

ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ

İKTİSADİ VE
İDARİ BİLİMLER
DERGİSİ

ATATURK UNIVERSITY
JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES

Cilt / Volume: 31

Sayı / Number: 1

Yıl / Year: 2017



**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER
DERGİSİ**



Cilt / Volume: 31

Sayı / Number: 1

Yıl / Year: 2017

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Elif BOYRAZ	Seçmen Kimdir, Ne İster? Yerel Seçimlerde Seçmen Pazarının Bölümlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma.....	1
Hasan Emir AKTAŞ	İsrail’de Dini Kurum, Oluşum ve Referansların Siyasi, Kamusal ve Hukuki Alanlara Etkileri.....	29
Şükrü NİŞANCI Lokman ŞAHİN	Ortadoğu’da Selefî-Şii Gerginliği ve Türkiye’nin Tutumu.....	51
Elif ÇOLAKOĞLU	The Climate Change and Energy Security Nexus in the U.S.....	71
Abdulkadir ALBEZ	Üretim İşletmelerinde Araştırma ve Geliştirme (Ar-Ge) Giderlerinin Muhasebeleştirilmesi.....	85
Ebru TOLAY Olca SÜRGEVİL DALKILIÇ Oytun BORAN SEZGİN	Örgütsel Değişim Sinizmi: Ölçek Geliştirme, Güvenilirlik ve Geçerlilik Çalışması.....	101
Uğur Korkut PATA	Türkiye’de Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme İlişkileri: Toda-Yamamoto Nedensellik Analizi (1971-2014).....	119
Kadir DELİGÖZ Sevtap ÜNAL	Deneyimsel Pazarlama Uygulamalarının Marka Tercihi Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma (Kahve Dünyası ve Starbucks Örneği)....	135
Zafer Barış GÜL	Construction Industry in Turkey: An Input-Output Analysis Using the World Input-Output Database (WIOD) for the 2002-2011 Periods.....	157
Hatice AYDIN Sevtap ÜNAL	Tüketicilerde İçgüdüsel Ahımlardan Sonra Meydana Gelen Utanç ve Suçluluk Duyguları Üzerine Bir Araştırma.....	175
Ercan ÖZEN Sultan ÖZEK	Lisans Düzeyindeki Finans Öğrencilerinin Meslek Algısı ve Beklentileri.....	191
Yılmaz KAPLAN	Enlargement as A Case Showing Deliberative and Reversible Nature of the European Integration.....	211



THE REPUBLIC OF TURKEY
ATATURK UNIVERSITY
JOURNAL OF ECONOMICS AND
ADMINISTRATIVE SCIENCES



Volume / Cilt: 31

Number / Sayı: 1

Year / Yıl: 2017

CONTENTS / İÇİNDEKİLER

Elif BOYRAZ	Who is the Voter, What It Wants? A Study on Segmenting the Voter Market at Local Elections.....	1
Hasan Emir AKTAŞ	Effects of Religious Establishments, Organisations and References in Israel on the Political, Public and Legal Areas.....	29
Şükrü NİŞANCI Lokman ŞAHİN	Salafî -Shiite Tension in the Middle East and Turkey's Attitude.....	51
Elif ÇOLAKOĞLU	ABD'de İklim Değişikliği ve Enerji Güvenliği Bağlantısı.....	71
Abdulkadir ALBEZ	The Accounting of Research and Development (R&D) Expenses in Production Enterprises.....	85
Ebru TOLAY Olca SÜRGEVİL DALKILIÇ Oytun BORAN SEZGİN	Organizational Change Cynicism: Scale Development, Validity and Reliability.....	101
Uğur Korkut PATA	The Relationship Between Foreign Trade and Economic Growth in Turkey: Toda Yamamoto Causality Analysis (1971-2014).....	119
Kadir DELİGÖZ Sevtap ÜNAL	A Research to Determine the Effect of Experiential Marketing on Brand Choise (Example of Kahve Dünyası and Starbucks).....	135
Zafer Barış GÜL	Türkiye'de İnşaat Sektörü: 2002-2011 Dönemi İçin Dünya Girdi-Çıktı Veri Tabanı (DGÇY) ile Bir Girdi-Çıktı Analizi.....	157
Hatice AYDIN Sevtap ÜNAL	A Study on Consumers' Guilt and Shame After Impulse Buying.....	175
Ercan ÖZEN Sultan ÖZEK	Profession Perceptions and Expectations of B.Sc. Degree Finance Students.....	191
Yılmaz KAPLAN	Genişleme: Avrupa Entegrasyonun Müzakereye Dayalı ve Tersine Dönebilir Doğasını Gösteren Bir Vaka.....	211

ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER DERGİSİ
BİLİM DANIŞMA KURULU
(Ada göre sıralanmıştır.)

Prof. Dr. Adem DURSUN Atatürk Üniversitesi	Prof. Dr. Kerem KARABULUT Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet KALA İstanbul Üniversitesi	Prof. Dr. Mahmut KARTAL Bartın Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet MAKAL Ankara Üniversitesi	Prof. Dr. Mehmet S. ORHAN Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet SÖZEN Doğu Akdeniz Üniversitesi	Prof. Dr. M. Sinan TEMURLENK Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Alaattin KIZILTAN T.C. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi	Prof. Dr. Muammer YAYLALI Erzurum Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Alper E. GÜVEL Çukurova Üniversitesi	Prof. Dr. Murat ÇAK İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Atılhan NAKTİYOK Atatürk Üniversitesi	Prof. Dr. Murat NİŞANCI Erzincan Üniversitesi
Prof. Dr. Aysel ERCİŞ Atatürk Üniversitesi	Prof. Dr. Mustafa SEVÜKTEKİN Uludağ Üniversitesi
Prof. Dr. Ayşegül MENGİ Ankara Üniversitesi	Prof. Dr. Mustafa UÇAR Dicle Üniversitesi
Prof. Dr. Abdülkerim DAŞTAN Karadeniz Teknik Üniversitesi	Prof. Dr. Nesrin ALGAN Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Berrin C. ATAMAN Ankara Üniversitesi	Prof. Dr. Nihat KÜÇÜKSAVAŞ Arel Üniversitesi
Prof. Dr. Cengiz TORAMAN Gaziantep Üniversitesi	Prof. Dr. Osman DEMİRDÖĞEN Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Dursun KAYA Atatürk Üniversitesi	Prof. Dr. Ömer YILMAZ Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Ekrem YILDIZ Kırıkkale Üniversitesi	Prof. Dr. Ömer F. İŞCAN Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Erkan OKTAY Atatürk Üniversitesi	Prof. Dr. Ö. Selçuk EMSEN Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Erol ÇAKMAK Atatürk Üniversitesi	Prof. Dr. Reşat KARCIOĞLU Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Esra G. D. KİBAR Ankara Üniversitesi	Prof. Dr. Ruşen KELEŞ Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Fatih KARCIOĞLU Atatürk Üniversitesi	Prof. Dr. Selim BAŞAR Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Fehim BAKIRCI Atatürk Üniversitesi	Prof. Dr. Selim ERDOĞAN Dicle Üniversitesi
Prof. Dr. Hamza ÇEŞTEPE Bülent Ecevit Üniversitesi	Prof. Dr. Sevda YAPRAKLI Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Hüseyin BAĞCI Orta Doğu Teknik Üniversitesi	Prof. Dr. Sevtap ÜNAL Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Hüseyin DAĞLI Karadeniz Teknik Üniversitesi	Prof. Dr. Süleyman YÜKÇÜ Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Hüseyin ÖZER Atatürk Üniversitesi	Prof. Dr. Tayfun ÇINAR Ankara Üniversitesi

