genel İletişim	1	-	-	-	0,868	3,92±0,46
İyimserlik	1	17,470	42,61	42,61	0,866	3,98±0,51
Duyguların Değerlendirilmesi	3	7,140	17,42	60,03	0,786	3,91±0,58
Duyguların Kullanımı	7	1,510	3,68	63,71	0,630	3,81± 0,60
Genel Duygusal Zekâ	1	-	-	-	0,915	3,92±0,49

Tablo 2'deki aritmetik ortalamalar incelendiğinde, araştırmanın örneklem grubunda yer alan turizm öğrencilerinin genel iletişim ($\bar{X}=3,92$) ve genel duygusal zekâ ($\bar{X}=3,92$) düzeylerinin yüksek değer olan 4 puan civarında olduğu görülmektedir. Bu değerler turizm öğrencilerinin iletişim becerileri ve duygusal zekâ düzeylerinin yüksek sayılabilecek bir düzeyde gerçekleştiği şeklinde yorumlanabilir. Hizmet odaklı ve emek yoğun yapıya sahip turizm sektöründe iletişim ve duyguların kullanımı süreci yoğun bir biçimde yaşanmaktadır. Araştırma sonucunda turizm öğrencilerinin sektör için gerekli becerilere sahip oldukları ifade edilebilir.

Diğer taraftan iletişim becerileri düzeylerinin alt boyutlarına ilişkin aritmetik ortalama değerleri incelendiğinde ise “zihinsel” ($\bar{X}=3,91$), “duygusal” (3,93), “davranışsal” ($\bar{X}=3,91$) boyutlarına ilişkin ortalama puanların yüksek olduğu görülmektedir. Pelit ve Karaçor (2015), turizm öğrencilerinin iletişim

beceri düzeylerini inceledikleri araştırmalarında benzer bulgulara ulaşmışlardır. Yine diğer bir ölçek olan duygusal zeka ölçeğinin boyutlarına ilişkin aritmetik ortalama değerleri 3,81 ile 3,98 aralığında ve yüksek sayılabilecek düzeyde gerçekleşmiştir. Buna göre turizm öğrencilerinin duygularının farkında olma, duyguları ifade edebilme düzeylerinin yüksek olduğu söylenebilir. Turizm sektörü yapısında yaşanan yoğun iletişim süreci düşünüldüğünde işgörenlerin örgüt işleyişini düzenleyebilmeleri için duygularını iyi tanımaları ve duygularını doğru biçimde yönlendirebilmeleri gerekmektedir. Duygusal zekâ kavramının iş hayatında önemli bir yere sahip olduğu söylenebilir. Müşterilere kaliteli bir hizmet sunabilmek ve işletme başarısını elde etmek için işgören davranışları ve iletişim süreci doğru yönlendirilmelidir. İşletmelerin en önemli sorunlarından birisi olan işgören devir hızının yüksek olması hizmet üreten turizm sektörü açısından kalitenin belirleyici olarak ifade edilebilir. Konuyla ilgili olarak, Ünşar ve Dinçer (2014) duygusal zekâ düzeyi yüksek işgörenlerin işten ayrılma eğiliminin kontrol edilebileceğini belirtmişlerdir. Yöneticiler üzerinde yürütülen benzer bir çalışmada duygusal zeka ile empati arasında bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur. İyi bir yönetici olabilmek için işgören duygularını iyi okuyabilmek gerekmektedir. Başarılı bir işgören kontrol süreci örgütsel başarıyı beraberinde getirecektir (Ural, 2001: 209-219). Öte yandan Şen Demir ve Demir (2009), işgörenlerin sahip oldukları duygusal zekâ düzeylerinin örgütsel iletişim üzerinde etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Örgüt içinde işgörenlerin sahip oldukları duygularını kontrol edip profesyonel biçimde yönetebilmeleri diğer işgörenlerle ve yöneticilerle olan iletişim süreçlerinin engelsiz işleyişine olumlu etki eder. Dolayısıyla turizm sektörü çalışanlarının örgütsel başarısı için önem taşıyan iletişim ve duygusal zekâ kavramlarının turizm öğrencilerine eğitim hayatları boyunca öğretilmesi önem taşımaktadır. Turizm öğrencilerinin eğitim süreleri boyunca öğretilecek iletişim becerileri ve duygusal zekâ kavramları sektörde üretilecek hizmet kalitesini arttıracak ve örgüt içi işleyişin engelsiz sürdürülmesine olumlu etki edecektir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular arasında cinsiyet değişkeninde iki ölçek (iletişim becerileri ve duygusal zekâ) için de anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Buna göre kadın turizm öğrencilerin ($\bar{X}=3,96$) erkek turizm öğrencilerine ($\bar{X}=3,87$) göre iletişim beceri ve duygusal zekâ düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu konuyla ilgili İşmen (2001), tarafından duygusal zekâ ile problem çözme becerisi arasındaki ilişkinin incelendiği araştırmada cinsiyet değişkeninde benzer bulgulara ulaşılmıştır. İlgili çalışmada kadınların duygusal zekâ düzeyleri erkeklere oranla daha yüksek değerde olduğu ifade edilmiştir. Aynı şekilde Gürbüz ve Yüksel (2008) de işgörenler üzerinde yürüttükleri araştırmalarında, kadın işgörenlerin erkek işgörene oranla daha yüksek duygusal zekâ düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir. Gerçekleştirilen söz konusu bu araştırma sonuçlarında da cinsiyet değişkeninde benzer bulgulara ulaşılmış olup, bu doğrultuda kadın öğrencilerin duygularını daha iyi tanıyıp daha iyi ifade edebildikleri söylenebilir. Araştırma sonucunda cinsiyet değişkeni dışında

diğer demografik değişkenler için ise istatistiki açıdan herhangi bir farklılık tespit edilememiştir.

Tablo 3'te araştırmaya katılan öğrencilerin duygusal zekâ ve iletişim becerileri düzeyleri arasındaki ilişkiye yönelik gerçekleştirilen "Pearson Korelesyon" analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 3: Duygusal Zekâ Ve İletişim Becerileri Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Katsayıları

Değişkenler	Pearson Korelasyon Katsayısı	İyimserlik Ruh Halinin Düzenlenmesi	Duyguların Değerlendirmesi	Duyguların Kullanımı	Genel Duygusal Zekâ
Zihinsel	r	0,560 (**)	0,466 (**)	0,325 (**)	0,548 (**)
	p	0,000 ***	0,000 ***	0,000 ***	0,000 ***
Duygusal	r	0,518 (**)	0,445 (**)	0,365 (**)	0,526 (**)
	p	0,000 ***	0,000 ***	0,000 ***	0,000 ***
Davranışsal	r	0,553 (**)	0,475 (**)	0,296 (**)	0,542 (**)
	p	0,000 ***	0,000 ***	0,000 ***	0,000 ***
Genel İletişim	r	0,633 (**)	0,538 (**)	0,383 (**)	0,627 (**)
	p	0,000 ***	0,000 ***	0,000 ***	0,000 ***

Tablo 3'te görüldüğü gibi duygusal zekâ alt boyutları ile iletişim becerileri alt boyutları arasında pozitif anlamlı bir ilişki vardır ($p < 0,001$). Değişkenler arasındaki Pearson Korelasyon katsayıları incelendiğinde, genel duygusal zekâ değişkeniyle genel iletişim becerileri arasında pozitif yönde yüksek kuvvette ($0,60 < r < 0,80$) bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r = 0,627$; $p < 0,01$). Bu değer öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerinin artmasıyla birlikte iletişim becerilerinin de (yüksek kuvvette) artacağını ortaya koymaktadır. Konuyla ilgili olarak, Çetinkaya ve Alparslan (2011) tarafından üniversite öğrencileri üzerinde yürütülen çalışma sonucunda da benzer bulgular elde edilmiştir. Ayrıca Ökmen, Tetik ve Bal (2014), duygusal zekâ düzeyi yüksek öğrencilerinin öfke düzeyi ve öfke ifade tarzı kontrollerinin daha başarılı olduğunu ifade etmişler ve üniversitelerde öğrencilere duygusal zekâyı geliştirmeye yönelik dersler verilmeli gerekliliğine vurgu yapmışlardır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular duygusal zekâ kavramının önemini ortaya koymaktadır. İletişim unsurunun yoğun olarak kullanıldığı hizmet odaklı faaliyet gösteren turizm işletmelerinde mesleki yaşamlarına devam etmek isteyen turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerini yükseltmeleri bireyin başarısı ve örgütün başarısı için önem taşımaktadır. Turizm öğrencilerine eğitim sürecinde verilecek duygusal zekâ eğitimi mesleki yaşamlarında oluşabilecek iletişim çatışmalarının en aza indirilmesinde etkin rol oynayacaktır.

Turizm öğrencilerinin genel duygusal zekâ düzeylerine ilişkin alt boyutlar ile iletişim becerileri alt boyutları arasında orta kuvvette ($0.40 < r < 0.59$) bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. İletişim becerileri alt boyutu olan “zihinsel” ($r=0,548$; $p < 0,01$) boyut duygusal zekâ düzeyinin alt boyutlar içinde en yüksek düzeyde ilişkili olduğu boyut olarak belirlenmiştir. Öte taraftan duygusal zekâ ölçeğinin alt boyutları ile iletişim becerileri alt boyutları arasındaki ilişkiler de anlamlı bulunmuştur ($p < 0,001$). Bu doğrultuda elde edilen bulgular arasında duygusal zekâ alt boyutlarından olan “iyimserlik ruh halinin düzenlenmesi” boyutu ile iletişim becerileri alt boyutu olan “zihinsel” boyut arasında en kuvvetli ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Bir diğer bulgu ise duygusal zekâ alt boyutu olan “duyguların kullanımı” ile iletişim becerileri alt boyutu olan “davranışsal” boyut arasındaki ilişkinin en düşük değere sahip olduğudur.

Araştırmada genel duygusal zekâ düzeyinin iletişim becerileri üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla yapılan basit regresyon analizi sonuçları Tablo 4’de; duygusal zekâ alt boyutlarının iletişim becerileri üzerindeki etkisine yönelik uygulanan çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçları ise Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 4: Duygusal Zekâ İle İletişim Becerileri Arasındaki İlişkiye Ait Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Standart Beta Katsayısı (β)	SH	t	p	Anlamlılık
Sabit	1,607	0,127	12,658	0,000	F=336,835 p=0,000
Genel Duygusal Zekâ	0,589	0,032	18,353	0,000	

Bağımlı Değişken: Genel iletişim; $R^2=0,393$

Tablo 4’teki bulgulara göre, değişkenler arasındaki doğrusal regresyon modelinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($F=336,835$; $p < 0,01$). Hesaplanan $R^2=0,393$ değeri modelin açıklanma oranının diğer bir ifade ile turizm öğrencilerinin iletişim becerileri üzerindeki değişimlerin %39,3’ünün duygusal zekâ tarafından açıklandığını göstermektedir. Buna göre regresyon modeli şu şekilde kurulabilir:

$$\text{Genel İletişim Becerileri} = 1,607 + 0,589 \times \text{Genel Duygusal Zekâ}$$

Söz konusu bu model, duygusal zekâdaki bir birimlik artışın öğrencilerin iletişim becerileri üzerinde 0,589’luk bir artış sağladığını ortaya koymaktadır. Daniel Goleman’ın (1998) duygusal zekâ kavramının öğrenilebilir olduğunu ifade ettiği kitabında belirttiği gibi duygusal açıdan doyuma ulaşmak, bireylerin sosyal ve mesleki yaşamlarına büyük katkı sağlayacaktır. Araştırma sonucunda görüldüğü gibi duygusal zekâ ile iletişim arasında yüksek kuvvette bir ilişki olduğu görülmektedir. Dolayısıyla iletişim unsurunun yoğun olarak kullanıldığı turizm

sektöründe çalışacak işgören adayı turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olması hem örgütün başarısı için hem de mesleki başarı için belirleyici konumdur.

Tablo 5: Duygusal Zekâ Boyutları İle İletişim Becerileri Arasındaki İlişkiye Ait Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Standart Beta Katsayısı (β)	SH	t	p	Anlamlılık
Sabit	1,628	0,126	12,878	0,000	
İyimserlik Ruh Halinin Düzenlenmesi	0,463	0,049	9,474	0,000	F=120,078
Duyguların Değerlendirilmesi	0,116	0,041	2,855	0,004	p=0,000
Duyguların Kullanımı	0,004	0,032	0,001	0,999	

Bağımlı Değişken: Genel İletişim

Tablo 5'teki bulgular, değişkenler arasındaki çoklu doğrusal regresyon modelinin anlamlı olduğunu göstermektedir (F=120,078; p<0,01). Bununla birlikte, duygusal zekâyâ ilişkin alt boyutlardan "iyimserlik ruh halinin düzenlenmesi-İRD-" ve "duyguların değerlendirilmesi-DD-" boyutlarına ilişkin katsayıların regresyon modeli üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir (p<0,05). "Duyguların kullanımı-DK-" boyutunun ise anlamlı bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir (p>0,05). Model üzerinde etkisi bulunan değişkenlere ilişkin t değerleri incelendiğinde ise iletişim becerilerini etkileyen en önemli duygusal zeka boyutunun "iyimserlik ruh halinin düzenlenmesi" olduğu tespit edilmiş olup, bu sonuç korelasyon analizinden elde edilen bulguları destekler niteliktedir. Buna göre regresyon modeli şu şekilde kurulabilir:

$$\text{İletişim Becerileri} = 1,628 + 0,463 \times \text{İRD} + 0,116 \times \text{DD}$$

Bu modele göre DD'ki (Duyguların Değerlendirilmesi) 1 birimlik artış iletişim becerilerinde 0,116 birimlik artışa; İRD'deki (İyimserlik Ruh Halinin Düzenlenmesi) 1 birimlik artış ise iletişim becerilerinde 0,463 birimlik artışa neden olmaktadır.

Araştırma sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde, turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeyleri ve iletişim becerilerinin yüksek olduğu ve öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerinin iletişim becerilerine pozitif yönde önemli ölçüde etki yaptığı ortaya çıkmıştır. Esba (2009), turizm işletmelerinde yöneticilerin ve işgörenlerin sahip oldukları duygusal etkinliğin örgüt içi iletişime ve örgütsel başarıya katkı sağladığını ifade etmiştir. Öte yandan Şen Demir ve Demir (2009), turizm sektöründe örgütsel iletişimin başarılı biçimde sağlanabilmesi için öncelikle işgörelere duygusal zekâ kavramının öğretilmesi

gerektiğini vurgulamışlar ve bunun sonucunda örgüt başarısının elde edileceğini belirtmişlerdir. Dolayısıyla turizm sektörü için iletişim olgusunun vazgeçilmez olduğu görülmektedir. Doğru bir iletişim işleyişi kurabilmek için duygusal farkındalığın elde edilmesi önem taşımaktadır. Turizm eğitimi alan gelecekte mesleki yaşamlarında başarıyı elde edebilmeleri için eğitim sürecinde iletişim becerileri ve duygusal zekâya yönelik derslerin verilmesi ve eğitim sürecinde bu olguların öğretilmesi mesleki başarının anahtarı olacaktır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm sektörünün emek yoğun yapısı ve hizmet odaklı özellikleri düşünüldüğünde iletişime duyulan ihtiyacın önemi büyüktür. Öte yandan bireylerin hem mesleki hem de sosyal yaşamlarında engelsiz iletişim kurabilmeleri için duygusal zekâya duyulan bağımlılık ortaya çıkmaktadır. Çünkü iyi tanınan ve kontrol edilebilir duygusal yaşam iletişim sürecinde yaşanabilecek çatışmaları en aza indirecektir.

Araştırmanın bulgularına göre, turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeyleri ve iletişim beceri düzeyleri puan ortalamalarının yüksek olduğu ve turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeyleri ile iletişim beceri düzeyleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Yani, öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerindeki artış/gelişme, iletişim beceri düzeyleri üzerinde de olumlu bir artış/gelişme ortaya çıkarmaktadır. Öte yandan turizm öğrencilerinin cinsiyet değişkeninde anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bulgulara göre kadın turizm öğrencilerinin duygusal zekâ ve iletişim beceri düzeyleri erkek öğrencilere daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Diğer demografik değişkenler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Turizm öğrencilerinin iletişim beceri düzeylerinin geliştirilmesi sektör açısından büyük önem taşımaktadır. Çünkü turizm sektöründe iletişim olgusunun yoğun bir biçimde kullanıldığı bilinmektedir. Öte yandan örgütsel başarının elde edilmesi işgörenler arasında bir iletişim ağının kurulmasıyla elde edilebilir. Bu doğrultuda duyguların yönetimi bir kez daha önem kazanmaktadır. Bireylerin eğitim hayatı sürecinde duygularını doğru ifade edebilme ve duygularını yönetebilme becerisine sahip olmaları hem eğitim hayatı boyunca hem de eğitim sonrası mesleki yaşamlarında başarı elde etmelerine fayda sağlayacaktır.

Afyon Kocatepe Üniversitesi turizm öğrencileri üzerinde yürütülen bu araştırma, mesleki yaşamlarına sektörde devam edecek öğrenciler için duygusal zekâ ve iletişim beceri düzeylerinin belirlenmesi bireyin başarısı için önem taşımaktadır. İletişim olgusunun yoğun kullanıldığı turizm sektörü için eğitim sürecinde duygusal zekâ ve iletişim beceri düzeylerinin belirlenmesi bu alandaki eksikliklerin giderilmesine katkı sağlayacaktır. Bu alanda benzer çalışmalar yapmak isteyen araştırmacılara getirilebilecek en önemli öneri, duygusal zekâ düzeyinin ilişkili olduğu diğer olgular ile arasında bir bağlantı bulunup

bulunmadığının tespitine yönelik araştırmalarda bulunulmasıdır. Bireylerin duygularıyla yaşam süreleri boyunca iç içe oldukları düşünöldüğünde duygusal zekânın diğer olgularla bağlantılı olduğu ifade edilebilir. Duyguların bireyin yaşamı boyunca her anında var olduğu düşünöldüğünde duyguların öğrenilmesi ve duyguların kontrol edilmesi bireylerin yaşam kalitelerini artıracaktır. Çalışmanın sadece Afyon Kocatepe Üniversitesi turizm fakültesi öğrencileri üzerinde yürütölmesi araştırmanın bir kısıtı olmakla birlikte, konuyla ilgili diğer turizm okullarının da örnekleme dâhil edilerek araştırmaların yapılması sonuçların genellenebilmesine katkı sağlayacaktır. Yine bu çalışma, turizm sektöründe, bu işin mesleki eğitimini alan ve gelecekte muhtemel çalışacak/çalışma potansiyeli bulunan öğrenciler üzerinde gerçekleştirildiğinden, gelecek araştırmalarda bizzat turizm sektörü ve turizm sektörünün diğer kollarında çalışan işğörenler üzerindeki mevcut durumun ortaya konulmasına yönelik araştırmaların yapılması önerilebilir. Nitekim söz konusu bu çalışmalar turizm sektörü çalışanlarının üreteceği hizmet kalitesinin artırılması için öneriler geliştirmek açısından önem taşımaktadır.