Prof. Dr. Turan ÖNDEŞ
Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Uğur GÜLLÜLÜ
Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Uğur ÖMÜRGÖNÜLŞEN
Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Üstün ÖZEN
Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Vedat KAYA
Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Yusuf AKAN
Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Yunus KİSHALI
Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Yunus SÜRMEK
Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Zerrin T. KARAMAN
Dokuz Eylül Üniversitesi

TEŞEKKÜR

Bu dergi değerli hakemlerimizin katkılarıyla yayımlanmaktadır. İlgilerinden ve desteklerinden dolayı teşekkür eder, saygılar sunarız.

BU SAYININ HAKEM KURULU

Hakemin Unvanı	Hakemin Adı	Hakemin Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Seçil TAŞTAN	Marmara Üniversitesi
Doç. Dr.	Erkan DEMİREL	Fırat Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Salih Börteçine AVCI	Atatürk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Demokaan DEMİREL	Ömer Halisdemir Üniversitesi
Prof. Dr.	Ayhan YALÇINKAYA	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr.	Aysel ERCİŞ	Atatürk Üniversitesi
Doç. Dr.	Şükrü NİŞANCI	Atatürk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Miraç EREN	Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Gürkan ÇALMAŞUR	Erzurum Teknik Üniversitesi
Prof. Dr.	Zeliha ESER	Başkent Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Polat CAN	Uşak Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Nilgün BİLİCİ	Atatürk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Zehra Nuray NİŞANCI	İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr.	Nejat BASIM	Başkent Üniversitesi
Prof. Dr.	Selim ÇAĞATAY	Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr.	Benan ERES	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr.	Türker SUSMUŞ	Ege Üniversitesi
Doç. Dr.	Süleyman UYAR	Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr.	İsmail Hakkı İŞCAN	Bilecik Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	İlke Bezen TOZKOPARAN	Fırat Üniversitesi
Prof. Dr.	Ayhan YALÇINKAYA	Ankara Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Gülşen ŞEKER AYDIN	Atatürk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Ayşe Ömür ATMACA	Hacettepe Üniversitesi
Doç. Dr.	Muhammet Hanifi MACİT	Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr.	Aysel ERCİŞ	Atatürk Üniversitesi
Doç. Dr.	Alpaslan YÜCE	Kafkas Üniversitesi
Doç. Dr.	Canan Nur KARABEY	Atatürk Üniversitesi
Doç. Dr.	Fatma Neval GENÇ	Adnan Menderes Üniversitesi
Doç. Dr.	Elif ÇOLAKOĞLU	Atatürk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Şahin ÇETİNKAYA	Uşak Üniversitesi
Prof. Dr.	Lütfü ÖZTÜRK	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Doç. Dr.	Selçuk BALI	Giresun Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr.	Abdulkadir KAYA	Erzurum Teknik Üniversitesi

YAZIM DÜZENİ

- (1) İktisadi ve İdari Bilimler ve ilişkili alanlarda hazırlanmış ve yayınlanmak üzere dergiye gönderilen yazılar daha önce herhangi bir şekilde yayınlanmamış ya da yayınlanmak üzere gönderilmemiş **orijinal çalışmalar** olmalıdır.
 - (2) Editörler yazıların işletme ve iktisat dallarında uygulamayla desteklenmiş çalışmalar olmasını arzu etmektedirler.
 - (3) Yazılar, sadece makalenin adı, yazarın adı ve akademik unvanı, görevi ve bağlı olduğu kuruluşu, adresi, telefonu ve e-postasını belirten bir dış kapak sayfası eklenerek gönderilmelidir. Bu sayfa çıkarıldıktan sonra, metin incelenmek üzere Bilim Kurulu'ndan konuyla ilgili üç (3) hakeme gönderilecektir. Bu nedenle metnin ilk sayfasında yazar adına yer verilmeden sadece makale adı yazılmalıdır.
 - (4) Bu dergide Türkçe ya da İngilizce dillerinden biriyle yayım yapılabilir. Yazıların başında, 100 kelimeyi geçmeyen Türkçe ve İngilizce "başlık/title", "öz/abstract" ve "anahtar kelimeler / keywords" bulunmalıdır.
 - (5) Yazıda yer alan konu başlıkları Giriş'ten itibaren **I, II, III, ...** gibi Romen rakamlarıyla, alt başlıklar ise **A, B, C, ...** gibi büyük harflerle sıralanmalıdır.
 - (6) Kaynaklara yapılan göndermeler, dipnotlar yerine metnin içinde parantez arasında yapılmalıdır. Parantez içindeki ifadeler şu sırayla yer almalıdır: yazar(lar)ın soyadı, kaynağın yılı ve sayfa numarası. Eğer, yazarın aynı yıl içinde yazılmış birden fazla çalışmasına gönderme yapılıyorsa, yıllar harflerle farklılaştırılmalıdır. Kaynağa gönderme yapma konusunda karşılaşılabilecek farklı durumlarda aşağıdaki örneklerden yararlanılabilir.
...göstermektedir (Engle, 1987: 438).
...Granger (1992a: 35-37; 1992b:85-90) çalışmalarında belirttiği gibi...
... (Fama ve Miller, 1972: 545-570) iki yazarlı kaynak için.
... (Judge vd., 1988: 15-19) ikiden fazla yazarlı kaynak için.
... (Gönenli, 1990: 490-510; Türko, 1994: 310-314)
Açıklama gerektiren durumlarda yapılacak açıklamalar, "Notlar" başlığı altında, yazının sonunda ayrı bir sayfada verilmelidir.
 - (7) Şekil ve Tablolar metin içerisinde verilmelidir. Şekil adı, şeklin altında, tablo başlığı tablonun üzerinde yer almalıdır. Şekil ve tablo numaraları 1, 2, 3, ... gibi verilmelidir.
 - (8) Denklemler satırın en sağında parantez içinde verilecek rakamlarla sıralanmalı ve denklemlere yapılacak göndermeler... xxx. ifade edilerek yapılmalıdır.
 - (9) Yararlanılan kaynaklar, eğer varsa notlardan sonra ayrı bir sayfada "Kaynakça" başlığı altında verilmelidir. Kaynakçada aşağıdaki biçim kurallarına uyulmalıdır.
- Kitaplarda:**
Keyder, N. (1990), **Para, Teori Politika: Türkiye Üzerine Bir Uygulama**, Genişletilmiş İkinci Baskı, Bizim Büro Basımevi, Ankara.
- Dergilerde:**
Bahmani Oskooee, M. ve Malixi, M. (1987) "Effects of Exchange Rate Flexibility on the Demand for International Reserves", *Economics Letters*, 23(2), ss.89-93.
- Derlemelerde:**
Bernanke, B.S. (1986), "Alternative Explanations of The Money Income Correlation", K. Brummer ve A. Meltzer (der.), **Real Business Cycles, Real Exchange Rates and Actual Policies**, North Holland, Amsterdam, ss. 49-100.
- (10) Yazılar elektronik ortamda, tercihen word 6.0 veya daha üst bir versiyonunda yazılıp, CD kopyalanmalı, CD ile birlikte üç (3) nüsha laser çıktısı gönderilmelidir.
 - (11) Yazım kuralları olarak sayfa yapısı, üstten **5, alttan 5.5, sol 4.25, sağ 4.25 cm ve 1 satır aralıklı Times New Roman 11 punto** olmalı, dipnotlar ise **metin içerisinde** yer almalı ve 9 punto olarak yazılmalıdır. Makalenin tümü yaklaşık 20 sayfayı geçmemelidir.
 - (12) Yazarlardan posta ve kırtasiye giderlerini karşılamak üzere makalenin ilk gönderildiğinde 100 (Yüz) TL VakıfBank: Atatürk Üniversitesi Şubesi **00158007272483831 (IBAN) TR77 0001 5001 5800 7272 4838 31** numaralı hesaba yatırılarak dekontunun makale ile birlikte gönderilmesi gerekmektedir.
 - (13) Makalenizi www.atauni.edu.tr adresinden yararlanarak Fakültemizin Web sayfasından takip edebilirsiniz.

SPELLING ORDER

- (1) Articles that are sent to be published must be original studies that have never been, in any way, published or sent to be published.
- (2) Editors wish the articles sent, to be the studies that are supported by application (practice) in all fields of Management and Economics.
- (3) Articles must be sent by adding a cover page which includes only the name of the article; authors name his/her academic title, position, address, phone number, e-mail. Having subtracted this page, the article will be send to three arbitrators in the Arbitration Committee, who are concerned with the subject under consideration for review. For this reason, in the first page of the article, without stating the author's name, only the name of the article must be written.
- (4) In this periodical, articles written in Turkish or English published. In the articles at the beginning of the document an abstract in Turkish and English which does not exceed 100 words. Title and keywords of the article must also be given in both languages.
- (5) The subject headlines in the article, beginning from introduction, must be ordered by Roman numerals (I, II, III) sub headlines though, must be ordered by capital letters (A, B, C).
- (6) References made to the sources, must be showed, instead of in footnotes, in parenthesis. Statements within parenthesis must take place in this order: Last name of author(s), year and page number of the source. If the reference is made to more than one studies of the author written in the same year, years must be differentiated by letters. For the different situations faced about the references made to the sources, it is possible to make use of the examples as stated below.
... (Engle, 1987: 438).
... Granger as he stated (1992a: 35-37; 1992b: 85-90) in this studies...
... (Fama and Miller, 1972: 545-570) For the sources with two authors.
... (Judge etc., 1988: 15-19) For the sources with more than two authors.
... (Gönenli, 1990: 490-510; Türko, 1994: 310-314)
If any explanation is needed this should be made under the heading of "Notes", in the end of the article, and in a different page.
- (7) Figures and Tables must be given each in a different page and by following an order. Numbers of figures and tables must be given as 1,2,3, ...
- (8) Equations must be indicated as ordered with the numbers in parenthesis given on the right of the line.
- (9) Benefited sources must be given after notes, if there are any, and in different pages under the heading of "Bibliography". In bibliography it is necessary to follow formal rules stated below.
In books:
Keyder, N. (1990). **Para, Teori Politika: Türkiye Üzerine Bir Uygulama**, İkinci Baskı, Bizim Büro Yayını, Ankara,
In periodicals:
Bahmani Oskooee, M. and Malixi, M. (1987) "Effects of Exchange Rate Flexibility on the Demand for International Reserves", *Economics Letters*, 23 (2), p. 89-93.
In collections (anthologies):
Bermanke, B.S. (1986), "Alternative Explanations of the Money Income Correlation", K. Brunner and A. Meltzer (col.), **Real Business Cycles, Real Exchange Rates and Actual Policies**, North Holland, Amsterdam, p. 49-100.
- (10) It is required that the author has to write his/her article in Word 6.1 or in a higher version, and send it in a CD with 3 copies in paper.
- (11) As spelling rules, page format has to be arranged so as to leave 5 cm from above, 5.5 cm from below, 4.25 cm from right, 4.25 cm from left, Article has to be written in Times New Roman with 11 point. Footnotes have to be within the article in 9 point. Articles must not exceed 20 pages.
- (12) From articles 100-TL will be taken for postal expenses. This paying will be paid to Vakıfbank: Atatürk University Branch, Account number is **00158007272483831. (IBAN) TR77 0001 5001 5800 7272 4838 31** The payment slip should be attached to the article.
- (13) You can check your article by using our faculty web page which is www.atauni.edu.tr.