Söz konusu bu araştırma turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerinin belirlenmesi ve iletişim becerilerine olan etkisinin ölçölmesi açısından yapılacak çalışmalara örnek teşkil etmesi açısından da önemli sayılabilir. İnsan odaklı faaliyet gösteren turizm işletmeleri açısından iletişim oldukça önemlidir. İletişim sürecine olan etkisi incelendiğinde duygusal zekâ kavramı da örgötsel başarı için etkin rol oynamaktadır. Dolayısıyla turizm öğrencilerine eğitim hayatları boyunca duygusal zekâ geliştirmeye yönelik eğitim müfredatı düzenlenmesi iletişim becerilerine olumlu katkı sağlayacaktır. Ayrıca duygularını iyi bilen ve diğer bireylerin duygularını iyi okuyabilen öğrenciler hem eğitim hayatında yaşanan iletişim süreçlerinde doyuma ulaşacak hem de turizm sektöründe mesleki yaşamlarında başarı elde edeceklerdir.

Turizm sektörü için iletişim olgusunun vazgeçilmez olduğu düşünöldüğünde örgüt içi işleyişi sağlayan ve örgötsel başarıyı getiren en önemli unsurlardan birisi iletişimdir. Dolayısıyla örgötsel iletişim kalitesinin artırılması örgötsel başarıyı beraberinde getirecektir. Duyguların bireylerin yaşam süreleri boyunca hep var olması neticesinde duyguların diğerini iletişimi etkilemektedir. Bu bağlamda turizm sektöründe duygusal zekâ olgusunun öğrenilmesi iletişim beceri düzeyine olumlu etki edecek unsurlardan olup bu konuda ilgili taraflara (öğrenciler, üniversite/bölüm yöneticileri, eğitimciler, sektördeki işletme ve yöneticileri vb.) önemli işler düşmektedir.

KAYNAKÇA

Acar, F.T. (2001). Duygusal zekâ yeteneklerinin göreve yönelik ve insana yönelik liderlik davranışları ile ilişkisi: Banka şube müdürleri üzerine bir alan araştırması. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Ak Sütü, S. (2013). Sağlık çalışanlarında duygusal zekâ ve tükenmişlik ilişkisi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Akçay C. & Çoruk A. (2012). Çalışma yaşamında duygular ve yönetimi: Kavramsal bir inceleme. *Eğitimde Politika Analiz Dergisi*, 1 (1): 3-25.

Akkoç, Z. (2007). Duygusal zekâ. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.

Ashkanasy, N. M. & Daus, C. S. (2002). Emotion in the workplace: The new challenge for managers. *Academy of Management Executive*, 16 (1): 76-86.

Bingöl, G. & Demir, A. (2011). Amasya Sağlık Yüksekokulu öğrencilerinin iletişim becerileri. *Göztepe Tıp Dergisi*, 26 (4): 152-159.

Bowdon, T. B. (2015). *50 Psikoloji klasiği*. Pegasus Yayınları: İstanbul.

Çakar, U. & Arbak, Y. (2004). Modern yaklaşımlar ışığında değişen duygu-zekâ ilişkisi ve duygusal zekâ. *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (3): 23-48.

Çetinkaya Ö. & Alparslan M. (2011). Duygusal zekânın iletişim becerileri üzerine etkisi: Üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (16): 363-377.

Çıkılmaz, E. (2013). Otel işletmelerinde çalışan personelin sahip olduğu iletişim becerisinin yükseköğretim mezunu müşteriler tarafından değerlendirilmesine yönelik Gaziantep'te bir uygulama. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

Demir Şen Ş. & Demir, M. (2009). Örgütsel iletişimde duygusal zekânın rolü: konaklama işletmelerinde bir araştırma. *Selçuk İletişim Dergisi*, 6: 66-77.

Demir Şen Ş. (2011). *Turizm işletmelerinde halkla ilişkiler ve iletişim*. Detay Yayıncılık: Ankara.

Demirtaş, M. (2010). Örgütsel iletişimin verimlilik ve etkinliğinde yararlanılan iletişim araçları ve halkla ilişkiler filmleri örneği. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28 (1): 411-444.

Doğan, S. & Demiral, Ö. (2007). Kurumların başarısında duygusal zekânın rolü ve önemi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14 (1): 209-230.

Emir, O., Kılıç, G. & Pelit, E. (2010). Üç yıldızlı otel işletmelerinde müşteri memnuniyeti üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 15 (3): 291-310.

Erdoğan, İ. (1999). *İşletme yönetiminde örgütsel davranış*. İşletme Fakültesi Yayınları: İstanbul.

Erkuş, A. & Günlü, E., (2009). İletişim tarzının ve sözsüz iletişim düzeyinin çalışanların iş performansına etkisi: Beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20 (1) 7-24.

Ersanlı, K. & Balcı, S. (1998). İletişim becerileri envanterinin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2 (10): 7-12.

Esba, M. (2009). Turizm işletmelerinde yöneticilerin duygusal zekâlarının örgüt kültürü üzerindeki etkisi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Fineman, S. (1993). *Organizations as emotional arenas emotion in organizations*. London: Sage Publications.

Gardner, H. (1983). *Frames of mind*. New York: Basic Books.

Gaskar, S. & Özyazıcıoğlu, N. (2014). Anadolu sağlık meslek lisesi öğrencilerinin iletişim becerileri. *The Journal of Current Pediatrics*, 1: 20-25.

Goleman, D. (1998). *İşbaşında duygusal zekâ*. (Çeviren: Banu Seçkin). İstanbul: Varlık Yayınları.

Gürbüz, S. & Yüksel M. (2008). Çalışma ortamında duygusal zekâ: İş performansı, iş tatmini, örgütsel vatandaşlık davranışı ve bazı demografik özelliklerle ilişkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9 (2): 174-190.

Gürüz, D. & Temel, A. (2011). *Kişilerarası iletişim*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Halis, M. (2000). Örgütsel iletişim ve iletişim tatminine ilişkin bir araştırma. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14 (1): 217-230.

Heung, V. C. S. & Lam, T. (2003). Customer complaint behavior towards hotel restaurant services. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 15 (5): 283-289

Işık, M. (2004). *Sizinle iletişebilir miyiz?* Konya: Eğitim Kitapevi.

İşmen, E. (2001). Duygusal zekâ ve problem çözme. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 13: 111-124.

Kervancı, F. (2008). Büro çalışanlarının duygu yönetimi yeterlilik düzeylerinin geliştirilmesinde duygu yönetimi eğitimi programının etkisi.

Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Maboçoğlu, F. (2006). Duygusal zekâ ve duygusal zekânın gelişimine katkıda bulunan etmenler. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.* Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Mullins, J. L. (2006). *Essentials of organisational behaviour.* İngiltere: Pearson Education Limited.

Newsome, S., Day, L. A. & Catano, M. V. (2000). Assessing the predictive validity of emotional intelligence. *Personality and Individual Differences, 29:* 1005-1016.

Olalı, H. & Korzay, M. (2004). *Otel işletmeciliği.* İstanbul: Beta Basım Yayımcılık.

Olca, A., Giritlioğlu, İ. & Çıkmaz, E. (2014). Otel işletmelerinde çalışan personelin iletişim yeterlilik düzeyi: Gaziantep bölgesinde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi, 6:* 385-403.

Öney, Ç. N. (1998). Otel işletmelerinde hizmet kalitesi ve Şile bölgesinde bir araştırma. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.* Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Özkalp, E. & Cengiz, A. A. (2003). İşyerinde duygular ve yönetimi. *11. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi.* Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi.

Özkul, E. (2007). Müşteri ilişkileri yönetiminin otel işletmelerinde uygulanabilirliğine ilişkin bir değerlendirme. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 4 (1):* 14-16.

Pelit, E. & Karaçor, M. (2015). Turizm öğrencilerinin iletişim becerileri üzerine bir araştırma: Afyon Kocatepe Üniversitesi örneği. *Gaziantep University Journal of Social Sciences, 14 (4):* 835-860.

Pelit, E., Keleş, Y. & Kılıç, İ. (2012). Otel yöneticilerinin kişilik özellikleri ile çatışma yönetme yöntemleri arasındaki ilişki. *II. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, (ss.784-797).* Antalya.

Pelit, E. & Öztürk, Y. (2010). Kariyer tercihinde kişisel değişkenlerin rolü: Turizm ve öğretmenlik eğitimi alan öğrenciler üzerinde bir araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9 (17):* 207-234.

Rafaeli, A. & Worline, M. (2001). Individual emotion in work organization. *Social Science Information, 40 (1):* 95-123.

Ross, G. (1995). Work stress and personality measures among hospitality industry employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 7 (6): 9-13.

Ruler, B. & Rob, L. (2003). Barriers to communication management in the executive suite. *Public Relations Review*, 29: 145-146.

Salovey P. & Mayer J. D. (1990). Emotional intelligence, imagination. *Cognition and Personality*, 9: 185-211.

Schutte, S. N., Malouff, M. J., Hall, E. L., Haggerty, J. D., Cooper, T. J., Golden, J. C. & Dornheim, L. (1998). Development and validation of a measure of emotional intelligence. *Personality and Individual Differences*, 25: 167-177.

Seçer, H. Ş. (2007). Çalışma yaşamında duygular ve duygusal emek: sosyoloji, psikoloji ve örgüt teorisi açısından bir değerlendirme. *Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 50: 813-834.

Sigala, M. (2003) The information and communication technologies productivity impact on the UK hotel sector. *International Journal of Operations & Production Management*, 23 (10): 1224 – 1245.

Somuncuoğlu, D. (2005). Duygusal zekâ yeterliliklerinin kuramsal çerçevesi ve eğitimdeki rolü. *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11: 269-293.

Soylu, P. (2015). Psikiyatri kliniğinde çalışan hemşirelerin duygusal zekâ düzeyleri ve stresle baş etme tarzları arasındaki ilişki. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Mersin Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Mersin.

Tatar, A., Tok, S. & Saltukoğlu, G. (2011). Gözden geçirilmiş Schutte duygusal zekâ ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanması ve psikometrik özelliklerin incelenmesi. *Klinik Psikofarmoloji Bülteni*, 21 (4): 325-338.

Thorndike, E. L. (1920). Intelligence and its uses. *Harper's Magazine*, 140: 227-235.

Timur, N. & Barış, G. (2013), *Müşteri ilişkileri yönetimi*. Ankara: Saray Matbaacılık.

Tuna, M. (2004). Konaklama sektöründe işgören ve yöneticilerin örgütsel stres faktörlerine göre karşılaştırmalı analizi. *Turizm Akademik Dergisi*, 1: 27-35.

Tutuk, A., Al, D. & Doğan, S. (2002). Hemşirelik öğrencilerinin iletişim becerisi ve empati düzeylerinin belirlenmesi. *Cumhuriyet Üniversitesi Hemşirelik Yüksek Okulu Dergisi*, 6: 36-41.

Uçkun, G., Latif, H. & Pelit, E. (2003). Örgüt içi sözlü iletişimin etkinliği ve İstanbul'da yerleşik 5 yıldızlı delüx otel işletmeleri yöneticilerinin sözlü iletişim davranışları üzerine bir uygulama. *Turizm Akademik Dergisi*, 1: 87-103.

Ural, A. (2001). Yöneticilerde duygusal zekânın üç boyutu. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2001; 3(2):209-219

Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi (SPSS 10.00 - 12.0 For Windows)*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Uysal, G. (2003). Rol farklılaşmasının iletişime etkisi ve Johari modeli. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4: (1): 137-148.

Ünsar S. & Dinçer D. (2014). Duygusal zekânın işten ayrılma eğilimine etkisi: Bir alan araştırması. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 7: 55-66.

Weisinger, H. (1998). *İş yaşamında duygusal zekâ*. İstanbul: MNS Yayıncılık.

Yalçın, A. & İplik, F. N. (2005). Beş yıldızlı otellerde çalışanların demografik özellikleri ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma: Adana ili örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (1): 395 – 412.

Yayın Geliş Tarihi: 28.11.2016
Yayına Kabul Tarihi: 18.05.2018
Online Yayın Tarihi: 05.06.2018
http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.270132

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 20, Sayı: 1, Yıl: 2018, Sayfa: 109-132
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

ONLINE ALIŞVERİŞ SİTESİ KULLANICI ALGILARININ MÜŞTERİ GÜVEN VE SADAKATİNE ETKİLERİNİN İNCELENMESİ

Vildan ATEŞ*

Öz

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'deki online alışveriş sitesi kullanıcı algılarının müşteri güven ve sadakati üzerine etkilerinin belirlenmesidir. Literatür kapsamlı bir şekilde incelenerek müşteri güven ve sadakatini etkileyen müşteri algıları belirlenmiş ve bir kuramsal model önerilmiştir. Çalışma grubu Ankara'daki bir devlet üniversitesinin eğitim fakültesinde 2015-2016 öğretim yılı bahar döneminde öğrenim gören 553 öğrenciden oluşmaktadır. Veriler 32 maddeden oluşan ölçek ile toplanmıştır. Açımlayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) teknikleri kullanılarak modelin uygunluğu test edilmiştir. Analiz sonucunda online müşteri algılarından kontrol, değer, fayda ve risk algılarının online müşteri güveni üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkileri olduğu görülürken online alışveriş öz-yeterlilik ve kişiselleştirme algılarının müşteri güveni üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin bulunmadığı görülmüştür. Online müşteri güveni müşteri sadakati üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif etkiye sahip olup müşteri algıları ile müşteri sadakati arasında aracı bir rol üstlendiği tespit edilmiştir. Kuramsal modelle bulgular ilgili literatür ile karşılaştırılarak araştırmacılar ile online alışveriş sitelerine yönelik öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Online Alışveriş, Müşteri Alguları, Müşteri Güveni, Müşteri Sadakati.

INVESTIGATING THE EFFECTS OF USER PERCEPTIONS ON ONLINE CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY

Abstract

The aim of this study is to determine online customer perceptions affecting the trust and loyalty of online shopping customers in Turkey. By analyzing the literature in a comprehensive way, customer perceptions affecting customer trust and loyalty are determined and a theoretical model is proposed. The study group consists of 553 students attended in a faculty of education of a state university in Ankara during the spring semester of the 2015-2016 academic year. The data were collected by using a scale consisting of 32 items and the suitability of the model was tested using exploratory factor analysis (EFA) and confirmatory factor analysis (CFA) techniques. As a result of the analysis, online

* Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, vvirginates@gmail.com

shopping self-efficacy and customisation perceptions were found to have no statistically significant effect on customer trust, while control, value, benefit and risk perceptions were found to have statistically significant effects on online customer trust. Online customer trust has a statistically significant positive effect on online customer loyalty and it has been determined that it takes a mediator role between customer perceptions and customer loyalty. Theoretical model findings were compared with relevant literature and suggestions were made to the researchers and online shopping sites.

Keywords: *Online Shopping, Customer Perceptions, Customer Trust, Customer Loyalty.*

GİRİŞ

Son yıllarda bilgi ve iletişim teknolojileri alanında yaşanan en heyecan verici gelişme İnternet olmuştur. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de kullanıcıların İnternet erişiminde hızlı bir artış görülmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2017 yılı için gerçekleştirdiği Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması’na göre Türkiye’de bireysel olarak İnternet erişimine sahip olanların oranı %80’e yükselmiştir. Global seviyede İnternet erişiminde görülen artış ile birlikte bireylerin alışveriş alışkanlıkları da değişmiş ve online alışveriş sitelerinden yapılan alışveriş sayısında gözle görülür bir artış meydana gelmiştir. Türkiye’de yapılan toplam alışveriş içerisinde online alışverişler incelendiğinde; 2013’te İnternet üzerinden satın alma gerçekleştirenlerin oranı % 24,1 olup 2014 yılında bu oran % 30,8’e yükselmiştir. 2015 yılında online alışveriş sitelerini tercih ederek ürün ve ya hizmet siparişi verme veya satın alma oranı % 33,1’e ulaşmış olup artışın hızla devam ettiği görülmektedir. Diğer bir deyişle günümüzde Türkiye’de her üç kişiden biri İnternet üzerinden en az bir kez satın alma işlemi gerçekleştirmektedir.

Online alışveriş siteleri açısından düşünüldüğünde, bu alanda ciddi bir yapılanmaya gitmek ve online alışverişi seçen müşterilerin alışveriş yaptıkları sitelere sadık hale gelmesi işletmelerin kar marjı ve uzun dönemli büyüme hedeflerinde kilit bir rol oynamaktadır (Rewatkar, 2012). Sadık müşteriler online alışveriş sitelerini diğer müşterilere göre iki kat daha fazla ziyaret etmekte ve daha fazla para harcamaktadırlar. Araştırmalara göre bu müşteriler toplam site ziyaretçilerinin %8’lik bölümünü oluşturmakta ve bu toplam online alışveriş sitelerinin gelirlerinin %41’idir (E-ticaretmag, 2014). Bu orandan dolayı mevcut müşterilerini sadık müşteriler haline getirebilmek temel hedeflerden biri haline gelmiştir. Fakat online mağazalar arasında gezinme gibi bazı kolaylıklardan dolayı; online alışveriş sitelerinin müşterilerini sadık müşteri haline getirmeleri zor olmaktadır (Akbar ve James, 2014). Bu nedenle, online alışveriş sitelerinin yöneticileri için müşterilerde alışveriş sürecinde oluşacak olan müşteri algılarını bilmek ve müşteri sadakatini etkilediği düşünülen bu algıları yönetmek çok yararlı olacaktır.

Literatür incelendiğinde online alışveriş sitesi müşteri memnuniyetini, güvenini ve sadakatini inceleyen bazı çalışmaların olduğu görülmektedir (Cyr vd., 2007; Flavia'n vd., 2006; Kim vd., 2008; Park ve Kim, 2003; Srinivasan vd., 2003). Fakat Türkiye’de bu konuda yapılan çalışmaların oldukça sınırlı sayıda olduğu ve online müşteri memnuniyeti, güveni ve sadakatini etkileyebileceği düşünülen müşteri algılarını daha detaylı olarak analiz eden çalışmalara ihtiyaç olduğu belirtilmektedir (Barutçu, 2007; Barutçu, 2008; Demireli ve Dursun, 2013; Sayılı ve Büyükköroğlu, 2012). Bu çalışmanın amacı, online alışveriş sitelerinden alışveriş yapan müşterilerin algılarının belirlenmesi, bu algıların online müşteri güven ve sadakatine etkisini incelemektir.