SEÇMEN KİMDİR, NE İSTER? YEREL SEÇİMLERDE SEÇMEN PAZARININ BÖLÜMLENDİRİLMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Elif BOYRAZ*

Alınış Tarihi: 15 Ekim 2015

Kabul Tarihi: 21 Ekim 2016

Öz: Bu çalışmanın amacı seçmenlerin yerel seçimlerde oy verme kararını etkileyen faktörleri belirlemek ve seçmen pazarının bu faktörler temelinde bölümlendirilip bölümlendirilemeyeceği sorusuna cevap aramaktır. Bu amaç doğrultusunda Tokat ili merkez ilçesinde ikamet eden seçmenlerden kolayda örnekleme metodu ile seçilen 358 seçmenle yüzyüze anket yapılmıştır. Elde edilen verilere tanımlayıcı istatistiklere ilişkin analizler, faktör, kümeleme ve k-kare analizleri uygulanmıştır. Araştırma sonuçları yerel seçimlerde oy verme davranışını etkileyen sekiz faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Bu faktörler siyasal kampanya, sosyal faktörler, adayın seçim dönemi performansı, parti politikaları, adayın yetkinliği, parti aidiyeti, adaya yakınlık ve adayın kimliği faktörleridir. Bu faktörler kullanılarak yapılan kümeleme analizi seçmenlerin yerel seçimlerde duyarlı, pragmatist, umursamaz ve akılcı seçmen olmak üzere dört farklı pazar bölümü oluşturduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Siyaset Pazarlaması, Yerel Seçimler, Pazar Bölümlendirme, Seçmen Davranışı.

WHO IS THE VOTER, WHAT IT WANTS? A STUDY ON SEGMENTING THE VOTER MARKET AT LOCAL ELECTIONS

Abstract: The purposes of this study are to identify the effective factors of voter behaviour at local elections and to answer this question: "Is it possible to segment the voter market by these factors?" According to these purposes a questionnaire was applied to 358 voters in provincial center of Tokat that were selected by convenience sampling. Descriptive statistics, factor and cluster analysis and Chi-Square tests were applied to data. The results show that there are eight factors that affect voter behaviour at local elections. These factors are political campaign, social factors, election process performance of candidate, party policies, candidate's competency, being the property of party, closeness to candidate and candidate's identity. These factors were used for cluster analysis and four voter segments were identified. These segments were named as sensitive, pragmatist, oblivious and rationalist voter.

Keywords: Political Marketing, Local Elections, Market Segmentation, Voter Behaviour.

I. Giriş

Hızla değişen dış çevre unsurları ve zorlu rekabet koşulları ile baş etmede bir çare olarak görülen stratejik planlama ve yönetim, geleceği yönetme becerisi kazanma noktasında oldukça önemlidir. Belirsiz çevre koşulları ticari örgütleri olduğu kadar, kar amaçsız örgütleri de tehdit etmektedir. Kar amaçsız örgütlerin finansal performansı merkeze almayan, gönüllülük esasına dayalı çabaları

* Yrd. Doç. Dr. Gaziosmanpaşa Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü

konjonktürel dalgalanmalardan daha kolay etkilenmelerine sebep olmakta ve bu değişimler varlıklarını devam ettirmelerini güçleştirmektedir.

Geçmişte pazarlama yalnızca mal ve hizmetlerin konu edilebileceği bir faaliyet olarak görülürken, Kotler ve Levy'nin (1969) "Broadening The Concept of Marketing" adlı makalelerinin yarattığı yankılarla; fikirler, örgütler, mekanlar ve kişiler de pazarlanabilir varlıklar olarak görülmeye başlanmıştır. Bu yaklaşım kar amaçsız örgütlerin de pazarlamaya ihtiyacının olduğunu gündeme getirmiştir.

Bu nedenle dinamik çevre unsurlarının sürekli analiz edilmesi; güçlü ve zayıf yanlarını, fırsatlarını ve tehditlerini belirleme; misyon, vizyon, amaç, hedef tanımlama; pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve konumlandırma kar amaçsız örgütlerde de önemli planlama adımlarını oluşturmaktadır. Ticari örgütler ve kar amaçsız örgütler için dış çevre unsurlarından politik ve yasal çevrenin aktörleri olan siyasi partiler de esasen kar amaçsız örgütlerdendir. Temel amaçları iktidar olmak olan ve bu amaç doğrultusunda rekabet eden siyasi partiler de pazarlama faaliyeti yürütmesi gereken örgütlerdir.

Siyasi partilerin programları, kimlikleri ve ideolojileri ile seçmenlerin beklentileri arasında gerçekleştirilecek bir örtüşme siyasi partilerin rakiplerine göre daha avantajlı bir konuma geçmesini sağlayacaktır (Okumuş, 2007: 158). Bu sayede siyasal örgütler hedef pazarlarını genişletecek ve iktidar hedefine yaklaşacaktır. Seçmen pazarını doğru tanımlamak için en etkin yöntemlerden biri pazar bölümlendirmedir. Bu sayede farklılaşan seçmen beklentilerine farklılaşan pazarlama çözümleri üretmek mümkün olacaktır. Seçmenlerin beklentileri kendi içinde değişkenlik gösterdiği gibi oy tercihinin şekilleneceği seçimin türüne göre de değişebilecektir. Genel seçimler, yerel seçimler ve Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde seçmenlerin hassasiyetleri değişebilmekte ve bu durum kararda etkili olan faktörlerin farklılaşmasına sebep olabilmektedir. Bu durum seçilen makamdan beklentilerin farklılığıyla da ilintilidir. Bu bağlamda bu araştırmanın amacı yerel seçimlerde seçmenin oy verme kararını etkileyen faktörleri belirlemek ve bu faktörler ışığında yerel seçmen pazarını bölümlendirmektir.

II. Siyaset Pazarlaması Kavramı ve Siyaset Pazarında Bölümlendirme

Siyasal alanda gözlemlenen rekabetin ticari alandaki rekabete, seçmen davranışının da tüketici davranışına olan benzerliği; siyasette başarılı olmak için pazarlama perspektifinden bakışın gerekliliğine işaret etmektedir. Bu gereklilik literatürde ve uygulamada siyaset pazarlaması kavramının gelişmesi sonucunu doğurmuştur.

Amerikan Pazarlama Derneği siyaset pazarlamasını "partinin veya adayın kamuoyu araştırması ve çevre analizini, örgütsel amaçları gerçekleştirebilecek ve oyları karşılığında seçmen gruplarını memnun edebilecek, rekabet gücüne sahip bir fikir üretmek ve tutundurmak için kullanılma süreci" olarak tanımlamaktadır (O, Shaughnessy, 2002: 173, akt.