Bundan sonraki bölümde online müşteri sadakati ve güveni kavramları tartışılacak ve literatürde bu alanda yapılan müşteri güveni ve online müşteri algıları arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalar ve bulguları sunulacaktır

LİTERATÜR TARAMASI

Bu bölümde, ilk olarak online müşteri sadakati ve güveni kavramı ile ilgili çalışmalar tanıtılmıştır. Daha sonra müşteri sadakatini müşteri güveni aracılığıyla etkilediği düşünülen ve müşterilerin online alışveriş sitelerini kullanırken edindikleri bilgi, tecrübe ve beklentilerinin yorumlanması sonucu oluşan değer, fayda, kişiselleştirme, kontrol, risk ve online alışveriş öz yeterlilik algıları ile ilgili çalışmalara yer verilmiştir.

Online alışveriş müşteri sadakati

Online alışveriş sitelerinde müşteri sadakati, müşterinin gelecekte planladığı yeniden satın alma sürecine geçtiği zaman, diğer online alışveriş sitelerinin pazarlama çalışmaları ve potansiyel etkilerine rağmen, satın alma işlemini daha önce memnun kaldığı ve güvendiği site üzerinden gerçekleştirmesidir. Liu ve McClure (2012) tarafından yapılan tanımda da müşterinin bir web sitesi üzerinden almış olduğu ürün ya da hizmet sonucunda, gelecekte yine aynı siteden satın alma niyeti e-sadakat olarak tanımlanmıştır. Müşteri sadakatini oluşturmak online alışveriş siteleri için zor bir süreçtir. Bunu sağlayabilmenin ön şartlarının müşteri memnuniyetinin ve güveninin sağlanması ve uzun vadeli müşteri ilişkilerinin geliştirilmesi olduğu ifade edilmektedir (Eid, 2011).

Online alışveriş müşteri güveni

Online alışveriş sitelerinde müşteri güveni, müşterinin alışveriş sırasında ya da sonrasında bir güvenlik açığı tespit etmesi durumunda, duymak zorunda olduğu güvenme isteğidir (Erçetin, 2015). Diğer bir deyişle müşteri güveni, müşterinin satıcıya karşı savunmasız kaldığı durumlarda online alışveriş sitelerine duyulan güven şeklinde açıklamaktadır (Hou, 2005; Rewatkar 2012). Eid (2011)

ise müşteri tarafından e-satıcının bilindiği belirli özelliklerinin yanı sıra satıcının gelecekte müşterilerine uygulayacağı davranışlar karşısında, müşteri tarafından duyulan inançlar kümesi şeklinde tanımlanmaktadır. Özgüven (2011) yaptığı çalışma sonucunda tasarlanan web sitesinin müşteriye güven vermesi ve bunun için tüm güvenlik önlemlerinin alınması gerektiğini belirtmiştir. Müşteri memnuniyeti sadakata giden yolda önemli bir belirleyici olsa da, online alışveriş siteleri için güven faktörü de siteye olan sadakati belirlemede önemli bir rol oynamaktadır. Yapılan çalışmalarda müşteri güveninin, müşteri sadakati için önemli bir etken olarak tanımlandığı görülmektedir (Chaudhuri ve Holbrook, 2001; Garbarino ve Johnson, 1999). Buna ilaveten bir siteye güvenen müşterinin ürüne olumlu tutum geliştirmesi, iyi bir bedel ödemesi, sadık kalması ve satın almaya yönelik ağızdan ağıza olumlu konuşma olasılığı daha fazladır (Chaudhuri ve Holbrook, 2001; Wu, 2013).

Değer

Algılanan değer, ürünün müşteriye maliyeti ile sağladığı yararın birleşimi sonucu oluşur ve müşterinin alışveriş niyetini ve davranışını etkiler (Lai vd., 2009). Müşteriler ödedikleri ücrete karşılık elde ettikleri değerleri diğer alternatiflerle karşılaştırıp en iyi değeri sağlayacakları ürünü seçerler. Beklentileri algıladıkları değeri karşıladığı ya da aştığında ürünün satın alınmaya değdiğine karar verirler. Mathwick ve arkadaşları (2001) da değer elde etmenin temel bir satın alma hedefi ve bütün başarılı takas işlemlerinde esas olduğunu belirtmişlerdir. Kaya ve Özen (2012) yaptıkları çalışma sonucunda değer algısının satın alma üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğunu belirtmişlerdir. Eğer algıladıkları değer düşükse bu değeri yükseltmek için rakip markaların ürünlerini satın almak için daha eğilimli hale geleceklerdir (Parasuraman ve Grewal, 2000; Sirdeshmukh vd., 2002; Srinivasan vd., 2003). Buna ilaveten değer algısı düşük olduğunda online alışveriş siteleri diğer alışveriş siteleri ile rekabet edebilmek için daha fazla çaba sarf edecek ve bu durum müşteri güven veya sadakatinin azalmasına da sebep olacaktır (Chen, 2012). Bu doğrultuda müşteri tarafından algılanan ürünün değerinin müşteri memnuniyet ve güvenini olumlu yönde etkileyecektir.

H1: Online alışveriş sitelerine ilişkin müşterilerin değer algısı (DEG) arttıkça online müşteri güveni (GUV) artar.

Fayda

Online alışveriş sitelerinden yapılan alışveriş sürecinde müşterilerin bu sitelerden sağlayacağı faydalar (kullanışlılık, satın almayı kolaylaştırma, hızlı araştırma imkânı sağlama ve seçenekleri arttırma) doğrultusunda edindikleri algılardır (Pavlou, 2003). Fayda algısı, ilk olarak Teknoloji Kabul Modelinde tanımlanmış olup bu modelde kullanıcıların bilgi sistemlerini kullanımı hakkındaki inançlarını şekillendirdiği belirtilmiştir. Buna ilaveten müşterinin gerçekleştireceği olumlu bir online alışveriş deneyimi alışveriş ortamı olarak İnternet'e karşı gelişecek tutumlar, bu alışverişten sağlanacak faydalar ve sonunda oluşacak fayda

algısı ile yakından ilişkilidir (Doolin vd., 2005). Online alışveriş sitesi müşteriye alışveriş için bilgi sağladığında ve ürün çeşitliliği sunduğunda müşteriler online alışveriş hizmetleri hakkında memnuniyet ve güven duyguları geliştirmeleri daha olasıdır (Devaraj vd., 2002; Pavlou, 2003). Gelişecek olumlu fayda algısının kullanıcı memnuniyet ve güvenini belirlemede önemli bir rol oynayacağı düşünülmektedir (Bhattacharjee, 2001).

H2: Online alışveriş sitelerine ilişkin müşterilerin fayda algısı (FAY) arttıkça online müşteri güveni (GUV) artar.

Kişiselleştirme

Kişiselleştirme, online alışveriş sitelerinin müşterilerine ürün veya hizmetleri kendi zevk ve tercihleri doğrultusunda kişiselleştirmelerine imkan sağlayacak işlemsel ortam sunmasıdır (Srinivasan vd., 2002). Online alışveriş siteleri satışları artırmak ve müşteri sadakatini sağlamak için kullanıcılarına kişiselleştirilmiş alışveriş deneyimi sunmaktadırlar (Schrage, 1999). Kişiselleştirme aynı zamanda online müşterinin gerçekten ne istediğine hızlı bir şekilde odaklanmasını sağlayarak hızlı bir tercih yapmasını da sağlar (Shostak, 1987). Sherbill de (2014) kişiselleştirme çalışması yapan online alışveriş sitelerinin satışlarının arttığını rapor etmiştir. Oypan (2017) e-müşterilerin online alışveriş yaparken kendilerini özel hissetmek istediklerini ve bu tür hizmetler sunan firmaları daha çok tercih ettiklerini rapor etmiştir. Bunun yanında kişiselleştirilmiş site ile bireyler zamanlarını daha verimli kullanıp işlemlerini hızlı bir şekilde tamamlayabilirler. Öztürk ve diğerleri tarafından (2012) yapılan çalışma sonucunda da düşük e-sadakati olanlar ile yüksek e-sadakati olanları ayırmada en önemli unsurlardan birinin kişiselleştirme olduğuna vurgu yapılmıştır. Sağladığı bu avantajlar doğrultusunda online müşteriler tekrar online alışveriş sitesini ziyaret edip alışveriş yapma ihtimalleri artacaktır.

H3: Online alışveriş sitelerine ilişkin müşterilerin kişiselleştirme (KIS) algısı arttıkça online müşteri güveni (GUV) artar.

Kontrol

Kontrol algısı, müşterilerin online alışveriş sitesinin içeriğine erişim, arama ve değerlendirme süreçleri üzerinde kontrol sahibi olma derecesi hakkındaki duyguları ile ilgilidir (Rose vd., 2011). Buna ilaveten alışveriş sürecinde ne yapacaklarını bilmeleri ve satın alma kararını vermede kontrolün kendilerinde olduğunu hissetmeleri de kontrol algısını oluşturmaktadır. İnternetin faydalarından biri, müşterilere sunduğu bilgi derinliği olup alışveriş sürecinde müşterilerin donanımlı olduklarını, kontrolün kendilerinde olduğunu hissetmeleri önemlidir. Online alışveriş sürecinde kontrol algısının olumlu olması online alışveriş sitelerinden alışveriş yapan müşterilerin güvenini de olumlu yönde etkilemesi beklenebilir.

H4: Online alışveriş sitelerine ilişkin müşterilerin kontrol algısı (KON) arttıkça online müşteri güveni (GUV) artar.

Online alışveriş öz-yeterlilik

Online alışveriş öz-yeterliliği, müşterilerin online olarak bilgi, fiyat araştırması ve satın alma beceri düzeyleri hakkındaki müşteri algısıdır. Diğer bir tanımda online alışveriş öz-yeterliliği tüketici sosyalleşmesi sonucu meydana gelen çıktı olup bireyin yeterliliğine katkıda bulunan belirli tüketici becerilerinin edinilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Bu değişken, e-müşterilerin ne kadar rahatlıkla online alışveriş sitelerinden bilgi toplayıp alışveriş yapabildiklerinin de bir göstergesidir (Chuang vd., 2015). Rowley (2006) online alışveriş sitelerinin müşteri memnuniyeti yönetiminde online alışveriş öz-yeterlilik düzeyini artırıcı stratejiler benimsemeleri gerektiğine dikkat çekmiştir. Shih de (2004) öz-yeterlilik düzeyi yüksek müşterilerin online alışverişe daha olumlu yaklaşımlar sergileyeceklerini rapor ederken Sanchez-Franco and Roldan (2005) de e-hizmet kalitesini, memnuniyeti ve güveni olumlu yönde etkileyeceğini vurgulamışlardır.

H5: Online alışveriş sitelerine ilişkin müşterilerin online alışveriş öz yeterlilik algısı (OZY) arttıkça online müşteri güveni (GUV) artar.

Risk

Risk bir ürüne ait değişken olup ürünün fiyatı ve belirsizliğe göre değişir. Risk algısı müşterilerin satın alma kararının sonuçlarını öngöremediklerinde karşılaştıkları belirsizlik olarak tanımlanmaktadır (Shiffman ve Kanuk, 2000). Müşteri davranışını şekillenmesinde rol oynar ve özellikle online alışveriş siteleri müşterileri için önemlidir (Doolin vd., 2005). Yapılan bir diğer çalışma sonucunda da yaşanan olumlu deneyimler sonucu risk algısının yerini algılanan avantaja bıraktığıdır (Saydan, 2008). Müşteriler tarafından algılanan risk, online alışveriş önündeki önemli engellerden biri olarak tespit edilmiş olup online alışveriş siteleri de müşterilerin risk endişelerini gidermek için gereken adımları güvenlik teknolojileri, bilinçlendirme kampanyaları ve güvenlik politikaları ile atmaktadırlar (Chung ve Chang, 2005; Liao ve Cheung, 2002; Nicolas vd., 2008).

H6: Online alışveriş sitelerine ilişkin müşterilerin risk algısı (RIS) arttıkça online müşteri güveni (GUV) azalır.

H7: Online müşteri güveni (GUV) online müşteri sadakati (SAD) üzerinde pozitif etkiye sahiptir.

YÖNTEM

Bu çalışmanın yöntemi tanımlayıcı yöntem modellerinden olan alan taramasıdır (survey). Alan taramalarında genellikle örneklem geniş tutulup anketlerle nicel veriler toplanır. Toplanan nicel verilerin istatistiki çözümlenmesinden sonra genellemelere gidilmeye çalışılır (Gökdağ, 2013).

Online alışveriş sitesi müşteri algıları, müşteri güven ve sadakatinde ele alınan gizil değişkenler arasındaki nedensel ilişkilerin elde edilebilmesi ve bu faktörler arasındaki ilişkilerin istatistiksel anlamlılığının değerlendirilmesi için Yapısal Eşitlik Modelli (YEM) kullanılmıştır. YEM gözlenen ve gizil değişkenler arasındaki nedensel ve karşılıklı ilişkilerin bir arada bulunduğu modellerin test edilmesi için kullanılan kapsamlı istatistiksel bir yaklaşımdır. Bir konu ile ilgili yapısal kuramın çok değişkenli analizine hipotez testi yaklaşımı getiren istatistiksel yöntemler dizisidir (Byrne, 1994; Kline, 1998; Raykov ve Marcoulides, 2006; Reisinger ve Turner, 1999; Timm, 2002; Tomer, 2003;).

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu Ankara'daki bir devlet üniversitesinin eğitim fakültesinde 2015-2016 öğretim yılı bahar döneminde öğrenim gören 553 öğrenciden oluşmaktadır. Araştırmanın kuramsal modelinin test edilmesi sürecinde İlköğretim ve Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi (BÖTE) Bölümlerinden 553 öğrenciye ait verilerden yararlanılmıştır. TÜİK araştırmasına göre bilgisayar ve İnternet kullanım oranının en yüksek olduğu yaş grubu 16-24'tür ve bu yaş grubunu 25-34 yaş grubu izlemektedir. Ayrıca İnternet ve bilgisayarı en çok kullanan kesimin üniversite öğrencileri olduğu belirtilmektedir. Bu araştırmaya katılan öğrencilere ait betimsel istatistiklerin sunulduğu Tablo 1'e göre çalışma grubunda bulunan öğrencilerin 530'u (%96) 20-24 yaş aralığındadır. Bu tür çalışmalarda katılımcıların üniversite öğrencileri arasından seçilmesinin bulguların genellenebilirliğini sınırlamaktadır. Fakat online alışveriş sitelerindeki ürünler hakkında araştırmalar yapmak için daha fazla zaman harcama eğilimleri (Sorice vd., 2005; Saydan, 2008) ve online alışverişe daha meyilli olmalarından dolayı (Taylor vd., 2004) bir çok çalışmada üniversite lisans öğrencilerinin tercih edildiği görülmektedir.

Tablo 1: Araştırmaya Katılan Çalışma Grubuna ait Demografik Özellikleri

Cinsiyeti	Sayı	%	İnternet Kullanma Süresi (Yıl)	Sayı	%
Kadın	464	83,9	1'den az	1	0,2
Erkek	89	16,1	1 - 2	4	0,7
Yaşı	Sayı	%	2 - 3	27	4,9
15 - 19	22	4	3 - 5	62	11,2
20 - 24	530	95,8	5'ten fazla	458	82,8
25 - 29	1	0,2	Günlük İnternet Kullanma Süresi (saat)	Sayı	%
30 - 34	-	-	1'den az	35	6,3
35 - 39	-	-	1-3	198	35,8
40 - 44	-	-	3-5	139	25,1
45'ten fazla	-	-	5-7	111	20,1
			7-9	40	7,2
Sınıfınız	Sayı	%	9'dan fazla	30	5,4
1.Sınıf	9	1,6	Online Alışveriş Sitesi Alışveriş Sıklığı	Sayı	%
2.Sınıf	215	38,9	Hemen hemen her gün	1	0,2
3.Sınıf	324	58,6	Haftada bir kez	12	2,2
4.Sınıf	4	0,7	Ayda bir kez	90	16,3
Diğer Sınıflar	1	0,2	Yılda birkaç kez	450	81,3
Anabilim Dalınız	Sayı	%	Online Alışveriş Sitesi Tercih Nedeni	Sayı	%
BÖTE	33	6	Çeşitlilik	38	6,9
Fen Bilgisi Öğretmenliği	109	19,7	Fiyat Avantajı	130	23,4
Matematik Öğretmenliği	104	18,9	Kolaylık /Rahatlık	62	11,2
Okul Öncesi	99	17,9	Zamandan Tasarruf	31	5,7
Sınıf Öğretmenliği	120	21,7	Hepsi	292	52,8
Sosyal Bilgiler	88	15,9			

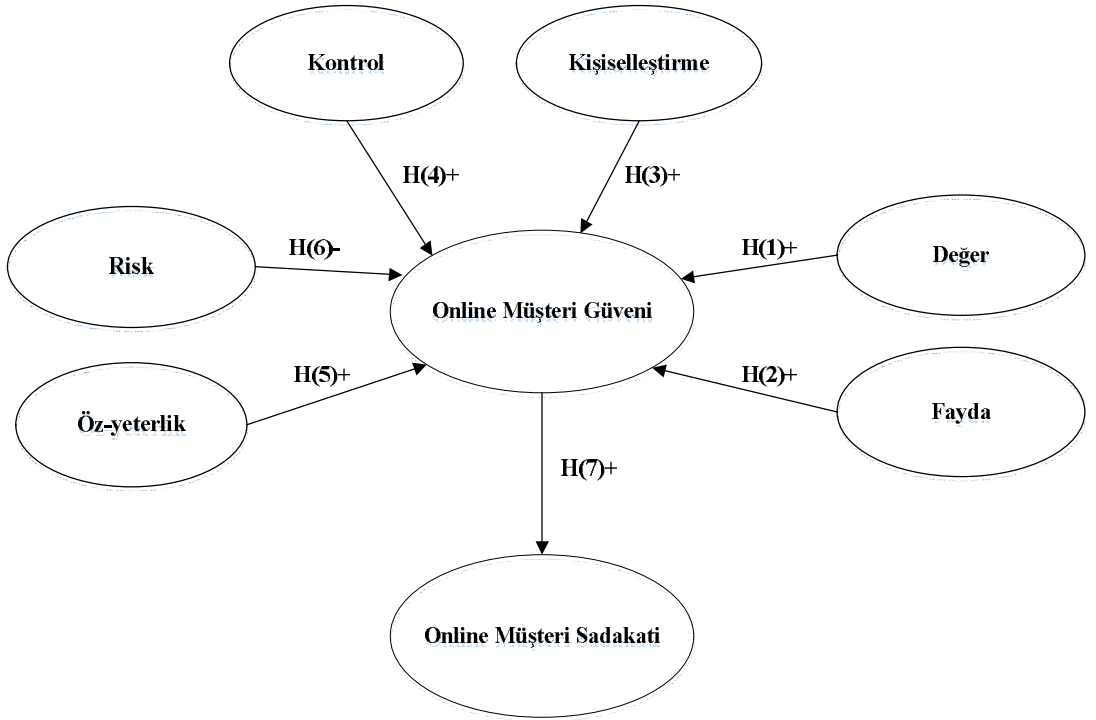
Tablo 1’de görüldüğü gibi katılımcıların 464’ü (%83,4) kadın, 89 (%16,1) katılımcı ise erkektir. Katılımcıların 450’si (%81,3) yılda birkaç kez, 90’ı (%16,3) ayda bir kez ve 12’si (%2,2) haftada bir kez online alışveriş sitelerinden alışveriş yaptıklarını belirtmişlerdir. Katılımcılara online alışveriş sitelerini tercih nedenleri sorulduğunda 292’si (%52,8) çeşitlilik, fiyat avantajı, kolaylık, rahatlık ve zamandan tasarruf sağladığı şeklinde sunulan nedenlerinin hepsi şeklinde ifade etmişlerdir.

Kuramsal Model ve Hipotezler

Kuramsal modelin geliştirme sürecinde ilk olarak literatür araştırması yapılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda online alışveriş siteleri müşteri güven ve sadakatini etkilediği düşünülen müşteri algıları tespit edilmiştir. Araştırmada, online alışveriş siteleri müşterilerinin kişisel kaynaklı oluşan müşteri algılarının müşteri güven ve sadakate ilişkin olarak önerilen kuramsal model aşağıda verilen Şekil 1’de tanımlanmıştır. Gizil değişkenler kullanılarak, Değer Algısı (DEĞ), Fayda Algısı (FAY), Kişiselleştirme Algısı (KİS), Kontrol Algısı (KON), Özyeterlilik Algısı (OZY), Risk Algısı (RIS), Online Müşteri Güveni (GUV) ve Online Müşteri Sadakati (SAD) arasındaki nedensel ilişkiler açıklanmaya çalışılmıştır. Nedensel ilişkilerin açıklanmasında öncelikle kişisel kaynaklı oluşan müşteri algılarının online müşteri sadakatini online müşteri güveni aracı

değişkeniyle açıklayacağı varsayılmıştır. Bu gizil değişkenler arasındaki ilişkiler ve ilgili hipotezler Şekil 1’de ve araştırma hipotezleri Tablo 2’de görülmektedir.

Şekil 1: Araştırma Modeli



Tablo 2: Araştırmanın Kuramsal Modeli İçin Hipotezler

Hipotezler
H1: Online alışveriş sitelerine ilişkin müşterilerin değer algısı arttıkça online müşteri güveni artar. (DEG →GUV)
H2: Online alışveriş sitelerine ilişkin müşterilerin fayda algısı arttıkça online müşteri güveni artar. (FAY→GUV)
H3: Online alışveriş sitelerine ilişkin müşterilerin kişiselleştirme algısı arttıkça online müşteri güveni artar. (KİS→GUV)
H4: Online alışveriş sitelerine ilişkin müşterilerin kontrol algısı arttıkça online müşteri güveni artar. (KON →GUV)
H5: Online alışveriş sitelerine ilişkin müşterilerin online alışveriş öz-yeterlilik algısı arttıkça online müşteri güveni artar. (OZY→ GUV)
H6: Online alışveriş sitelerine ilişkin müşterilerin risk algısı arttıkça online müşteri güveni azalır. (RIS →GUV)
H7: Online alışveriş müşteri güveninin müşteri sadakati üzerinde pozitif etkiye sahiptir. (GUV →SAD)

Veri Toplama Aracı

Kuramsal modeli test etmek ve araştırma hedeflerine ulaşmak amacıyla oluşturulan ölçek Ankara'daki bir devlet üniversitesi eğitim fakültesindeki öğrencilere uygulanmıştır. Literatür araştırması sonucu ilgili makalelerden ölçek maddeleri derlenmiştir. Ölçekte yer alması uygun görülen maddeler için araştırmacılarla elektronik mail aracılığıyla iletişime geçilmiş ve gerekli izinler alınmıştır. Ölçekte yer alan maddelerin tamamı 7'li Likert ölçeğine göre ölçeklenmiştir (1 Kesinlikle Katılmıyorum' dan; 7 Kesinlikle Katılıyorum).

Tablo 3: Ölçme Aracındaki Faktörler ve Madde Sayıları

Faktör adı	Madde sayısı	Maddelerin derlendiği kaynaklar
Değer	4	Chen (2012)
Fayda	4	Wu (2013)
Kişiselleştirme	4	Rose vd. (2012)
Kontrol	4	Rose vd. (2012)
Online Alışveriş Öz-yeterlilik	3	Hill ve Beatty (2011)
Risk	4	Bianchi ve Andrews (2012); Corbitt vd. (2003)
Müşteri Güveni	5	Eid (2011)
Müşteri Sadakati	4	Eid (2011)
Toplam madde sayısı	32	

Tablo 3'te ölçme aracındaki faktörler, madde sayıları ve maddelerin derlendiği kaynaklar görülmektedir. Ölçek iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların cinsiyet, yaş, sınıf, İnternet kullanma süresi, günlük İnternet kullanma süresi, online alışveriş sitesi alışveriş sıklığı, tercih nedenleri ve satın aldıkları ürünlerin sorulduğu demografik bilgilere ait sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde ise katılımcılara araştırmanın kuramsal modelindeki yapılar ile ilgili görüşlerin sorulduğu 8 boyutta toplam 32 madde bulunmaktadır.

Derlenen maddelerin orijinal dili İngilizce olduğu için dilsel eşdeğerliği sağlamak amacıyla ilk aşamada özgün maddeleri Türkçe'ye çevirecek kişiler belirlenmiştir. Belirlenen kişilerden birincisi lisansını İngilizce eğitim yapan üniversitede tamamlamış, yüksek lisans ve doktorasını yurtdışında tamamlamış bir öğretim üyesidir. İkincisi de yüksek lisans ve doktorasını yurtdışında tamamlamış bir öğretim üyesidir. Son olarak üçüncü kişi Üniversitelerarası Dil Sınavı'ndan (ÜDS) yüksek puan almış yönetim bilişim sistemleri alanında bir öğretim üyesidir. Özgün maddeler Türkçe'ye çevrildikten sonra, ölçek maddeleri üzerinde ortak yapılar alınarak tek bir Türkçe form elde edilmiştir. İkinci aşamada elde edilen Türkçe form maddeleri, Türk Dili ve Edebiyatı bölümündeki iki öğretim üyesi tarafından dil bilgisi kuralları, akıcılık ve anlaşılabilirlik kriterlerine göre değerlendirilmiştir. Bu işlemden sonra, tekrar uygun düzeltmeler yapılmıştır. Üçüncü aşamada elde edilen Türkçe form maddeleri Gazi Üniversite'sinde öğrenimine devam eden beş yüksek lisans ve doktora öğrencisine uygulanmıştır. Bu sayede her bir maddenin öğrenciler tarafından anlaşılıp anlaşılmadığı öğrenilmeye çalışılmıştır. Kontrol algısının birinci ve üçüncü maddeleri ile fayda

algısının birinci maddesinde dönütler doğrultusunda değişiklikler yapılmıştır. Bu maddelerin dışında diğer maddelerin anlaşılır olduğu belirtilmiştir. Bu üç aşama sonucunda ölçeğin dilsel eşdeğerliliğinin sağlandığına karar verilmiştir. Ölçeğin taslak formunda yer alan maddelerin müşteri memnuniyetini ölçmedeki yeterliliğini ve amaca uygunluğunu belirlemek amacıyla da 4 alan uzmanından görüş alınmıştır. Uzmanlardan her bir madde hakkında “Gerekli”, “Yararlı ancak gerekli değil” ve “Gerekli değil” şeklinde görüşlerini belirtmeleri ve önerilerde bulunmaları istenmiştir. Öneriler doğrultusunda gerekli düzeltmeler yapılarak ölçeğin son haline ulaşılmıştır.

Verilerin Analizi

Kuramsal modelin, verilerle ne derece uyum gösterdiğini belirlemek için DFA (doğrulamalı faktör analizi), LISREL 8.72 bilgisayar programında gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçlarının değerlendirilmesinde maddelerin t değerleri, hata varyansları ve standart yükleri kontrol edilmiştir. Kuramsal modelin gerçek verilerle uyumunu değerlendirmek amacıyla çalışmalarda en sık kullanılan yedi indeks incelenmiştir: Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (Root Mean Square Error of Approximation, RMSEA), Normlandırılmış uyum indeksi (The Normed Fit Index, NFI), Normlandırılmamış uyum indeksi (The Non-Normed Fit Index, NNFI), Karşılaştırmalı uyum indeksi (Comparative Fit Index, CFI), Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index, CFI), Uyum iyiliği indeksi (Goodness-of-fit index, GFI) ve Düzeltilmiş İyilik Uyum İndeksleri (Adjusted Goodness of Fit Index, AGFI) (Cole ve Maxwell, 2003; Sümer, 2000). Buna ilaveten ki-kare (χ^2) değeri örneklem büyüklüğünden etkilendiği ve geniş örneklemelerde olumlu sonuç verdiği için analizlerde ki-karenin serbestlik derecesine (χ^2/sd) oranına bakılmıştır (Tabachnick vd., 2001).

BULGULAR

Veri analizi için YEM uygulanmış ve DFA LISREL 8.72 bilgisayar programında gerçekleştirilmiştir. İlk olarak verilerin tanımlanma işlemi gerçekleştirilmiş ve DFA için kovaryans matrisi tanımlanmıştır. Daha sonra her bir analiz için sözdizim dosyası hazırlanarak analizler başlatılmıştır.

İlk olarak kuramsal modelde bulunan sekiz ölçme modelinin faktör yapısı DFA ile sınanmıştır. Yapılan analizlerin sonuçlarının değerlendirilmesinde ilk kontrol edilen gözlenen değişkenlerin t değerlerinin anlamlılık düzeyidir. Parametre tahminleri 1,96'yı aşarsa 0,05 düzeyinde ve 2,56'yı aşarsa 0,01 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır (Çokluk vd., 2010). İkinci kontrol edilen hata varyansları olup ölçme modelindeki hata varyanslarının düşük olması (<0,90) istenen bir durumdur. Son olarak her bir ölçme modelinin doğrulanıp doğrulanmadığını test etmek için uyum indeksleri (χ^2/sd , RMSEA, GFI, CFI ve NFI) değerlendirilmiştir. Değerlendirmeler sonucunda kuramsal modelde bulunan

sekiz ölçme modeli doğrulanmıştır. Kuramsal modeldeki sekiz ölçme modeli doğrulandıktan sonra bu çalışmada önerilen ve Şekil 1’de görülen kuramsal modele DFA uygulanmıştır. Tablo 4’de kuramsal modelin YEM sonuçları görülmektedir.

Tablo 4 incelendiğinde ölçekte yer alan tüm maddelerin path katsayıları (standartlaştırılmış faktör yükleri) 0,60 ile 0,90 arasında değişmektedir ve bu path katsayıları parametrik sınamada t değerlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. DFA ile sınanan kuramsal modelin hata varyansları R3 hariç 0,17 ile 0,75 değerleri arasında olup 0,90’dan küçüktür.

Tablo 4’te ilgili ölçekten elde edilen veriler için yapı güvenirliği (Fornel ve Larcker, 1981) elde edilmiştir. Yapı güvenirlik düzeyinin her bir boyut için 0,70’den büyük olduğu görülmektedir ve ölçme sonuçlarının güvenirliğinin bir kanıtı olarak ifade edilebilir (Nunnally ve Bernstein, 1994). Yakınsama geçerliği için ise faktör yüklerinin 0,50 değerinden ve ortalama açıklanan varyans (OAV) değerlerinin de 0,50 değerinden büyük olup olmadığı incelenmiştir. Tablo 4’de görüldüğü gibi hem her bir maddenin path katsayıları (madde yükünün) 0,50’den büyük olması hem de her bir boyut için OAV değerlerinin 0,50 değerinden büyük olması yakınsama geçerliğinin kanıtı olarak gösterilebilir (Fornel ve Larcker, 1981; Peterson, 2000). Buna göre Tablo 4’de verildiği gibi kuramsal modeldeki her boyut için elde edilen ortalama açıklanan varyans değerleri 0,52 ve 0,80 arasında değişen değerler aldığı ve yapısal güvenirlik değerlerinin her birinin OAV değerlerinden büyük olduğu görülmektedir ve bu durum yakınsama geçerliliğinin kanıtı olarak ifade edilebilir.

Tablo 4: Kuramsal Model İçin YEM Sonuçlar

Maddeler	Hata Varyansları	Path Katsayıları	t Değerleri ¹	Yapı Güvenirliği	Ortalama Açıklanan Varyans	R ²
Değer Algısı						
D1	0,31	0,83	23,55***	0,87	0,64	0,69
D2	0,17	0,91	27,15***			0,83
D3	0,22	0,89	26,03***			0,78
D4	0,75	0,50	12,97***			0,25
Fayda Algısı						
F1	0,25	0,87	25,27***	0,92	0,75	0,75
F2	0,14	0,93	28,24***			0,86
F3	0,38	0,79	21,73***			0,62
F4	0,24	0,87	25,53***			0,76
Kisiselleştirme Algısı						
Ki1	0,49	0,72	18,73***		0,63	0,51
Ki2	0,24	0,87	24,83***			0,76
Ki3	0,23	0,88	25,13***			0,77
Ki4	0,52	0,69	17,87***			0,48
Kontrol Algısı						
Ko1	0,36	0,80	22,32***	0,88	0,73	0,64
Ko2	0,20	0,89	26,51***			0,80
Ko3	0,23	0,88	25,70***			0,77
Ko4	0,28	0,85	24,42***			0,72
Online Alışveriş Öz yeterlilik Algısı						
O1	0,26	0,86	24,72***	0,90	0,75	0,74
O2	0,15	0,92	27,51***			0,85
O3	0,34	0,82	22,74***			0,66
Risk Algısı						
R1	0,24	0,87	24,94***	0,83	0,58	0,76
R2	0,14	0,93	27,25***			0,86
R3	0,94*	0,56	6,23**			0,06
R4	0,37	0,79	21,65***			0,64
Online Müsteri Güveni						
G1	0,27	0,86	-	0,91	0,69	0,73
G2	0,21	0,89	28,36***			0,79
G3	0,31	0,83	24,86***			0,69
G4	0,26	0,86	26,68***			0,74
G5	0,53	0,68	-			0,47
Online Müsteri Sadakati						
S1	0,40	0,77	13,85***	0,86	0,63	0,60
S2	0,46	0,74	21,37***			0,54
S3	0,24	0,87	21,19***			0,76
S4	0,40	0,78	18,79***			0,60
Standartlaştırılmış t değerleri katsayılar (beta)						
DEG → GUV	0,29	5,44**				
FAY → GUV	0,12	2,71**				
KİS → GUV	0,05	1,35				
KON → GUV	0,42	6,95**				
OZY → GUV	0,01	0,15				
RİS → GUV	-0,10	-3,15**				
GUV → SAD	0,83	17,79***				

¹t-değerleri *p < .05; **p < .01; ***p < .001 düzeyinde anlamlıdır.

Ayırt edici geçerlik için kuramsal modelin boyutları arasındaki korelasyonlardan ve OAV değerlerinin karekökünden yararlanılmaktadır. Buna göre herhangi boyuttaki OAV'nin karekökünün o boyutun diğer boyut ile

aralarındaki korelasyondan ve aynı zamanda 0,50 değerinden küçük olmaması gerekmektedir (Fornel ve Larcker, 1981).

Tablo 5: Müşteri Algılarının Betimsel Değerleri, Faktörler Arasındaki Korelasyon ve OAV Değerlerinin Karekökü

Faktörler	Sembol	Ortalama	Std. Sapma	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]
Fayda	[1]	5,15	1,43	0,86					
Kişiselleştirme	[2]	4,80	1,66	0,50	0,79				
Değer	[3]	4,17	1,63	0,69	0,48	0,80			
Kontrol	[4]	4,62	2,00	0,62	0,54	0,73	0,85		
Risk	[5]	3,93	1,79	-0,15	0,04	-0,15	-0,17	0,76	
Online Alışveriş Öz-yeterlik	[6]	4,92	1,56	0,59	0,52	0,65	0,75	-0,02	0,86

Tablo 5'in sağ tarafında kuramsal modelin boyutları arasındaki korelasyon matrisi verilmiştir. Korelasyon matrisinin köşegen elemanları OAV'nin karekökünü (koyu olan değerler) ve köşegen dışı elemanlar ise boyutlar arasındaki korelasyon değerlerini göstermektedir. Tablo 5'te görüldüğü gibi her bir boyuttan hesaplanan OAV değerlerinin karekökü diğer alt boyutlar ile olan korelasyon (paylaşılan varyans) değerlerinden daha büyüktür. Örneğin fayda boyutunun OAV karekökü 0,86 olup bu boyutun diğer boyutlarla olan korelasyonundan daha büyüktür. Bu durum diğer tüm boyutlar için de geçerli olduğu Tablo 5'te görülmektedir. Bu değerler doğrultusunda ölçeğin ayırt edicilik geçerliğinin sağlandığı görülmektedir.

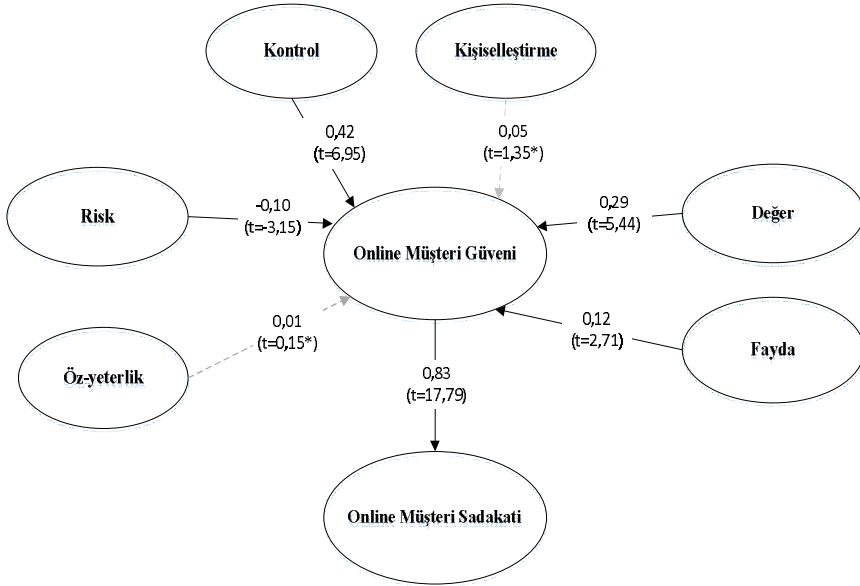
Tablo 6: Kuramsal Model İçin Uyum Ölçütleri

Uyum Ölçütü	Değeri	Uyum
$\chi^2 / (d=439)$	3	İyi Uyum
RMSEA	0,06	İyi Uyum
NFI	0,97	Mükemmel Uyum
NNFI	0,98	Mükemmel Uyum
CFI	0,98	Mükemmel Uyum
GFI	0,87	Kabul Edilebilir Uyum
AGFI	0,85	Kabul Edilebilir Uyum

LISREL 8.72 ile kuramsal model için hesaplanan uyum iyiliği istatistikleri Tablo 6'da yer almaktadır. Kuramsal model için Tablo 6'daki uyum ölçütleri incelendiğinde GFI ve AGFI kabul edilebilir uyum, RMSEA ile χ^2/d iyi uyum gösterirken NFI, NNFI ile CFI mükemmel uyum göstermektedir. Tablo 6'da yer almayan uyum ölçütlerinden biri araştırma örnekleminin yeterliliğinin değerlendirildiği "kritik N" (Critical N-CN) değeridir. YEM' de 200 ve daha üstü

bir değer kritik N istatistiği açısından yeterli model uygunluğu göstergesi olarak kabul edilmektedir (Bollen, 1989). CN, model uygunluğunun ötesinde örneklem sayısının yeterliliğini değerlendirilmekte kullanılmaktadır (Jöreskog ve Sörbom, 1993). Kuramsal model için kritik N değeri 222.21 olarak hesaplanmıştır. Bu değer araştırmada kullanılan 553 birimlik çalışma grubunun yeterli olduğunu göstermektedir. Uyum ölçütleri değerlendirildiğinde kuramsal modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğuna karar verilmiştir.