Divanoğlu, 2008: 106). Siyaset pazarlaması esasında melez bir çalışma alanıdır. Bir yandan işletme literatürünü akla getiren, bir yandan da siyasetin işleyişine gönderme yapan siyaset pazarlaması, en genel anlamda siyasal ürünün tüketicilere yani seçmenlere nasıl sunulacağı ile ilgili bir süreçtir. Pazarlama stratejileri ile siyasal stratejilerin bir sentezini kurmaya çalışan siyaset pazarlaması ikili bir işleyiş arz etmektedir. Siyaset pazarlaması yapısal olarak ürün, örgüt ve pazar sacayağı üzerine kuruludur. Ürün; lider, aday, ideoloji vb. ifade ederken, örgüt siyasi partiyi, pazar ise seçmenleri ifade etmektedir. Siyaset pazarlamasının işleyişinin ikinci düzeyi ise sürece dönüktür. Siyaset pazarlaması süreç olarak doğrudan değerlerle ilişkilidir. Siyaset pazarlaması değerlerin tanımlanması, geliştirilmesi ve sunumu olmak üzere üç aşamada ilerlemektedir (Türk, 2010: 67).

Ticari pazarlamada olduğu gibi siyaset pazarlamasında da başarının ön koşulu farklı olabilmek ve farklı algılanabilmektir. Aksi taktirde her ne kadar siyasal alanda rekabet eden aktör sayısı ticari pazarlamadakine göre oldukça sınırlı olsa da seçmenin beklentilerini karşılayabilecek başka alternatifler mevcuttur ve seçmen bu alternatifler lehine karar verebilecektir.

Siyasal ürünlerin tasarlanmasında pazardaki şartların ne olduğunun incelenmesi, seçmenlerin beklentilerinin ve pazar boşluklarının değerlendirilmesi, farklılığın oluşturulması için bir başlangıç niteliğindedir. Özellikle yeni siyasal ürünlerin tasarımında bu ihtiyaç daha belirgin hale gelmektedir. Farklı ihtiyaçlar, özellikler ya da davranışlar gösteren seçmenlerin bu farklılıklar temelinde bölümlendirilmeleri gerekmektedir (Okumuş, 2007: 165).

Tüketicilerin ihtiyaç ve isteklerini anlamada en etkin yöntemlerden biri pazar bölümlendirmedir. Bu sayede birbirinden oldukça farklı beklentilere sahip tüketicilerden oluşan heterojen pazarlar, daha benzer isteklere sahip homojen pazarlara ayrılabilir. Siyaset pazarlamasında ise pazar bölümlendirmenin heterojenlikle başa çıkmada doğru bir yöntem olup olmadığı tartışmalıdır. Siyaset pazarlamasında bölümlendirilmiş pazarlar daha küçük seçmen grupları anlamına gelmekte ve iktidar hedefi ile çalışmaktadır. Ancak beklentileri doğru tanımlanmış seçmenler de başarı için vazgeçilmez şarttır. Bu nedenle bölümlendirilmiş seçmen pazarlarına, farklılaştırılmış siyasal pazarlama karmaları ile hitap etmek siyasal başarı açısından en doğru yaklaşım olacaktır.

III. Yerel Seçmen Davranışı

Genel oyun yaygınlaştığı 20. yüzyılda seçmenlerin oy verme davranışlarını açıklamak üzere çeşitli kuramlar geliştirilmiştir. Bu kuramlar psikolojik, ekonomik ve sosyolojik oy verme davranışlarıdır (Önen ve Tek, 2009: 110). Psikolojik oy verme davranışı seçmenin kendini partiyle özdeşleştirdiği ve oy vermeyi kimliğin bir ifadesi olarak gördüğü oy verme şeklidir. Buna karşılık sosyolojik oy verme bireyin sosyalleşmesinin bir sonucudur ve oy verme davranışının en önemli güdüleyicisi, bireyin ait olduğu

sosyal gruplar ve bu grupların çıkarlarıdır. Rasyonel oy verme teorisi ise bireylerin bireysel çıkarlarını maksimize edecek seçenekler lehine oy verdiğini iddia etmektedir.

Seçmen davranışını rasyonel davranış olarak tanımlayan teoriye göre seçmenin tercihi bireyseldir. Bu kuramın ortaya çıkışında seçmenlerin oy verme davranışlarının değişimini ve dolayısıyla parti aidiyetlerinin azaldığını gösteren araştırmalar yatmaktadır. Seçmen profiline bir toplumsal duruş noktasından bakmak ve tercihi bu profilin bir fonksiyonu olarak görmek yerine, birey olan seçmene odaklanmak ve hangi karar alma süreçleri ile seçmenin bir partiye oy verdiğini belirlemek önem kazanmıştır (Önen ve Tek, 2009: 112). Bu bakış açısı siyasette pazarlama perspektifinden bakışın gerekliliğini ortaya koymaktadır. Birey olarak seçmen, oy verme kararını bir sürecin çıktısı olarak vermekte ve alternatifler arasından en uygun seçimi yapmaya çalışan tüketici gibi hareket etmektedir.

Evans (2002, akt. Önen ve Tek, 2009: 110) ise oy verme davranışını iki ana kategori olarak toplumsal ve rasyonel tercih kuramları ile açıklamakta, bu kategorilere ek ve ikinci kategoriye yakın olarak sorun temelli oy verme davranışından bahsetmektedir. Sorun temelli oy verme davranışı seçmenin oy verirken kendisi için en öncelikli konuda en başarılı çözümü öneren siyasi parti ya da aday lehine oy vermesini ifade etmektedir. Bu bağlamda sorun temelli oy verme davranışının özellikle yerel seçimlerde seçmenin oy verme davranışını açıklamada diğer kuramlardan daha faydalı olduğu söylenebilir.

Siyaset biliminde yer alan bu teoriler seçmen davranışını kendi alanı içerisinde açıklamaya çalışmakta ve bir durağanlık arz etmektedir. Oysa pazarlama ve tüketici davranışı bakış açısından seçmenin davranışını tek başına bu teorilerden herhangi biri ile açıklamak mümkün değildir. Seçmenin davranışı oldukça karmaşık, çok sayıda gözlenen ve örtük değişkenin etkisi altında şekillenen bir yapı arz etmektedir. Bu nedenle seçmeni doğru anlamak, ihtiyaçlarını doğru tespit etmek ve doğru çözüm önerileri geliştirmek için siyaset pazarlaması perspektifinden seçmene yaklaşmak kaçınılmazdır.