Şekil 2: Kuramsal Modele İlişkin Yapısal Eşitlik Modeli



Kuramsal modelde yer alan bağımlı ve bağımsız gizil değişkenler arasındaki nedensel ilişkiler Şekil 2’de görülmektedir. Şekil 2 incelendiğinde DEG ile GUV arasındaki katsayı 0,29 olarak bulunmuştur. Bu değer, değer algısı arttıkça online müşterilerin online alışveriş sitelerine güveninin de artacağını göstermektedir. DEG’deki bir puanlık artış GUV’de 0.29 puanlık artışa neden olacaktır. Bu ilişkinin ifade edildiği H1 hipotezi istatistiksel olarak desteklenmiştir. İfade edilen ilişki için belirlilik katsayısı (R^2) 0.08 olarak hesaplanmış olup belirlilik katsayısı, bağımlı değişkende bağımsız değişkenle açıklanan değişimin ölçüsü göstermektedir. GUV’un % 8’i DEG tarafından açıklanmaktadır.

FAY ile GUV arasındaki katsayının 0,12 olduğu Şekil 2’de görülmekte olup fayda algısındaki bir puanlık artış GUV’de 0,12 puanlık artışa neden olduğundan H2 hipotezi de istatistiksel olarak desteklenmiştir. Buna ilaveten GUV’un sadece %1’i FAY tarafından açıklanmaktadır. Online alışveriş sitelerinden alışveriş yapmanın faydalı olduğu yönündeki olumlu bir algı online alışveriş siteleri müşterilerinin güvenini de arttıracaktır.

KIS ile GUV arasındaki katsayı 0,05 olarak bulunmuş olup t değeri (1,35) istatistiksel olarak anlamlı olmadığından bu iki gizil değişken için formüle edilen H3 hipotezi istatistiksel olarak desteklenememiştir. Online alışveriş sitelerinde bulunan kişiselleştirmeye yönelik özellikler müşteri güvenini etkilememektedir.

KON ve GUV gizil değişkenleri arasındaki katsayı 0,42 ile en yüksek değere sahip olup, GUV'un %18'i ($R^2 = 0,18$) KON tarafından açıklanmaktadır. Bunun sonucu olarak H4 hipotezi istatistiksel olarak kabul edilmiştir. Bu doğrultuda online alışveriş sitesi müşterilerinin alışveriş sürecinde kontrole sahip oldukları yönündeki olumlu algıları müşteri güveni de olumlu yönde etkileyeceği sonucuna ulaşılmıştır.

Şekil 2'de görüldüğü gibi OZY ile GUV arasındaki katsayı 0,01 olup t değeri de 0,15 olduğundan H5 hipotezi istatistiksel olarak desteklenemediği için reddedilmiştir. Online alışveriş sitesi müşterilerinin online alışveriş öz-yeterlilik algısı müşteri güveni üzerinde etkisi bulunmamaktadır.

Online alışveriş sitelerinden alışveriş yapan müşterilerdeki risk algısı ile müşteri güveni arasında negatif yönlü bir ilişkinin varlığı belirlenmiştir. Bu iki gizil değişken arasındaki ilişkiyi açıklayan katsayının değeri -0,10' dur. Risk algısında meydana gelecek bir puanlık artış güvende -0,10 puanlık azalışa neden olacaktır. Online alışveriş sitelerine ilişkin risk algısı arttıkça online alışveriş sitelerine müşteri güveni azalacak olup H6 hipotezi istatistiksel olarak desteklenmiştir.

GUV ile SAD arasındaki katsayının 0,83 olduğu Şekil 2'de görülmektedir. Bu değer online alışveriş sitelerine müşteri güveninin arttıkça online müşterilerin online alışveriş sitelerine sadakatinin de artacağını göstermektedir. GUV' deki bir puanlık artış SAD'da 0,83 puanlık artışa neden olacaktır. Bu ilişkinin ifade edildiği H7 hipotezi istatistiksel olarak desteklenmiştir. İfade edilen ilişki için belirlilik katsayısı (R^2) 0,70 olarak hesaplanmış olup SAD'ın % 70'i GUV tarafından açıklanmaktadır.

Tablo 7: Hipotez Sonuçları Özeti

Hipotezler	Sonuç
H1: Online alışveriş sitelerine ilişkin müşterilerin değer algısı arttıkça online müşteri güveni artar. (DEG → GUV)	Desteklendi
H2: Online alışveriş sitelerine ilişkin müşterilerin fayda algısı arttıkça online müşteri güveni artar. (FAY → GUV)	Desteklendi
H3: Online alışveriş sitelerine ilişkin müşterilerin kişiselleştirme algısı arttıkça online müşteri güveni artar. (KIS → GUV)	Desteklenemedi
H4: Online alışveriş sitelerine ilişkin müşterilerin kontrol algısı arttıkça online müşteri güveni artar. (KON → GUV)	Desteklendi
H5: Online alışveriş sitelerine ilişkin müşterilerin online alışveriş öz-yeterlilik algısı arttıkça online müşteri güveni artar. (OZY → GUV)	Desteklenemedi
H6: Online alışveriş sitelerine ilişkin müşterilerin risk algısı arttıkça online müşteri güveni azalır. (RIS → GUV)	Desteklendi
H7: Online alışveriş müşteri güveninin müşteri sadakatini üzerinde pozitif etkiye sahiptir. (GUV → SAD)	Desteklendi

Tablo 7’de görüldüğü gibi araştırma sonucunda H1, H2, H4, H6, H7 hipotezleri desteklenirken H3 ve H5 hipotezleri desteklenememiştir.

TARTIŞMA ve SONUÇ

Bu çalışmada, Türkiye’de online alışveriş sitelerinden alışveriş yapan üniversite öğrencilerinin online alışveriş sitelerine ilişkin müşteri güvenini etkileyen müşteri algıları incelenmiştir. Buna ilaveten online müşteri güveninin sadakati nasıl etkilediği araştırılmıştır. Bu doğrultuda araştırmanın kuramsal modeli önerilmiş ve bu model istatistiksel olarak desteklenmiştir. Online müşteri algılarından kontrol, değer, fayda ve risk algılarının online müşteri güveni üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkileri olduğu görülmüştür. Müşterilerin online alışveriş sitelerine ilişkin kontrol, değer, fayda algıları arttıkça ve risk algısı azaldıkça online alışveriş sitelerine karşı müşteri güvenlerinin artacağı sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan online alışveriş sitesi müşterilerinin online alışveriş öz yeterlilik ve kişiselleştirme algılarının müşteri güveni üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin bulunmadığı görülmüştür. Online müşteri güveni online müşteri sadakati üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif etkiye sahip olup müşteri algıları ile müşteri sadakati arasında aracı rolü üstlendiği tespit edilmiştir.

Bu çalışma kapsamında yer alan müşteri değer algısı incelendiğinde değer algısı arttıkça online müşterilerin online alışveriş sitelerine güveninin de artacağı görülmüştür. Bu bulgu yapılan diğer çalışma sonuçları ile paralellik göstermektedir. 2009 yılında Flint ve diğerleri tarafından online alışveriş sonrası müşteri değer beklentisi incelenmiş ve bu beklentinin müşteri sadakatini etkilediği ve Chen tarafından 2012 yılında yapılan çalışmada yüksek değer algısının müşteri güven ve sadakatini olumlu yönde etkilediği rapor edilmiştir. Diğer bir çalışmada da algılanan değerın yüksek olması durumunda müşteri sadakatinin de yüksek olacağı rapor edilmiştir (Srinivasan vd., 2003). Online alışveriş sonrası müşteri de oluşacak karlı ve mantıklı alışveriş olduğu ve çabasına değdiği düşünceleri olumlu bir değer algısı yaratarak online alışverişe güveni artırıp beraberinde sadık müşteriye getirecektir. Online alışveriş siteleri bu doğrultuda hareket ederek sürekli değişen müşteri değerlerini takip etmeli ve bu konuda kendilerinin ve tedarikçilerinin neler yapabileceğini analiz etmelidirler.

Rose ve diğerleri tarafından (2010) yapılan çalışma sonucunda müşteri kontrol ve fayda algılarının artması durumunda online alışverişin tekrarlanma niyetinin artacağı rapor edilmiştir. Online alışveriş sürecinde müşterilerin süreci ve bilgileri kontrol edebilmesi olumlu bir kontrol algısı gelişmesine neden olacaktır. Online alışveriş sitelerinin ürün veya hizmetleri satın alma süreçlerinin faydalı olduğu algısı oluştuktan sonra bu sitelere güveni artacak olup güvende sadakati olumlu yönde etkileyecektir.

Kassım ve Abdullah'ın (2008) yaptıkları çalışma sonucu incelendiğinde kişiselleştirmenin müşteri güvenini olumlu yönde etkilediği yönünde olmasına rağmen bu çalışmanın sonucunda Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin online müşteri güvenini etkilemediği görülmüş olup bu çalışmanın önemli ve beklenmeyen bulgularından birisidir. Bu durumun olası açıklaması olarak Türkiye'de online alışveriş sitelerinde kişiselleştirme özelliklerinin yaygınlaşmamış olması düşünülebilir.

Teo ve Liu'nun (2007) çalışmalarında Amerika Birleşik Devletleri, Çin ve Singapur ülkelerinde yaptıkları çalışma sonucunda da her üç ülkede online alışveriş sitelerine ilişkin müşterilerin risk algısının arttıkça online müşteri güveninin azaldığını, ve risk algısının müşterilerin tekrar aynı siteden alışveriş yapma yapmama kararlarını doğrudan etkilediğini rapor etmişlerdir. Yapılmış bir diğer çalışmada da risk algısının online alışverişe karar vermede etkili olduğu belirtilmiştir. Online alışveriş siteleri müşterilerde oluşacak olumsuz risk algısını en aza indirmek için ürün veya hizmetler hakkında kalite, teslimat ve iade kaygılarını giderecek uygun stratejiler benimsemelidirler.

Yapılan çalışmalarda online alışveriş esnasında müşterilerin bilgisayar ve İnternet kullanımı konusundaki olumlu algıları olumlu bir alışveriş deneyimi yaşamalarını sağladıkları ve bunun da güven, memnuniyet ve sadakati olumlu yönde arttırdığı rapor edilmiştir (Corbitt vd., 2003; Rose vd., 2011; Udo vd., 2010). Fakat bu çalışmada online alışveriş öz-yeterlilik algısının (ürünler hakkında bilgi veya fiyat bulma, alışveriş süreci konusunda yeterli olma) müşteri güvenine etkisi olmadığı görülmüştür. Bu durum üniversite öğrencileri ile yapılan bu çalışmada uzun yıllardır İnternet kullandıkları (%83'ü 5yıldan fazla) ve kendilerini yeterli buldukları için etkilemediği şeklinde açıklanabilir.

Bu çalışmanın sonucunda, Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin online müşteri güveni müşteri sadakatinin öncülü durumunda olup müşteri sadakatini doğrudan etkilediği görülmüştür. Bu bulgu önceki araştırma bulguları ile uyum içinde olup müşteri güveninin yükselmesinin daha fazla müşteri sadakatine yol açacağını göstermektedir. (Anderson vd., 1994; Chen, 2012; Chen vd., 2015; Corbitt vd., 2003; Kassım ve Abdullah, 2008; Lee vd., 2015; Morgan ve Hunt, 1994). Bu doğrultuda online alışveriş siteleri yöneticileri olumlu müşteri algıları yanında sistemi güvenilir, teknik açıdan güvenli ve müşteri sorunlara karşı duyarlı hale getirerek müşteri güvenini kolaylıkla sağlayabilirler (Kasım ve Abdullah, 2008; Kassım ve İsmail, 2009). Online alışveriş sitesine güvenen müşteriler bir hizmet veya ürünü daha fazla satın alma eğiliminde olacaktırlar. Müşteriler sadık hale gelecek olup alışverişlerini tekrarlayacak ve sitelerde mevcut müşterileri ile daha fazla iş yapar hale gelecektir. Bu doğrultuda online alışveriş siteleri ürün veya hizmetlerine odaklanarak kar sağlama ve büyüme hedeflerine ulaşabilirler.

Son olarak, bu çalışma bazı sınırlılıklar dâhilinde gerçekleştirilmiştir. Bu sınırlılıklar, çalışma grubunun Ankara'daki bir devlet üniversitesinde öğrenim

gören 553 öğrenci ve online alışveriş sitesi kaynaklı oluşan müşteri algıları olarak sıralanabilir. Gelecekte yapılabilecek çalışmalarda müşteri algılarının tümü incelenebilir. Bu çalışma üniversite öğrencileri ile birlikte yürütüldüğünden farklı yaş gruplarındaki müşteriler, bir online alışveriş sitesi veya özel üniversite öğrencileri ile gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

Akbar, S. & James, P. T. J. (2014). Consumers' attitude towards online shopping: Factors influencing employees of crazy domains to shop online. *Journal of Management and Marketing Research*, 14(1).

Anderson, E. W., Fornell, C. & Lehman, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(July): 53–66.

Barutçu, S. (2007). E-Mağazalardan alış-verişlerde e-müşteri tutumları ve e-müşteri memnuniyetini etkileyen faktörler. *Selçuk Üniversitesi, İ.İ.B.F. Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 7(14): 219-238.

Barutçu, S. (2008). Perakendecilik sektöründe teknolojik değişim: e-perakendecilik, e-mağaza bağlılığı ve e-mağaza bağlılığını etkileyen faktörler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları*, 13(1): 317-334.

Bhattacharjee, A. (2001). An empirical analysis of the antecedents of electronic commerce service continuance. *Decision Support Systems*, 32(2): 201–214.

Bollen, K. A. (1989). *Structural equations with latent variables*. Wiley Series in Probability and Mathematical Statistics. New York, USA.

Byrne, B. M. (1994). *Structural equation modeling with Eqs And Eqs/Windows: Basic concepts, applications, and programming*, Thousand Oaks, California: Sage, 304.

Chaudhuri, A. & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: the role of brand loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2): 81-93.

Flavia' n, C., Guinaliu, M. & Gurrea, R. (2006). The role played by perceived usability, satisfaction and consumer trust on website loyalty. *Information & Management*, 43 (1): 1–14.

Chen, S. (2012). The customer satisfaction–loyalty relation in an interactive e-service setting: The mediators. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19: 202–210.

Chen, J.V., Yen, D. C.; Pornpriphet, W. & Widjaja, A. E. (2015). E-commerce web site loyalty: A cross cultural comparison. *Information Systems Frontiers*, 17: 1283–1299.

Chih-Chung, C. & Chang, S.-C. (2005). Discussion on the behavior intention model of consumer online shopping. *Journal of Business and Management*, 11: 41–57.

Chuang, S., Lin, F. & Chin-Chung, T. (2015). An exploration of the relationship between Internet self-efficacy and sources of Internet self-efficacy among Taiwanese university students. *Computers in Human Behavior*, 48: 147–155.

Corbitt, B.J., Thanasankita, T. & Yi, H. (2003). Trust and e-commerce: a study of consumer perceptions. *Electronic Commerce Research and Applications*, 2 (3): 203-215.

Cyr, D., Hassanein, K., Head, M. & Ivanov, A. (2007). The role of social presence in establishing loyalty in e-service environments. *Interacting with Computers*, 19: 43–56.

Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. & Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları* (Birinci Baskı). Ankara: Pegem Yayıncılık.

Cole, D. A. & Maxwell, S. E. (2003). Testing mediational models with longitudinal data: questions and tips in the use of structural equation modeling. *Journal of Abnormal Psychology*, 112(4): 558-577.

Demireli, C. & Dursun, F. (2013). E-Ticaret'te müşteri sadakatinin belirlenmesi üzerine bir uygulama. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 38: 271-284.

Devaraj, S., Fan, M. & Kohli, R. (2002). Antecedents of B2C channel satisfaction and preference: validating e-commerce metrics. *Information Systems Research*, 13(3): 316-333.

Doolin, B., Dillon, S., Thompson, F. & Corner, J. L. (2005). Perceived risk, The internet shopping experience and online purchasing behavior: A New Zealand Perspective. *Global Information Management*, 13(2): 66–88.

Eid, M. I. (2011). Determinants of E-commerce customer satisfaction, trust, and loyalty in Saudi Arabia. *Journal of Electronic Commerce Research*, 12 (1): 78-93.

Erçetin, C. (2015). Elektronik ticarete tüketicilerin satın alma davranış ve tercihlerini etkileyen unsurlar: e-ticaret siteleri üzerine bir çalışma. Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, *Yüksek Lisans Bitirme Tezi*, İstanbul.

E-ticaretmag, (2014). “E-ticarette sadık müşteri kitlesi nasıl oluşturulur?”, <http://eticaretmag.com/e-ticarette-sadik-musteri-kitlesi-nasil-olusturulur/> (Erişim tarihi: 23.10.2016).

Fornell, C. & Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1): 39-50.

Garbarino, E. & Johnson, M. S. (1999). The different roles of satisfaction, trust, and commitment in customer relationships. *The Journal of Marketing*, 70-87.

Gökdağ, M. (2013). *Araştırma yöntemleri*, <http://tumdersnotlarim.blogspot.com.tr/2013/10/arastrma-yontemleri.html>, (Erişim tarihi: 13.05.2018).

Hou, Y. (2005). Service quality of online apparel retailers and its impact on customer satisfaction, customer trust and customer loyalty. *Doktora Tezi*. The University of North Carolina, USA.

Jöreskog, K. G., Sörbom, D. (1993). *LISREL 8: Structural Equation Modeling with the SIMPLIS Command Language* (Second Edition). USA: Scientific Software International Publishing, 171-188.

Kaya, İ. & Özen, H. (2012). Geleneksel mağazalar ile internetten alışverişte değer algısı ve satın alma niyeti: Bir karşılaştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, :41(1): 13-30.

Kassım, N. M. & Abdullah, N. A. (2008). Customer loyalty in e-commerce settings: An empirical study. *Electronic Markets*, 18(3): 275-290.

Kim, D. J., Ferrin, D. L. & Rao, H. R. (2008), A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents, *Decision Support Systems*, 44, 544–564.

Kline, R. B. (1998). Software programs for structural equation modeling: Amos, Eqs, and Lisrel. *Journal of Psycho Educational Assessment*, 16: 302-323.

Lai, F., Griffin, M. ve Babin, B. J. (2009). How quality, value, image, and satisfaction create loyalty at a Chinese telecom. *Journal of Business Research*, 62 (10): 980–986.

Lee, J., Lee, J.-N. & Tan, B. C. Y.(2015). Antecedents of Cognitive Trust and Affective Distrust and their Mediating Roles in Building Customer Loyalty. *Information Systems Frontiers*, 17(1): 159-175.

Liao, Z. & Cheung, M. T. (2002). Internet-based e-banking and consumer attitudes: an empirical study. *Information & Management*, 39(4): 283-295.

Liu, R. R. & McClure, P. (2001). Recognizing cross-cultural differences in consumer complaint behavior and intentions: An empirical examination. *Journal of Consumer Marketing*, 18(1): 54-75.

Liu, T. H. (2012). Effect of e-service quality on customer online repurchase intentions, (Doktora Tezi), Lynn University.

López-Nicolás, C., Francisco J. M. & Bouwman, H. (2008). An assessment of advanced mobile services acceptance: Contributions from TAM and diffusion theory models. *Information & Management*, 45(6): 359-364.

Mathwick, C., Malhotra, N. & Rigdon, E. (2001). Experiential Value: Conceptualization, Measurement and Application in the Catalog and Internet Shopping Environment. *Journal of Retailing*, 77 (1): 39-56.

Morgan, R. M. & Hunt, S. D. (1994). The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(July): 20-38.

Norizan M. K. & Salaheldin I. (2009). Investigating the complex drivers of loyalty in e-commerce settings. *Measuring Business Excellence*, 13(1): 56-71.

Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. (1994). The assessment of reliability. *Psychometric Theory*, 3(1): 248-292.

Oypan, S. (2017). *E-ticarette kişiselleştirme neden önemlidir ve nasıl yapılır?* <https://www.ideasoft.com.tr/e-ticarette-kisisellestirme/>, (Erişim tarihi: 13.05.2018).

Özgüven, N. (2011). Tüketicilerin online alışverişe karşı tutumları ile demografik özellikleri arasındaki ilişkinin analizi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (2): 47-54.

Öztürk, S., Coşkun, A. & Dirsehan, T. (2012). Fırsat sitelerine yönelik e-sadakati belirleyen boyutların incelenmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 7(2): 217-239.

Parasuraman, A. & Grewal, D. (2000). The impact of technology on the quality-value-loyalty chain: a research agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28: 168-174.

Park, C. H. & Kim, Y. G. (2003). Identifying key factors affecting consumer purchase behavior in an online shopping context. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 31(1): 16-29.

Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3): 101-134.

Peterson, R. (2000). A meta-analysis of variance accounted for and factor loadings in exploratory factor analysis. *Marketing Letters*, 11: 261–275.

Raykov, T. & Marcoulides, G.A. (2006). *A First Course In Structural Equation Modeling*, Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 238.

Reisinger, Y. & Turner, L. (1999). Structural Equation Modeling With Lisrel: Application In Tourism. *Tourism Management*, 20: 71-84.

Rewatkar, S. (2012). Factors Influencing Consumer Buying Behavior: A Review (with reference to Online Shopping). *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 3(5): 1347-1349.

Rose, S., Hair, N. & Clark, M. (2011). Online Customer Experience: A Review of the Business-to-Consumer Online Purchase Context. *International Journal of Management Reviews*, 13: 24–39.

Rowley, J. (2006). An analysis of the e-service literature: Towards a research agenda. *Internet Research*, 16(3): 339–359.

Saydan, R. (2008). Tüketicilerin Online Alışverişe Yönelik Risk Ve Fayda Algılamaları: Geleneksel ve Online Tüketicilerin Karşılaştırılması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(23): 386-402.

Sanchez-Franco, M. J. & Roldan, J. L. (2005). Web acceptance and usage model. *Internet Research*, 15(1): 21–48.

Sayılı, M. & Büyükköroğlu, A. M. (2012). E-Ticaret Yoluyla Gıda Maddeleri Satın Almaya Yönelik Tüketicilerin Tutumunu Etkileyen Faktörlerin Analizi. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 18: 246-255.

Schiffman, L. G. & Leslie L. K. (2000). *Consumer Behaviour*, Seventh Ed., Prentice-Hall: New Jersey, p:153.

Schrage, M. (1999). The next step in customization. *MC Technology Marketing Intelligence*, 8 (August): 20–21.

Shostak, G. L. (1987). Breaking free from product marketing. *Journal of Marketing*, 41 (April): 73–80.

Sherbill, E. (2014), *Ecommerce Eye Candy–Ecommerce Personalization*, <https://www.cleverbridge.com/corporate/e-commerce-personalization-infographic/> (Erişim tarihi: 13.05.2018).

Shih, H. P. (2004). An empirical study on predicting user acceptance of e-shopping on the Web. *Information & Management*, 41(3): 351–368.

Sirdeshmukh, D., Singh, J. & Sabol, B. (2002). Customer trust, value and loyalty in relational exchanges. *Journal of Marketing*, 66: 15–37.

Srinivasan, S.S., Andersona, R. & Ponnabolub, K. (2002). Customer loyalty in e-commerce: an exploration of its antecedents and consequences. *Journal of Retailing*, 78: 41–50.

Sümer, N. (2000). Yapısal Eşitlik Modelleri: Temel kavramlar ve örnek uygulamalar.

Tabachnick, B. G. & Fidell, L.S. (2007). *Using multivariate statistics* (Fifth Edition). Boston: Pearson/Allyn & Bacon,506.

Tabachnick, B. G., Fidell, L. S. & Osterlind, S. J. (2001). *Using multivariate statistics*.

Taylor, W. J., Zhu, G. X., Dekkers, J. & Marshall, S. (2004). Adoption of online purchasing in communities and its socioeconomic implications in regions central Queensland, Australia. *Australasian Journal of Information Systems*, 11(2): 80–95.

Teo, S. H. H. & Liu, J. (2007). Consumer trust in e-commerce in the United States, Singapore and China. *Omega*, 35: 22–38.

Timm, H. N. (2002). *Applied Multivariate Analysis*. Springer - Verlag New York, 720.

Tomer, A. (2003). A Short history of structural equation models, structural equation Modeling: Applications in ecological and evolutionary biology, B. Pugsek (Ed), Cambridge University Press, 85-121.

Türkiye İstatistik Kurumu TÜİK, (2015). *Hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması*, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18660>, (Erişim tarihi: 20.10.2016).

Udo, G. J., Bagchi, K. K. & Kirs, P. J. (2010). An assessment of customers' e-service quality perception, satisfaction and intention. *International Journal of Information Management*, 30: 481–492.

Sorce, P., Perotti, V. ve Widrick, S. (2005). Attitude and age differences in online buying. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 33(2): 122-132.

Wu, Ing-Long. (2013). The antecedents of customer satisfaction and its link to complaint intentions in online shopping: An integration of justice, technology, and trust. *International Journal of Information Management*, 33: 166–176.

Yayın Geliş Tarihi: 03.10.2016
Yayına Kabul Tarihi: 03.05.2018
Online Yayın Tarihi: 05.06.2018
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.280488>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 20, Sayı: 1, Yıl: 2018, Sayfa: 133-148
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

CONTENT ANALYSES ON MISSION STATEMENTS OF THE MOBILE NETWORK OPERATORS IN KYRGYZSTAN¹

Seyil NAJIMUDINOVA*

Abstract

Comparing the most popular management tools used by executives regardless of the geography over years, mission statement consistently remains in the top10. Transition period from planning to market economy showed that Kyrgyzstan like other transition economies suffered from a lack of entrepreneurship experience. Especially crafting of mission statement for organization itself is relatively new experience for post-Soviet economies like Kyrgyzstan. This paper aims to study the contents of mission statements of mobile network operators (MNOs) in Kyrgyzstan and set up whether the mission statements of MNOs include eight components recommended by Pierce and David (1987). Mission statement components suggested by Pearce and David are still found to be the most popular and consistent. The corporate web sites of operators were screened to take out information about mission statements. This content analysis showed how MNOs are less successful and consistent in their mission statement. The Pierce and David's components were partly included in mission statements of MNO in Kyrgyzstan.

Keywords: Strategic Management, Mission Statements, MNO, Corporate Image, Kyrgyzstan.

KIRGIZİSTAN'DA CEP OPERATÖRLERİNİN MİSYON BİLDİRİLERİ ÜZERİNDE İÇERİK ANALİZİ²

Öz

Bulunduğu coğrafyaya bakılmaksızın yöneticiler tarafından yıllar boyunca kullanılan en popüler yönetsel araçlar karşılaştırıldığında, misyon bildirisi sürekli olarak ilk 10'da yer almaktadır. Planlı ekonomiden piyasa ekonomisine geçiş döneminde, diğer geçiş ekonomilerinde de olduğu gibi Kırgızistan'da da girişimcilik tecrübesinin eksikliğinden kaynaklanmış olan zorluklar yaşanmıştır. Özellikle örgüt için misyon bildirimlerini oluşturmak, Kırgızistan gibi Sovyet sonrası ekonomiler için nispeten yeni bir deneyimdir. Bu çalışma, Kırgızistan'daki cep operatörlerinin misyon bildiri içeriklerini incelemek ve Pierce

¹ The earlier version of this study has been presented as a paper at the 7th International Congress on Entrepreneurship, May 12-14, 2016, Bishkek, Kyrgyzstan).

* Assis.Prof. Dr. Kyrgyz-Turkish Manas University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Management Department, Bishkek, KYRGYZSTAN, seyil.najimudinova@manas.edu.kg

² Makalenin önceki versiyonu 12-14 Mayıs 2016 tarihinde Bışek/Kırgızistan'da 7. Uluslararası Girişimcilik Kongresinde sunulmuştur).

ve David (1987) tarafından önerilen 8 bileşenin Kırgızistan'da cep operatörlerin misyon bildirimlerinde bulunup bulunmadığını tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Pearce ve David tarafından sunulan misyon bildirimleri bileşenleri halendüzenli ve tutarlı bir şekilde kullanılmakta olan araç olarak devam etmektedir. Cep operatörlerinin kurumsal web sayfaları, onların misyon bildirimleri hakkında bilgi almak amacıyla taranmıştır. Yapılan içerik analizi sonucunda, Kırgızistan'da faaliyet gösteren cep operatörlerinin, misyon bildirimlerinde daha az başarılı ve tutarlı oldukları ortaya çıkmıştır. Kırgızistan'da faaliyet gösteren cep operatörlerin misyon bildirimlerinde Pierce ve David (1987) bileşenleri kısmen bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Stratejik Yönetim, Misyon Bildirisi, Cep Operatörleri, Kurumsal İtibar, Kırgızistan.

INTRODUCTION

The concept of mission gained popularity in strategy discussions 30 years ago (Pearce and David, 1987), and still has not lost an academic interest (Jung and Pompper, 2014; David et al. 2014). Since 1993 until 2015, mission statement is highly popular management tool (Top10), used by a large number of executives, regardless of the geography and the economic development level of the country where enterprises operates (Rigby and Bilodeau, 2015). This overview in light of information of in excess of thirteen thousand respondents from in excess of seventy nations in Europe, North America, Africa, Asia, Latin America and the Middle East. Most of the executives in emerging markets demonstrate high satisfaction levels from the effects of mission statements on the business performance. It is noteworthy that comparing the most popular management tools over a 10-year period, mission statement consistently remains in the top 10 along with strategic planning, benchmarking and outsourcing. Hereby, in the business context, the roots of mission statements can be traced back to Selznick's Leadership in Administration (1957) and Drucker's The Practice of Management (1954) (Kosmützky, 2012:60). Management guru Peter Drucker (1999) assumed mission as one of three parts of business theory, and shaped mission constrains the organization to methodically assess emerging trends, future changes in its environments, and present or rising social issues that might be transformed into opportunities.

Like Drucker, Hill and Jones (2010) contended that making the inquiry "What is our business? What will it be? What should it be?" is in the synonymous level when making the inquiry "What is our main goal or mission?" The responses guide the formulation of the mission, i.e. a business is defined by its mission.

Mission statements have been predominantly acknowledged as an essential component of the strategic management process for organizations of numerous kinds; be it public, not-for-profit, private, multinational or SME (Darbi, 2012:95). The organizations with a mission statement are expected to be more fruitful than those without one, and effectively finishing the statement of mission process shows that a firm be thoughtfully, design precisely, work cooperatively, and make informed

decisions (Williams, 2008:98). Much of studies and empirical researches on mission statement contents, usually attempt to bind these components to company performance (Pearce and David, 1987; Bart and Baetz, 1998; O'Gorman and Doran, 1999; Analoui and Karami, 2002), especially its financial performance (Williams, 2008; Jung and Pompper, 2014). The industrial or sectorial differentiation of researches on mission statements is pretty various: in case of education (Finley et al, 2001; Kibuuka, 2001; James and Huisman, 2009; Stemler, et al, 2011; Wilson, et al, 2011; Orozco, 2012; Kosmützky, 2012); electronic industry (Analoui and Karami, 2002); health and pharmaceuticals (Bart and Tabone, 1999; Bolon, 2005; Azizi and Hosseinabadi, 2014); banks (Tuhin, 2014); mining (Garg, 2014); of confectionary industry (Marjanova and Fotov, 2014). This paper contributes to above literatures by studying the content of mission statements of MNO in Kyrgyzstan. From the one hand, mission statements as a part of strategic management is one of the niche and essential topics in transition economies like Kyrgyzstan, with the new and raw business practices. Transition period from planning to market economy showed that Kyrgyzstan like other transition economies suffered from a lack of entrepreneurship. Especially crafting of mission statement for organization itself is relatively new experience for post-Soviet economies like Kyrgyzstan. As Ageev et al. (1995) stated Soviet state had the only and legal authority to exploit economic freedom and creativity, and the Communist Party politically obtained exclusive control to manage the development course and other economic transformations. Soviet state was financially the main manager legitimately able to misuse monetary flexibility and innovativeness, and the Communist Party politically hoarded duty regarding administration improvement and other monetary changes. It means all regulations in Soviet period were adopted only by *nomenklatura*. Consequently, there were new market-oriented skills and knowledge gap. From the other hand, in spite of difficulties after independence period, MNO market whose contribution in GDP nowadays is about 9-10% is very dynamic, competitive and profitable in Kyrgyzstan.

MISSION STATEMENT: DEFINITIONS

Varied definitions on mission statement have been introduced by the scholars. Nevertheless the mission is predominantly accepted as the *raison d'être* of a company or organization (Виханский, 1998; Akgemci, 2007; Thompson and Strickland, 2006; Hill and Jones, 2010). It reflects back the reason or basis for existence of any organization. According to Ritson (2008) mission is a formal commitment to the vision that incorporates the company's strategy (Ritson, 2008). Mission is a continuing statement of purpose uncovering an company's markets, service or product, clients and philosophy in whole (Pearce and David, 1987:109). In general, mission statement should include the basic function or tasks of an organization, particularly why it exists, the nature of the businesses it is in (Ritson, 2008). Moreover, uniqueness of mission statement differentiates and distinguishes one organization from other similar institution (David and David, 2003:11; Bolon,

2005:2; Morden, 2007:177). Mission is for the most part accepted as essential mission statement and course, which characterizes the place of the organization within its environment (Виханский, 1998; Morden, 2007:177). Tanković, (2013:333) expected mission as a rule mirrors the values and needs of strategic decisions and contours of the vision and organization's direction in future. As well it may reflect the values and culture of founder and decision-makers as these have evolved over the life of the organization (Morden, 2007:177). Specifically, the mission set up the long-term view of the organizations with regard to the place to go and the market to serve (Dobson et al. 2004:10). Bart and Tabone (1998:19) determined a mission statement as a formal written document attempting to emphasize an organization's out-and-outer purposes. In addition, mission statements can emerge from internal preferences and as regulations to pressures from environment or challenges (Bolon, 2005:23). Besides not all organizations employ the term 'mission statement', but might in place of mention to their 'core values', 'philosophy', 'credo', or 'main principles' (Blair-Loy, et al, 2011:429). Forenamed statements often address stakeholders, including shareholders, management, employees, customers, and society.

BENEFITS OF MISSION STATEMENTS

According to Bolon, (2005) the mission statement is very prominent in business environment as an instrument that every manager and organization must have. Why do organizations use a mission statement as one of the most popular management tool? To find an answer to this question many researchers approach miscellaneously. Bart and Tabone (1998:19) expressed a mission statement as a key to management and consequently it fills two primary needs: to give a manual for decision-making and encourage human resources toward common goals. The motivational role of mission statements in guiding and focusing staff, and impressing them to perform better echo back in other studies (Blair-Loy, et al, 2011:429; Rajasekar,2013:132). Specifically, created mission statement may nurture a common value system, teamwork, a center on shared goals, guidelines, and enthusiastic responsibility regarding the organization (Mullane, 20002:449). Top management must feel dedication to the mission crafting process, and other members should be engaged to shape a mission that will call emotional commitment (David et al, 2002:449). In addition the mission statements stand to inform a public image of the organization to its essential stakeholders (Germain and Cooper, 1990). Morden (2007:177) suggests using a mission statement to identify the range of the companies referring to their location and positioning; market strategies; approach to employee and customers; production management, quality policy, and product or service. Well-established mission statement can design a purpose, sense of value, and common expectations, and should state products and services (David and David, 2003:11). The mission statement promotes decision-making, planning, creating strategies, and setting of short and long-term policies (Rajasekar, 2013:132).

Desmidt and Heene (2003:7) stressed on not just listing of values with the only purpose of decorating the annual report or organizational website. In authors' opinion, mission statements must reflect back those values that are included in the corporate culture. A mission statement gives an opportunity to the organizations to combine a strong vision among its employees and managers (Analoui and Karami, 2002:14). Nowadays, mission statements still remain as corporate reporting tools (Williams, 2008). Finally mission can play a role of building block for a corporate strategy and healthy basis for strong corporate culture.

COMPONENTS OF MISSION STATEMENT

A lot of resources have been gathered to help organizations in crafting the effective mission statement. It is very important to develop the mission statement very carefully and comprehensively. For instance, Hamel and Prahalad (1994:133) used "a sense of mission", "strategic intent" and "sense of destiny" interchangeably, and focused on pathos and passion as main components in mission statement. They focused on making a real difference in the lives of customers. David and David (2003) stated that the mission statement needs to be longer than one sentence or expression, but not a two-page formal text, it should not be too much specific; it should not show money equivalents or percentages, numbers and strategies. Too many details can be a reason of distancing from mission and put down creativity.