Seçmen davranışı üzerine yapılan çalışmalar seçmenin davranışının yerel ve genel seçimler özelinde de farklılaşabileceğini ve farklı değişkenlerden etkilenebileceğini ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda bu araştırmanın konusu yerel seçmen davranışı olarak belirlenmiş ve yerel seçmen davranışını etkileyen faktörler tespit edilerek, bu faktörler ışığında pazarın bölümlendirilip bölümlendirilemeyeceği sorgulanmıştır.

IV. Literatür Taraması

Yerli yazında yerel seçimlerde seçmen davranışını konu edinen çalışmalar bulunmakla birlikte seçmen pazarının bölümlendirilmesine ilişkin çalışmaya rastlanmamıştır. Boyraz ve Erdem'in (2015) çalışması yerli yazında siyaset pazarının bölümlendirilmesiyle ilgili rastlanan tek çalışmadır ancak genel seçimlerde pazarın bölümlendirilmesini konu edinmektedir. Yabancı

yazında da parlamento veya başkan seçimlerinde seçmenlerin bölümlendirilmesine ilişkin çalışmalar ağırlıktadır. Bu çalışmaların bir kısmı oy vermeyen seçmenlerin bölümlendirilmesine ilişkin iken (Bannon, 2005; Bannon, 2003; Dermody ve Hanmer-Lloyd, 2004), bir kısmı da oy veren seçmenlerin bölümlendirilmesine (Newman, 1999; Baines vd., 2003; Davidson, 2005; Gardner vd., 2005; Smith ve Hirst, 2001; Chiu vd., 2010; McGough, 2005; Lilleker, 2005; Bannon, 2004; Phillips vd., 2010) yöneliktir. Bu çalışmalarda kullanılan değişkenler siyasal sistem ve seçmen profili farklılığından dolayı çok yol gösterici olamamaktadır. Yabancı yazında ulaşılabilen çalışmalardan yalnızca Rees ve Gardner'ın çalışması yerel seçmen bölümlendirmeye ilişkindir. Rees ve Gardner (2005) çalışmalarında İngiltere yerel seçimlerinde seçmenlerin bölümlendirilmesi üzerinde durmuşlardır. Bölümlendirmede haberdarlık ve bilgi düzeyi gibi değişkenler kullanılmıştır. Yerli yazında yerel seçmen bölümlendirmeye ilişkin çalışma olmamakla birlikte, yerel seçmen davranışını konu edinen çalışmalara rastlanmaktadır. Bu çalışmalardan, özellikle bulguları siyaset pazarlaması alanına katkı sağlayacak olanlara aşağıda kısaca değinilmektedir.

Akgün (2002) belediye seçimlerini etkileyen faktörleri konu edindiği çalışmasında Türkiye'de seçmenlerin yerel seçimlerdeki kararlarında da parti aidiyetlerinin önemli olduğunu ancak yine de kemik oylardan bahsetmenin mümkün olmadığını, seçmenin ekonomik çıkarları doğrultusunda oy verdiğini ve son yıllarda etnik ve kültürel farklılıkların politize edilmesinin de seçmenin tercihlerini etkilemeye başladığını ortaya koymaktadır.

Çubukçu (2005) Erzurum ve Trabzon illerinde hem yerel hem de genel seçimlerde seçmen davranışlarını incelediği çalışmasında hem seçimin türü hem de il itibarıyla davranışı etkileyen değişkenlerin farklılaşabildiğini ortaya koymuş, bu sebeple siyasi partilere farklılaştırılmış hedefleme stratejisi önermiştir. Trabzon seçmeni yerelde en çok parti kadrosunu dikkate alırken, Erzurum seçmeni ideoloji, liderin hitabet gücü ve karizması, partinin yeni olması, din eksenli siyaset, çoğunluğun desteği ve ev ziyaretlerini dikkate almaktadır.

Kiriş ve Gül (2008) Türkiye'de yerel seçimlerde seçmenin siyasal eğilimlerini konu edindikleri çalışmalarında yerel seçimlerde seçmen kararlarının genel seçimlerdeki değerlendirmelerin gölgesinde kaldığına dikkat çekmektedirler. Yazarlar yerel temsil sisteminin ulusal siyasetin baskın etkisinden kurtarılmasının, yerel ihtiyaçlara ve yerel özerkliğe duyarlı hale getirilmesinin ve yerel seçimlerin bir genel seçim provası olmaktan çıkarılmasının gerekliliğini vurgulamaktadırlar.

Uğur ve Özdemir (2009) Kırşehir Kaman'da yerel seçimler düzeyinde yürüttükleri çalışmada seçmenin oy vereceği siyasi partiyi belirlerken birincil öneme sahip faktörün bölgesel kalkınma konusundaki karşılıklı vaat ve beklentiler olduğunu ortaya koymaktadır.

Gökşen, Doğan ve Yaralıoğlu (2009) İzmir’de 2009 yerel seçimlerini yorumlamada oyun teorisinden faydalandıkları çalışmalarında; seçmen için önem taşıyan faktörleri belirlemiş, parti stratejilerini incelemiş ve hangi stratejinin seçmen üzerinde daha etkili olduğunu irdelemişlerdir. Çalışmada seçmeni etkileyen faktörler kentle ilgili stratejiler, adayla ilgili stratejiler, adayın siyasi özellikleri, adayın özgeçmiş, yerli olması ve kent sorunlarını bilmesi ve diğer faktörler başlıkları altında toplanmıştır.

Canöz (2010) Konya’da 2009 yerel seçimleri öncesi yürüttüğü çalışmada aday imajının etkisini konu edinmiştir. Sonuçlar seçmenin aday imajı bileşenlerinden en çok dürüstlük, güvenilirlik gibi kişilik özelliklerini önemsediklerini; adayın yakın çevreden olması, zenginlik ve yakınlarının bu adayı desteklemesi gibi çevresel özelliklerini ise çok da dikkate almadıklarını göstermektedir.

Doğan (2010) yerel medyanın siyasal etkisini konu edinen araştırmasında Elazığ seçmeninin yerel seçimlerde, yerel medyayı, özellikle aday ve kampanyası hakkında bilgilenmek amacıyla sıklıkla kullandığını ancak karar verme sürecinde bu kanaldan elde ettiği bilgiyle yetinmediğini ortaya koymaktadır.

Koçak (2011) Aydın ve Afyonkarahisar illerinin 2009 yerel seçim sonuçları üzerine yaptığı çalışmada yerel seçmen davranışının kalıplaşmış, değişmez bir yapı sergilemediğini; dönemsel olarak seçmenin farklı siyasal partilere yönelebildiğini, buna karşın iktidar partisinin adayına oy verme eğiliminin şehre daha çok fayda sağlamak kaygısıyla gözlemlenebildiğini ortaya koymaktadır.