In the narrow sense of the mission statement, it just contains texts embodying organizational tasks, organizational goals and purposes and distinct organizational images (Kosmützky (2012:69). To the wide extent, a mission statement is something comprehensive and in-depth. One of the most-cited authors Pearce and David (1987) argued that high-performance companies have exhaustive mission statements containing eight key components, as follows: identification of principal products and/or services, specification of target customers and markets, identification of core technology, identification of geographic domain, expression of commitment to growth, survival and profitability, specification of key philosophy, identification of the company's self-concept, and identification of the company's hoped-for public image. Afterwards Bart and Baetz (1998) identified nine main components of mission statements, a list that is modified somewhat: purpose/raison d'être, values/beliefs/philosophy, business strategy/distinctive competence/competitive position, behavior standards and policies, corporate level aims/goals, self-concept/identity, public image, location, technology, anxiety for existence. In 1999, Bart and Tabone enlarged this list to 23 components appending financial and nonfinancial objectives, specific customers served, product/services offered, concern for satisfying customers, concern for employees, concern for suppliers, concern for society, concern for shareholders, statement of vision. At the same time O'Gorman and Doran (1999) specified eleven main characteristics for a successful mission: care for survival, product or service, anxiety for customer, company philosophy, geographic location, anxiety for quality, self-concept, public prestige, care for

suppliers, customer/market, and technology. According to Analoui and Karami (2002) a typical mission statement contains long-term profit, survival and growth; customer satisfaction; core technology; market; philosophy and values; product image; geographic domain; self-concept; and concern for suppliers.

In addition to readability and availability of mission statement Desmidt and Heene (2003:9) suggested following prerequisites must be fulfilled in order to have effective mission statement: a) well-conceived, it should mirror the topical values of the organization; b) well-communicated, employees ought to be aware of the existence of the mission statement; c) well-comprehended, all members should make out the mission statement; d) well-supported, it ought to be installed in the policies, systems and procedures of the organization. Dobson et al. (2004:10) discussed on a good mission statement components and recommended following: the purpose of the organization – a statement of the essential activities of an organization; its principal business goals – its mission refer to the position it aims to reach in its chosen way; the core values and main beliefs of the company; statement on who are the key stakeholders; the guiding rules and principles that set up the code of conduct. Indisputably a good mission statement can provide the source for designing and shaping of corporate goals that the organization tries to reach.

RESEARCH METHODOLOGY

This paper aims to study the content of mission statements of MNO in Kyrgyzstan. The main objective of this study is to identify whether the mission statements of operators contain components suggested Pierce and David (1987). Mission statement components suggested by Pearce and David are still found to be the most popular and consistent in the related literature. Data was based on content analysis of the mission statements and other related statements found on mobile operators' web sites. As it is known content analysis is a research technique for making reproducible and valid implications from text materials (or other meaningful way) to the contexts of their use and ease (Krippendorff, 2004:18). Content analysis can be used to define the intentions and different characteristics of the communicator; uncover the focal point of individual, group, institutional, or societal attention; and reflect cultural models of groups, institutions, or societies (Weber, 1990:10). Azizi and Hosseinabadi (2014) argued the content analysis method can be used for studying the character of the mission statement that is a prominent and credible process for studying the relevance of the mission statement.

As Marjanova and Fotov (2014:180) emphasized that the formulation of highly comprehensive mission statement is proportional and depends on the size of enterprises. Namely, it is more likely that large-scale companies would create highly comprehensive mission statements than small and medium – sized companies. In addition, taking into consideration that Kyrgyzstan is still in transition period Kyrgyz

companies have comparatively little market-oriented experience. According to these assumptions, there were developed following research question:

Do Kyrgyz MNOs have comprehensive mission statements or are must-have components fully included in Kyrgyz MNOs mission statements?

Research Sampling

The research sample consists of a total of three companies serving in mobile market in Kyrgyzstan. As above - mentioned corporate websites were the main tool employed for data collection. It is known it is hard to ensure that qualitative research is accurate or correct; therefore websites for each of these companies was thoroughly screened to find the mission, vision, values or related statements. The main cause for choosing all of them was that many organizations use the terms mission, approach, vision, principles, values and goals interchangeably (Garg, 2014:307). Information given on web-sites was mostly in Russian and Kyrgyz. Credibility and dependability of this research can be reached by the fact that all information was taken from corporate web-sites, i.e. from open sources.

Research Findings

Information given on web-sites was mostly in Russian and Kyrgyz. Afterwards findings were translated into English. The results of this study are given in Table 1. It manifest that all (8) number of components is not incorporated in the mission statements of mobile operators. The statement on the concern for survival, growth, and profit was not specified by any company. It is curiously that namely this statement was one of popular component in the mission statement in USA (Pierce and David, 1987). Seven of all components was included in the statements of two leading company (A operator and B operator). C operator included 5 components from the list.

Table 1. A Comparison of MNO Mission Statements Components

Mission Statement Components	A	B	C
Customer: <i>Who are the target customers?</i>	√	√	√
Products or Services: <i>What are the principal products or services?</i>	√	√	√
Geographic location / markets: <i>Geographically, where does the company compete?</i>	√		√
Core technology: <i>What technology does company use in current?</i>	√	√	√
Care for survival, growth, and profit: <i>Is the company focused in terms of financial success and future being?</i>	-	-	-
Philosophy/Values <i>What are the main views, beliefs, desires, and ethical priorities of the company?</i>	√	√	-
Self-concept: <i>What are the main competitive advantages of the company?</i>	√	√	√
Concern for public image: <i>Is the company sensitive to the well-being of society, community and environment?</i>	√	√	-

√ indicates that the mobile operators have mentioned this component in their mission statements.

Further it is presented detailed cases from corporate mission statements and exemplary textual statements as well.

1. Customer: Who are the target customers? Mission statements of all three respondents do not address to certain customer segment.
2. Products or Services: What are the principal products or services? As MNO are service companies, in their statements they focused on their cellular services. All respondents are more definitely in specifying their services. Exemplary statement including this component was by C operator: "... a full range of mobile

telecommunications services, from the simple use of voice, messaging and mobile Internet, to high-tech solutions for calls and corporate accounts”.

3. Geographic location / markets: Geographically, where does the company compete? A operator shares that it provides mobile network services to 98% of the country and B operator notices it provides mobile services to 90% of the population. Focusing on fact that since 2010, B operator is part of bigger group, geography of opportunities of B operator is more effective than others. C operator shows it provides mobile network services of GSM standard just in the territory of the Kyrgyz Republic without any concrete information.
4. Core technology: What technology does company use in current? MNOs are more technology-driven industries. Core technology component was specified more in details by both A operator and B operator. C operator made enough superficial reference to their technology.
5. Care for survival, growth, and profit: Is the company concerned in terms of financial welfare and future being? No one of the respondents mentioned in their statements their concern on profitability and financial success.
6. Philosophy/Values: What are the primary views, beliefs, desires, and ethical priorities of the company? Two respondents (A operator and B operator) included in their statements clear expressions of their philosophy, values, and ethical priorities. Some excerpts from respondents' web-sites. A operator sets out their values in following:

“Time (awareness of precious time and events that bring people together); Freedom of choice (if you have the right to choose to be the only and best choice for all); A responsibility (Focus only on the excellent results of the tasks and decisions taken); Expertise (Job loyalty, mastering and respect for the traditions of mentoring); The progress and excellence drive (Improving the present, opening up new possibilities and create the basis for a better future)”. B operator stated more on business principle stressing on social responsibility, transparency, openness, consistency, ethics, high quality service, mobile literacy etc.
7. Self-concept: What are the key competitive advantages of the company? Two respondents (A operator and B operator) included in their statements more detailed information about their strengths and distinctive competences. For instance, A operator stated following: “The company tops the list of the largest taxpayers in the telecommunications sector and is one of the largest employers of the Kyrgyz Republic. It is the first and only mobile network operator in the Kyrgyz Republic passed the international quality management system certification version of ISO 9001: 2008; the holder of a diploma of the International Prize of the CIS countries for achievements in quality field (2014-2016); it has more than 7,000 retail outlets”. B operator stated following: “The company first in the market launched 3G network in Kyrgyzstan in 2012, expanding it almost in all territory of the country. The company serves 70

thousand customers in 6 languages”. C operator stated following: “We offer our customers to take advantage of the free in charge services that are unrivaled in the mobile communication market of Kyrgyzstan and services that make mobile communications easy, clear and simple.

8. Concern for public image: Is the company sensitive to the well-being of society, community and environment? Two respondents (A operator and B operator) included in their statements more comprehensive information about their concern on well-being of society, community and environment. A operator stated following: “...we are actively promoting the sport in Kyrgyzstan, as a general partner of various sports tournaments, as well as the national team of Kyrgyzstan at the Olympics-2016. Our charitable and social activities are regular”. B operator is more in-depth in its component. It shared their activities and concern on supporting education and for socially vulnerable segments of society; respect for the natural resources and participate in the environment-friendly activities, study on cellular effects on human health, respect and promotion of national values”. Mission statement of C operator did not include any expressions on their concern on well-being of society, community issues and environment.

The components suggested by Pierce and David (1987) were partly included in mission statements of MNOs in Kyrgyzstan. Accordingly, research question on “Do Kyrgyz MNOs have comprehensive mission statements or are must-have components fully included in Kyrgyz MNOs mission statements?” is replied partly in positive way. Two leaders in this market (B operator and A operator) are more consistent in their mission statement. Perhaps their relatively long-term business experience tracks on mission practices. Third company (C operator) is less unequivocal and more superficial in their mission statement.

CONCLUSION AND DISCUSSION

MNOs in Kyrgyzstan are the fastest growing industry to date. In addition the situation has developed so that the number of mobile subscribers today exceeds the population of the country as a whole. The mobile market in Kyrgyzstan is very saturated. Operators are already struggling not for attracting new customers, but for existing customers who at the same time buy the services of competitors. In order to have competitive advantage MNO should use new and existing management tools to attract new customers, qualified staff and, not less important, partners and investors. This study was designed in order to explore mission statements of MNOs in Kyrgyzstan.

The analysis from Table 1 shows that customers as one of the most significant stakeholders was included in mission statements of MNOs in Kyrgyzstan. These findings are similar with the findings of Biloslavo (2004), Akbulut and Bayram, (2011) and Garg (2014). King et al. (2014) analyzed the mission statements in 10 countries like U.S., France, Canada, United Kingdom, Australia, Germany,

Japan, Brazil, China and India. They found out that the customers are the most commonly mentioned and usually included stakeholders in each of these countries.

As research findings showed statement of product or service as one of the most popular mission statement components was included in all MNOs similar to researches of Biloslavo (2004); James and Huisman (2009); Tanković (2013) and Marjanova and Fotov (2014).

The situation changes drastically in the statement of concern for survival, growth and profit with the result that none of the MNOs did not include this component. It can be explained by the research results of Altay (2003) where he stated that culturally Kyrgyz employees are less anxious on future and of Najimudinova (2013) where author stated that employees in Kyrgyz industrial sector are more short-term oriented. It can explain why MNO in Kyrgyzstan are less sensitive to this component. They are thought to be less concerned on future existence and growth.

Statement of values is more popular in Kyrgyz MNO, although in other transition economies like Slovenia (Biloslavo, 2004), Croatia (Tanković, 2013), and Macedonia (Marjanova and Fotov, 2014), this component is less popular.

Statement of core technology was included in all three MNOs in Kyrgyzstan. As known MNOs are more technology-driven organizations. These findings are similar with the findings in US (Williams, 2008) and Bangladesh (Tuhin, 2014). Nevertheless, this component is less popular, for example, in Slovenia (Biloslavo, 2004), in Turkey (Akbulut and Bayram, 2011), in South Africa (Garg, 2014), in United States, France, Germany, Japan, and China (King et al, 2012).

The statement of self-concept was included in all three cases. This component was more emphasized in studies by Köseoglu (2008), Garg (2014), Williams (2008) and less emphasized in studies by Biloslavo (2004), Tuhin (2014).

Both yesterday and today the mission statement is pretty popular management tool. As literature review shows mission statement is something unique that differentiates one organization from another. It is statement of purpose and direction, which defines the place of the organization within its environment. Mission statement is *raison d'être* of any organization and it must be addressed toward both internal and external stakeholders. Perhaps there is no ready formula for crafting mission statement and finding best expresses for collective purpose and values of organization. In addition, a mission statement can be used in wrong way, and hence stay obsolete, incapable, or even absurd (Mullane, 2002:454). Nevertheless there are some theoretical helpful instruments successfully implemented in other cultures and industries. One of them (Pierce and David components) was used as scaling in this research. This tool can be especially useful for organizations in transition economies. Of course, every organization will craft and design their mission statements regarding to their background, corporate culture, experience, collective mentality etc. A properly designed mission statement

including all components discussed in this study pretends to become one of the most important strategic tools. All respondents mirror their mission statements in their corporate sites. Only one component “concern for survival, growth, and profit” was not included in mission statements of respondents. Two of respondents are more successful in specifying other seven components. They are more consistent in their mission statements. Third respondent is less unequivocal and more superficial in their mission statement.

In the future this study can throw fresh light on researches on other dynamically emerging industries in Kyrgyzstan and to make relationship between good mission statements and the performance of MNOs. This conclusion can open further doors for analyzing the relation between mission and vision of companies.

RESEARCH LIMITATIONS

As the limitations of this study is that it include only one country and definite sector like MNOs. Another limitation can be related with the sample size and research scale. The number of the respondents (organizations) of analysis in this study is dictated by their number in the market. In spite of popularity in usage of Pierce and David (1987) scale, there are other scales developed later. The scope of the study can be enlarged by covering other sectors like manufacturing, banking, hotels or universities.

REFERENCES

Ageev, A. I., Gratchev, M. V. & Hisrich, R. D, (1995). Entrepreneurship in the Soviet Union and post-socialist Russia. *Small Business Economics*, 7(5): 365-376.

Altay, H., (2003). Orta Asya Türk cumhuriyetlerindeki Türkiye kökenli firma yatırımları ve kültür: yöneticiler açısından bir değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(9): 39-57

Akgemci, T. (2007). *Stratejik Yönetim*. Ankara, Gazi Kitabevi,

Akbulut E. & Bayram Y. (2011). A comparative analysis of web-based corporate mission statements. *African Journal of Business Management*, 5(23): 10014-10022.

Analoui, F. & Karami, A. (2002). CEOs and development of a meaningful mission statement. *Corporate Governance*, 2: 13-20.

Azizi, S. & Hosseinabadi, V. (2014). A content analysis of the mission statements of Iran, Turkey, India and United States pharmaceutical companies, *Management and Marketing*. 12(1):52-66.

Bart, C. K. & Baetz, M. C. (1998). The relationship between mission statements and firm performance: An explanatory study. *Journal of Management Studies*, 16(1–3): 64–77.

Bart, C. K. & J. C. Tabone. (1999). Mission statement content and hospital performance in the Canadian not-for-profit health care sector. *Health Care Management Review*, 24 (3): 18–29.

Biloslavo, R. (2004). Web-based mission statements in Slovenian enterprises. *Journal of East European Management Studies*, 9(3): 265-277.

Blair-Loy, M., Wharton, A. S. & Goodstein, J. (2011). Exploring the relationship between mission statements and work–life practices in organizations. *Organization Studies*, 32 (3): 427–450.

Bolon, D. S. (2005). Comparing mission statement content in for-profit and not-for-profit hospitals: Does mission really matter? *Hospital Topics*, 83(4):2-9.

Darbi, W. P. K. (2012). Of mission and vision statements and their potential impact on employee behavior and attitudes: The case of a public but profit-oriented tertiary institution. *International Journal of Business and Social Science*, 3(14): 95-109.

David, M. E., David, F. R. & David F. R. (2014). Mission statement theory and practices: a content analysis and new direction. *International Journal of Business, Marketing, and Decision Sciences*, 7(1):95-110.

David, F. R. & David, F. R. (2003). It's time to redraft your mission statement. *Journal of Business Strategy*, 24(1): 11-14.

Desmidt, S. & Heene, A. (2003). Mission statements: in search for ameliorated performance through organization – employee value congruence. *First workshop of the EGPA Study Group on Ethics and Integrity of Governance*, Oeiras, Portugal, September

Dobson, P., Starkey K. & Richards J. (2004). *Strategic management: issues and cases*, 2nd Edition. Blackwell Publishing

Drucker, P. (2008). *Management*, Revised edition, Harper Business

Finley, D. S., Rogers G. & Galloway, J. R. (2001). Beyond the mission statement: alternative futures for today's universities. *Journal of Marketing for Higher Education*, 10(4):63-82.

Garg, A. K. (2014). Content analysis of mission statement of mining companies in South Africa. *Problems and Perspectives in Management*, 12(4): 305-311.

Germain, R. & Cooper, M. (1990). How a customer mission statement affects company performance. *Industrial Marketing Management*, 19:47-50.

Hamel, G. & Prahalad, C. K. (1994). *Competing for the future*. Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts

Hill, C. W. L. & Jones G. R. (2010). *Strategic Management Theory: An Integrated Approach*, 9th Edition. South-Western Cengage Learning

James, H. & Huisman, J. (2009). Missions statements in Wales: the impact of markets and policy on congruence between institutions. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 31(1):23–35.

James, H. & Huisman, J. (2009). Missions statements in Wales: the impact of markets and policy on congruence between institutions. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 31(1): 23-35.

Jung, T. & Pompper, D. (2014). Assessing instrumentality of mission, statements and social-financial performance links: corporate social responsibility as context, international journal of strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 8:79–99.

Kibuuka, H. E. (2001) Vision and mission statement in Christian higher educational management in Eastern Africa. *Journal of Research on Christian Education*, 10(1): 87-114.

King, D., Case, C. & Premo, K. (2012). An international mission statement comparison: United States, France, Germany, Japan, and China. *Academy of Strategic Management Journal*, 11(2):93-119.

King, D., Case, C. & Premo, K., (2014). 2012 Mission statements: a ten country global analysis. *Electronic Business Journal*, 13(10):627-643.

Kosmützky, A. (2012). Between mission and market position: empirical findings on mission statements of German higher education institutions. *Tertiary Education and Management*, 18(1):57-77.

Köseoglu, M. A. (2008). İşletmeler var olma sebeplerini nasıl ifade ederler?: kobi'lerin misyon ifadeleri üzerine bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi*, 15(2):89-97.

Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: an introduction to its methodology*, 2nd edition, Sage Publications.

Marjanova, T. J. & Fotov, R. (2014). Corporate mission: much ado about nothing or essential strategic step? *Conference Proceedings of the International Journal of Arts and Sciences*. Valletta, Malta, 2-6 March 2014, pp.170-182.