Aydın (2011) Ankara’da yerel seçimlerde seçmen davranışını etkileyen siyasi faktörlere ilişkin çalışmada aday imajı, parti imajı ve bilgilendirme kaynakları değişkenlerinin yerel seçmen davranışını şekillendirdiğini ortaya koymaktadır.

Negiz ve Akyıldız (2012) yerel seçimlerde seçmen tercihinde aday imajının etkisini Uşak ili örneğinde ortaya koymaktadırlar. Araştırmada adayın fiziksel özellikleri, eğitimi, mensubu olduğu siyasi partinin ideolojisi, hemşehricilik yaklaşımı, iletişim becerisi ve geleceğe ilişkin projeleri gibi değişkenler aday imajının bileşenleri olarak değerlendirilmiş ve demografik gruplar açısından bu değişkenlere ilişkin algıların nasıl farklılaştığı ortaya konulmuştur.

Argan ve Argan (2012) yerel seçimlerde seçmenler arasında ağızdan ağıza pazarlamayı konu edindikleri çalışmalarında seçmenlerin adaylarla ilgili değerlendirmelerinde; adayların seçim süreci boyunca yürüttüğü planlı siyasal iletişim faaliyetlerinin, adayların siyasi geçmişinin ve adayların kimliğinin önemli faktörler olduğunu ortaya koymaktadırlar.

Güllüpunar (2013) yerel seçim kampanyalarında kullanılan mesaj stratejilerinin seçmenler tarafından nasıl algılandığını konu edindiği çalışmada rasyonel mesaj stratejisinin seçmen tercihini en olumlu etkileyen

strateji olduğunu, buna karşılık saldırgan mesaj stratejisinin seçmen tercihini en olumsuz etkileyen strateji olduğunu ortaya koymaktadır.

Yıldırım (2014) Uşak'ta yerel seçimlerde parti aday tercihlerinin seçmen davranışı üzerine etkisini konu edinmiştir. Araştırmanın bulgularının yerel seçmen davranışının rasyonel oy verme modeline uygun olduğunu, seçmenin şehre en yüksek faydayı sağlayacağına inandığı adaya iktidar partisi adayı olmasa dahi oy verdiğini göstermektedir.

Çağlar ve Gelir (2014) 2014 yerel seçimlerinde Isparta seçmeninin tercihleri üzerine yaptıkları çalışmada seçmenin, aday imajı bileşenlerinden adayın kişilik özelliklerini, dış görünüşünü, iletişim becerisini, sosyokültürel kimliğini, uygulanabilir projelerinin var olmasını ve iktidar partisinin adayı olmasını dikkate aldığını ortaya koymaktadırlar.

V. Seçmenlerin Yerel Seçimlerdeki Tercihleri Temelinde Bölümlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma

A. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Siyasi partilerin hem genelde hem de yerelde temel hedefi iktidar olmaktır ve bu amaç doğası gereği kitlelere seslenebilmeyi gerektirmektedir. Bu gereklilik stratejik pazarlama planlamasının önemli bir basamağı olan pazar bölümlendirmenin siyasette tartışmalı olmasına sebep olmaktadır. Bölümlendirilmiş siyasal pazarların siyasi partileri iktidar hedefine ulaştırmada büyüklük olarak yetersiz kalacağı düşünülmektedir. Bu düşünce siyaset pazarlamasında farklılaştırılmamış pazarlama stratejisinin daha uygun olacağı düşüncesini doğurmaktadır. Ancak tüketici pazarlarında olduğu gibi seçmen pazarında da homojen ihtiyaç, beklenti, istek ve özlemlerden bahsetmek imkansızdır. Aynı toplumda, aynı kültürde hatta aynı ailede yetişen bireylerin bile siyasal tercihleri ve bu tercihlerin motivasyonları farklılaşabilmektedir. Bu nedenle farklılaştırılmamış siyasal pazarlama karmaları ile kitlelere seslenmek çok da başarılı sonuçlar vermemektedir. Bu sorun özellikle kitle partisi olmayan siyasi partilerin temel sorunlarından biridir. Zira farklılaşan ihtiyaçlar, farklılaşan çözümlere muhtaçtır. Bu nedenle farklılaştırılmış siyasal pazarlama karmaları, siyasi partileri iktidar hedefine yaklaştıracak çözümler üretebilecektir.

Yabancı literatürde siyaset pazarının bölümlendirilmesine ilişkin çalışmalara rastlanmakla birlikte, her ülkede siyasal sistemin işleyişi ve aktörleri değişkenlik gösterdiğinden üstünde mutabakata varılmış bölümlendirme kriterlerinden bahsetmek güçtür. Bunun yanı sıra Türkiye'de siyaset pazarının bölümlendirilmesine ilişkin yalnızca bir çalışma mevcuttur. Boyraz ve Erdem (2015) seçmen pazarının genel seçimler özelinde bölümlendirilmesini konu edindikleri çalışmalarında Türkiye'de kullanılabilir seçmen bölümlendirme kriterlerini tespit etmiş ve dört farklı seçmen kümesinden bahsetmişlerdir. Ancak yerel seçimlerle genel seçimler karşılaştırıldığında seçmenin karar kriterlerinin oldukça farklılaşabildiği dikkat çekmektedir. Bu nedenle bu

çalışmanın temel amacı “Seçmen pazarı yerel seçimlerde bölümlendirilebilir mi?” sorusuna cevap aramaktır. Bunun yanı sıra bölümlendirilmesi mümkün ise bölümlendirme kriterlerinin neler olabileceğinin tartışılması, bu kriterler ışığında oluşan kümelerin profillerinin incelenmesi ve birbirlerinden farklılaşan özelliklerinin ortaya konulması da amaçlanmaktadır. Bu sayede yerel seçimler özelinde siyaset pazarlaması faaliyetlerinde uygun hedef pazar seçim stratejilerine ilişkin önerilerde bulunulacaktır.