Morden, T. (2007). *Principles of Strategic Management*. 3rd Edition. Ashgate Publishing

Mullane, J. V. (2002). The mission statement is a strategic tool: when used properly. *Management Decision*, 4(5):445-455.

Najimudinova, S. (2013). Organisational culture dimensions of the Kyrgyz industrial companies. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(1):427-444.

O'Gorman, C. & Doran, R. (1999). Mission statements in small and medium-sized businesses. *Journal of Small Business Management*, 37(4): 9-66.

Orozco, R. (2012). Framing hostilities: analysis of mission statements from segregated Chicana/o schools. *Journal of Latinos and Education*, 11(2):80-93.

Pearce, J. & David, F. (1987). Corporate mission statements: the bottom line. *Academy of Management Executive*, 1(2):109- 115.

Rajasekar, J., (2013). A comparative analysis of mission statement content and readability. *Journal of Management Policy and Practice*, 14(6):131-147.

Rigby, D. K. & Bilodeau, B. (2015). *Management Tools and Trends Survey 2015*, Bain and Company

Ritson, N. (2008). *Strategic Management*, Bookboon, 2nd edition. ISBN 978-87-403-0506-7

Stemler, S. E., Bebell, D. & Sonnabend, L. A. (2011). Using school mission statements for reflection and research. *Educational Administration Quarterly*, 47(2):383–420.

Tanković, A. Č. (2013). Defining strategy using vision and mission statements of Croatian organizations in times of crisis. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 26(1): 331-342.

Thompson, A. A. & Strickland A. J. (2006). *Strategic Management: Concepts and Cases*, 11th edition. McGraw-Hill

Tuhin, M. H. (2014). Content analysis of the banks' mission statements: a study of Bangladeshi listed banks. *Journal of Management and Science*, 4(1):30-36.

Weber, R. P. (1990). *Basic Content Analysis*, 2nd Edition. Sage Publications

Williams, L. S. (2008). The mission statement: a corporate reporting tool with a past, present, and future. *Journal of Business Communication*, 45(2):94-119

Wilson, J. L., Meyer, K. A. & McNeal, L. (2011). Mission and diversity statements: what they do and do not say. *Innovation High Education*, 37(2):125-139.

Виханский, О.С. (1998). *Стратегическое управление*, 2-е издание, Гардарика, Москва (in Russian, Vihanski O. S. 1998, *Strategicheskoe upravlenie*, Gardarika, Moscow)

www.stat.kg web-site of the National Statistical Committee of the Kyrgyz Republic

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ
MAKALE YAYIM İLKELERİ VE YAZIM KURALLARI

1. Genel İlkeler

DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi yılda en az dört defa yayımlanan hakemli bir dergidir. Derginin yayım dili Türkçe'dir. Ancak İngilizce makaleler de yayımlanabilir. Dergi, sosyal bilimler alanına özgün katkılar yapan teorik ve/veya uygulamalı makaleleri yayımlamayı amaçlar. Dergiye gönderilen makalelerin daha önce hiçbir yerde yayımlanmamış olması ve herhangi bir yerde yayımlanması için değerlendirme sürecine girmemiş olması gerekir. Başka bir yerde yayımlanması amacıyla başvuru yapıldığının, aynısının ya da benzerinin başka bir dergide yayımlanmış olduğunun tespiti halinde makale değerlendirme sürecinden çıkarılır.

Dergiye başvuru, değerlendirme, yayın süreci ve bilgilendirmeler TÜBİTAK ULAKBİM DergiPark sistemindeki <http://dergipark.gov.tr/deusosbil> adresi üzerinden yapılır. Başvuruda sisteme yüklenecek makale derginin Makale Yayım İlkeleri ve Yazım Kuralları'nda (Yazar Rehberi) belirtilen ilkelere, şekil şartlarına, atıf usullerine ve yazıldığı dilin yazım kurallarına uygun olarak düzenlenmiş olmalıdır. Sisteme makale ile birlikte taahhütname ve intihal raporu da eklenmelidir.

Yazarlar birden fazla makale için başvuru yapabilirler. Yazarın birden fazla makalesinin kabul alması durumunda, bir ciltte yazara ait yalnızca bir makale yayımlanabilir. Yazarın kabul almış diğer makalesinin basımı ancak bir sonraki ciltte yapılabilir.

Dergi editörleri ve yayın komisyonu üyeleri görev süresince dergide değerlendirilmek üzere makale başvurusu yapamaz ve makale yayımlayamaz.

Yazar ve hakemlerle iletişim DergiPark sistemi üzerinden ve dergiye ait sbedergi@deu.edu.tr adresi üzerinden gerçekleştirilir. Yazarlar ve hakemler iletişim adresi olarak belirttikleri e-posta adresini kontrol etmelidirler.

Dergiye gönderilen makaleler ön değerlendirme aşamasında, editörler ve yayın kurulu tarafından kapsamı, dergi politikası, yazım kuralları, alana özgün katkısı, bilimsel anlatımı, yönünden incelenir. Çalışmalar, ön değerlendirme ölçütlerini karşılamaları halinde iki hakeme gönderilir. İki hakemin birbirine zıt görüş bildirmesi halinde üçüncü bir hakeme başvurulabilir. Hakemlerin ve yazarın kimlikleri bu süreçte çift taraflı kör hakemlik politikası gereği gizli tutulur. Hakemler için verilen değerlendirme süresi, hakemin değerlendirmeyi kabul ettiği tarihten itibaren 15 gündür. Hakem değerlendirmesi tamamlanan makalelerin yazarlarına hakem raporları sistem üzerinden e-posta ile gönderilir. Düzeltme istenmesi halinde hakem raporlarının yazara gönderildiği tarihten itibaren 7 gün içinde düzeltilmiş makale ve düzeltme raporunun sisteme yüklenmesi gerekmektedir. Hakem raporları doğrultusunda makalenin yayımlanıp

yayımlanmamasına, editörler ve yayın kurulu karar verir. Basımı uygun görülen makaleler dizgi aşamasına alınır, basımı uygun görülmeyen makaleler ise reddedilir. Yayımlanmayan makaleler, yazara geri verilmez. Dergideki makalelerin bilimsel sorumluluğu yazara aittir. Yayınlanmış eserlerden kaynak gösterilmek suretiyle alıntı yapılabilir. Dergide yayınlanmasından sonra makalenin tüm telif hakları DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi'ne aittir. Yayınlanmış çalışmaların yazarlarına telif ücreti ödenmez. Dergide yayınlanmış makaleler DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi onayı olmadan başka bir yerde yayımlanamaz ve çoğaltılamaz.

Dergiye değerlendirilmek üzere makale gönderen yazarlar derginin “Makale Yayım İlkeleri ve Yazım Kuralları”nı ve belirtilen telif koşullarını kabul etmiş sayılırlar. Söz konusu kural ve ilkelere uymayan makalelerin sorumlulukları yazar(lar)a aittir. Dergi Yayın Komisyonu'nun ilgili kural ve ilkelere uymayan makaleleri “değerlendirme sürecinde veya sonrasında” “reddetme” hakkı bulunmaktadır.

2. Makalelerin Gönderilmesi

Makaleler, “MS Word” formatında kayıtlı olmalı ve TÜBİTAK ULAKBİM DergiPark sistemindeki DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi sayfasına <http://dergipark.gov.tr/deusosbil> adresinden üye girişi yapılarak yüklenmelidir.

Sisteme makale ile birlikte taahhütname (“Makale gönder” sayfasından indirilebilir) ve intihal raporu da eklenmelidir. Dergimiz için editör kurulunca belirlenen intihal oranı üst sınırı yüzde 10'dur. İntihal tespit programındaki filtreleme seçenekleri şu şekilde ayarlanır: -Kaynakça hariç (Bibliography excluded) -Alıntılar hariç (Quotes excluded) -5 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç (Limit match size to 5 words) -Program menüsünde bulunan diğer filtreleme seçenekleri raporlamaya dâhil edilmez. -Raporlar ".pdf" sürümü olarak İthenticate ya da Turnitin programı çıkışlı olmalıdır.

Yazar bilgileri sisteme eksiksiz olarak girilmeli, birden fazla yazar olması durumunda “yazar ekle” seçeneğinden yazar sıralamasına dikkat edilerek tüm yazarlar eklenmeli ve iletişim yazarı belirtilmelidir.

Makale DergiPark sistemine yüklenirken “Editöre Not” kısmına aşağıdaki bilgiler yazılmalıdır (varsa yazarların editöre iletmek istedikleri notlar da bu alana yazılabilir): Makalenin yazar sıralamasına dikkat ederek, yazar adı ve soyadı (soyadı büyük harflerle), unvanı, adresi (üniversite, fakülte, bölüm adı bulunmalıdır), email adresi; varsa teşekkür notu; makale daha önce bildiri, tez vb. olarak herhangi bir yerde sunulmuşsa ya da proje/araştırma desteğinden yararlanılarak hazırlanmışsa bu durumu açıklayan Türkçe ve İngilizce not; makalenin türü (araştırma makalesi, derleme, olgu sunumu vb.); “UAK Doçentlik

Sınavına Başvuru Şartları” “temel alan” tablolarından makalenin konu alanına uygun “bilim alanı” ve “kodu”.

DergiPark’a değerlendirilmek üzere yüklenen makale dosyası hakemlerle paylaşılan değerlendirme sürümü olduğundan kör hakemlik politikası gereğince bu dosyada yazar isimlerine yer verilmemeli, ayrıca dosya özelliklerine girilerek yazar bilgileri silinmelidir.

Makalelerin ayrıca posta ile gönderilmesine gerek yoktur.

3. Yazım Kuralları ve Biçimsel Özellikler

Makaleler, MS Word programında “Times New Roman” karakteriyle “11 Punto”, tek satır aralıklı ve iki yana yaslanmış olarak yazılır. Sayfa yapısı A4 olmalı; sağ “4 cm”, sol “4 cm”, üst “5,25 cm” ve alt kenarlardan “4,75 cm” boşluk bırakılmalıdır. (Bu ayarlar “sayfa düzeni” - “kenar boşlukları” bölümünden yapılmaktadır). Paragraf başlarındaki girinti “1,25 cm” ve paragraf aralarındaki boşluk önce “0 nk” sonra “6 nk” olmalıdır. (Bu ayarlar MS Word programında “paragraf ayarları” - “girintiler ve aralıklar” bölümünden yapılmaktadır).

Makalenin genel kurgusu sırasıyla şöyledir: Makalenin yazıldığı dildeki başlığı, özü ve anahtar kelimeleri, ikinci dildeki (makale Türkçe ise İngilizce, makale İngilizce ise Türkçe) başlığı, özü ve anahtar kelimeleri, tam metin, dipnotlar, kaynakça (references) ve -varsa- ekler.

Makalenin Türkçe ve İngilizce başlıkları “Times New Roman” karakteriyle “11 Punto” ve “kalın” yazılmalıdır. “Öz” (Abstract) ve “Anahtar Kelimeler” (Keywords) “Times New Roman” karakteriyle “10 Punto” ve italik yazılmalıdır. Özler 150-250 kelimedenden oluşmalıdır. Özde, çalışmanın amacı ve kapsamı, özgün yönü ve incelediği alana getirdiği katkı, yöntemi ve başlıca vurguları, değerlendirmeler ve öneriler kısaca belirtilmelidir. Anahtar kelimeler en az dört, en çok altı tane olmalıdır. Anahtar kelimelerin arasında virgül kullanılmalı, her kelimenin ilk harfi büyük yazılmalı, anahtar kelimelere numara verilmemelidir.

DergiPark sistemine yüklenecek ve değerlendirilmek üzere hakemlere sunulacak makale dosyasında kör hakemlik politikası gereğince yazar kimliğine ilişkin ifadelerin bulunmaması gerekmektedir. Dolayısıyla sisteme yüklenen makale dosyasının ilk sayfasında yalnızca, makalenin yazıldığı dildeki başlığı, özü ve anahtar kelimeleri, ikinci dildeki (makale Türkçe ise İngilizce, makale İngilizce ise Türkçe) başlığı, özü ve anahtar kelimeleri yer almalıdır.

Makalenin ana metni anahtar kelimelerden sonra “GİRİŞ”(Introduction) başlığı ile başlamalıdır. Metindeki ana başlıklar, sola dayalı, büyük harfle ve koyu olarak yazılmalıdır. İkinci düzey başlıklar sola dayalı, koyu ve kelimelerin sadece ilk harfleri büyük yazılmalıdır. Üçüncü düzey başlıkları da sola dayalı ve koyu ancak sadece ilk kelimelerinin ilk harfi büyük yazılmalıdır. Başlıklarda harflendirme ve numaralandırma yapılmamalıdır.

Tablo ve şekil başlıkları, tablo ve şekillerin üzerinde numaralandırılarak paragraf girintisiyle “Times New Roman 11 Punto” yazılmalıdır. Tablo, Şekil, Grafik kelimeleri ve numaraları koyu yazılmalıdır. Tablo ve şekil adlarında her kelimenin ilk harfi büyük yazılmalı, koyu yazılmamalıdır. Örneğin; **Tablo 1:** Tablo Başlığı. Tablo içi yazım karakteri “Times New Roman ve 8 Punto” olmalıdır. Kaynak, şekil ve tablonun altında paragraf girintisiyle başlanarak “Times New Roman 10 Punto” ile kaynakçada olduğu gibi yazılmalı ve sayfa numarası belirtilmelidir.

Dergide metin içinde kaynak gösterme, APA (6. sürüm) atıf yöntemine uygun olarak parantez içinde yazar soy ismi ve yayın yılı şeklinde yapılır. Örneğin; (Saaty, 1999: 90). Kaynak gösterilen çalışma iki yazarlıysa iki yazarın soy isimleri gösterilir. Örneğin; (Arslan & Yener, 2016: 22). Kaynak gösterilen çalışma üç ve daha fazla yazarlıysa ilk yazarın “soy ismi vd.” ifadesi kullanılmalıdır. Örneğin; (Tekinalp vd., 2000: 98-99). Metin içinde aynı konuya birden fazla kaynak gösterilmişse ya da yer verilmişse, yazarların soy isimleri alfabetik sıralamayla aralarına noktalı virgül işareti konularak gösterilmelidir. Örneğin; (Ahmet, 2009; Can, 2001; Uysal, 2006). Aynı yazarın aynı yıla ait farklı çalışmaları, yayın yılı sonuna konulacak “a, b, c, ...” harfleriyle gösterilmelidir. Örneğin; (Yılmaz, 2008a; 2008b).

Metinde dipnot uygulaması ilgili sayfanın altında, metnin bütünlüğünü bozmayacak şekilde yalnızca açıklama amacıyla kullanılmalıdır ve “Times New Roman 10 Punto” karakteriyle verilmelidir.

Metin içi atıflarda ve kaynakçada kullanılan kısaltmalar, referans verilen kaynağın dili gözetilmeksizin, makalenin yazım diline uygun yazılmalıdır. Örneğin; Türkçe makalede “ve”, “vd.”, “Der./Ed.”, İngilizce makalede “and”, “et al.”, “Ed./Eds.” gibi.

Makalede ek verilmesi halinde her bir ek ayrı sayfada olacak şekilde kaynakçadan sonra verilmeli, “EK” başlığı büyük harflerle, koyu ve sola dayalı olarak yazılmalı, ayrıca numaralandırılmalıdır. Ek başlığındaki her kelimenin ilk harfi büyük yazılmalıdır. Örneğin; **EK 1:** Ek Başlığı.

Yararlanılan kaynaklar, makalenin sonunda ayrı bir sayfada “Kaynakça” (References) başlığı altında alfabetik olarak soy isim sırasıyla gösterilmelidir. Her kaynak paragraf girintisiyle başlanarak yazılmalıdır. Kaynakçada aynı yazarın aynı yıla ait çalışmaları varsa, çalışmanın yapıldığı yılın sonuna “a, b, c, ...” harfleri koyularak sıralanmalıdır.

Kaynakça kısmında da APA stilinde (6. sürüm) kaynak gösterimi yapılmalıdır. Uyulması gereken genel kurallara ilişkin örnekler aşağıda verilmiş olup örneği bulunmayan kaynak gösterimleri için <http://www.apastyle.org/> adresine ya da ilgili kaynaklara başvurulmalıdır.

Kitap:

Rosenau, P. M. (2004). *Post-modernizm ve toplum bilimleri*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Kitap bölümü:

Muecke, M. A. (1994). On the evaluation of ethnographies. J. M. Morse (Der.), *Critical issues in qualitative research* içinde (ss. 187-209). London: Sage.

Dergi:

Kılıç, G. & Öztürk, Y. (2009). Kariyer yönetimi: Beş yıldızlı otellerde bir uygulama. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20 (1), 45-60.

E-dergi:

Drichoutis, A. C., Lazaridis, P. & Nayga, R. M. Jr. (2006). Consumers' use of nutritional labels: A review of research studies and issues. *Academy of Marketing Science Review*, 2006 (9). <http://www.amsreview.org/articles/drichoutis09-2006.pdf>, (Erişim Tarihi: 02.09.2011).

Tez:

Çolakoğlu, Ü. (1997). *Konaklama işletmelerinde yönetici-yönetilen ilişkilerinde iletişim stratejileri*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Sempozyum ve kongre bildirileri:

Huber, E. & Uzun, L. (2000). Dilbilim alanında Türkçe yazılan bilimsel metinler üzerine gözlemler. A. S. Özsoy ve E. E. Taylan (Ed.), *XIII. Dilbilim Kurultayı (13-15 Mayıs 1999) Bildirileri* içinde (ss. 201-215). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

İnternet adresi:

University of Georgia (varsa yayın yılı). Points of pride. <http://www.uga.edu/profile/pride.html>, (Erişim Tarihi: 08.09.2011).

Raporlar:

TCMB (1995). *Yıllık Rapor*. www.tcmb.gov.tr, (01.05.2011).

Bikmen, F. & Meydanoğlu, Z. (Ed.) (2006). *Türkiye’de sivil toplum: bir değişim süreci*. Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Projesi Türkiye Ülke Raporu. İstanbul: Tüsev Yayınları No:39.

İnternet makale:

Suronovic, M. S. (2005). *International finance theory and policy*. <http://internationalecon.com/Finance/Fch70/Fch70.php> (Erişim Tarihi: 11.09.2011).

İnternet bildiri:

Temiz, D. & Gökmen, A. (2009). Foreign direct investment and export in Turkey: The period of 1991-2008. *EconAnadolu 2009: Anadolu Uluslararası İktisat Kongresi*, 17-19 Haziran 2009, Eskişehir, Türkiye. http://econ.anadolu.edu.tr/fullpapers/Temiz_Gokmen_econanadolu2009.pdf, (Erişim Tarihi: 30.10.2011).

Makalenin yazımıyla ve atıflarla ilgili belirtilmeyen diğer konularda bilimsel makale yazım kuralları esas alınmalıdır. Söz konusu kural ve ilkelere uymayan makalelerin sorumlulukları yazar(lar)a aittir.