B. Araştırmanın Yöntemi

B.I. Nitel Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın ilk basamağında yerel yönetim alanında uzmanlaşmış akademisyenler, mevcut yerel yönetim temsilcileri, eski yerel yönetim temsilcileri, siyasi parti temsilcileri ve seçmenlerle derinlemesine mülakatlar yapılmıştır. İlk olarak akademisyenlerle yapılan yapılandırılmamış mülakatlarda yerel seçmen davranışının genel seçimlerde gözlemlenen seçmen davranışından karakteristik farklılıklarının neler olduğu sorgulanmıştır. Elde edilen veriler Boyraz ve Erdem’in (2015) çalışmalarında tespit ettikleri değişkenlerle karşılaştırılmış; örtüşenler ve farklılaşanlar tespit edilmiştir. Sonrasında yerel yönetim temsilcileri ve siyasi partilerin temsilcileriyle yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiş ve Tokat’ta yerel seçmen davranışına ilişkin tanımlamaları, kararlarda etkili olduğunu düşündükleri faktörler, şehirde yerel seçimlerde zaman içinde yaşanan kırılmalar ve gerekçeleri, yerel seçim ve genel seçim sonuçlarındaki farklılıklar ve benzerliklerin gerekçeleri sorgulanmıştır. Son grup mülakatlar ise yarı yapılandırılmış formlarla farklı demografik profillere sahip olmaları gözetilerek maksimum çeşitlik örnekleme ile belirlenen 20 seçmenle yapılmıştır. Seçmen mülakatlarında genel seçimlerde ve yerel seçimlerdeki karar kriterleri ayrı ayrı sorgulanmış; iki davranışın farklılıklarının gerekçeleri belirlenmeye çalışılmıştır. Tüm mülakatlardan elde edilen veriler Boyraz ve Erdem’in (2015) tespit ettiği değişkenlerle kıyaslanmış; söz konusu ölçekte olup nitel çalışmada öne çıkmayan değişkenler elenmiş, ölçekte olmayıp nitel çalışmada öne çıkan değişkenler eklenmiş ve soru formuna son şekli verilmiştir.

B.II. Nicel Araştırmanın Yöntemi

Çalışmanın bu kısmında anakütle ve örneklem, araştırma soruları, veri toplama aracı, araştırmanın sınırlılıkları başlıklarına değinilecektir.

B.II.I. Araştırmanın Anakütlesi ve Örnekleme

Araştırmanın anakütlesini Mart 2014 yerel seçimlerinde Tokat merkez ilçe seçmen kütüğüne kayıtlı 124588 seçmen oluşturmaktadır. Seçmen kütüğü bilgilerinin paylaşılmıyor olması örneklem çerçevesini belirlemeyi güçleştirmektedir. Bunun yanı sıra araştırma konusunun hassasiyeti sebebiyle tesadüfi olmayan örnekleme metodlarından kolayda örnekleme yoluyla seçilen 358 kişiye yüzyüze anket uygulanmıştır. Veriler yerel seçimlerin bir yıl

sonrasında Mart ve Nisan ayları boyunca toplanmıştır. Kolayda örneklemeden kaynaklanan evreni temsil sorunu nedeniyle merkez ilçedeki 54 mahallenin nüfusu dikkate alınarak her mahallenin belli oranlarda örnekleme temsil edilmesi sağlanmaya çalışılmıştır. Veriler iki günlük eğitim sonrasında 12 anketör aracılığıyla toplanmıştır.

B.II.II. Araştırma Soruları

Yerel seçmen davranışının pazar bölümlendirmede kullanıldığı yerli bir çalışmaya rastlanmamış olması ve yabancı çalışmalarda siyasal sistemin farklılığı nedeniyle kullanılan değişkenlerin yol gösterici olmaması araştırmaya keşifsel nitelik kazandırmaktadır. Bu nedenle araştırmada hipotezler değil araştırma soruları geliştirilmiştir. Araştırma kapsamında cevap aranan sorular şunlardır:

- Yerel seçmen davranışının belirleyicileri nelerdir?
- Bu belirleyiciler genel seçimlerdeki belirleyicilerden farklı mıdır?
- Yerel seçmen pazarı bu belirleyici faktörler ışığında bölümlendirilebilir mi?
- Bölümlendirilebilirse elde edilecek seçmen bölümlerinin profili nasıldır?
- Elde edilecek seçmen bölümleri demografik ve davranışsal değişkenler itibarıyla nasıl bir profil sergilemektedir?

B.II.III. Veri Toplama Aracı

Araştırmada kullanılan veri toplama aracı üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde yerel seçimlerde seçmen davranışını etkileyen faktörlere ilişkin 5'li Likert ölçeği ile hazırlanmış 34 ifade yer almaktadır. Bu ifadeler yukarıda belirtildiği gibi bir nitel araştırma neticesinde, Boyraz ve Erdem'in (2015) çalışmalarıyla kıyaslanarak geliştirilmiştir. Yapılan mülakatlar katılımcıların rızası alınarak ses kayıt cihazı ile kaydedilmiş, deşifre edilmiş ve incelenmiştir. Söz konusu ölçeğe ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları yapılmıştır. Güvenilirlik Cronbach's Alpha katsayısı ile belirlenirken, geçerlilik testinde öncelikle açıklayıcı, sonra doğrulayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Söz konusu analizlerin sonuçlarına bulgular kısmında detaylı olarak değinilecektir.

Veri toplama aracının ikinci kısmında seçmenlerin yerel seçimlerde oy verdikleri parti, memnuniyet düzeyleri, şehrin en önemli gördükleri sorunu, seçmen olarak kendilerine ilişkin tanımlamaları (politik duruş, seçmen tipi, oylarının yönünü belirleme zamanı, etnik kimlik, kararlarında etkili olan siyasi parti kaynaklı faktörler) gibi değişkenleri sorgulayan kapalı uçlu sorular yer almaktadır. Üçüncü kısım ise seçmenlerin demografik özelliklerini belirlemeye ilişkin kapalı uçlu sorulardan oluşmaktadır.

B.II.IV. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmada örneklem çerçevesini belirlemenin güçlüğü ve konunun niteliği sebebiyle gönüllülük esasının dikkate alınması gerekliliği, araştırmacıyı tesadüfi olmayan örnekleme metodlarından kolayda örnekleme yöneltmiştir. Bu durum sonuçların evrene genellenmesine engel teşkil ettiği için araştırmanın en önemli kısıtıdır. Bunun yanı sıra araştırma evrenine merkez ilçe kırsalında yer alan yerleşim yerlerindeki seçmenler de dahildir ancak veriler zaman ve

maliyet kısıtı sebebiyle merkez ilçe kentsel yerleşimde toplanmıştır. Merkez ilçe kırsal nüfusun örnekleme temsil edilememiş olması da araştırmanın önemli bir kısıtıdır.

C.Bulgular ve Tartışma

Araştırma örnekleminin demografik özellikleri itibariyle profilini ortaya koyabilmek amacıyla frekans analizinden faydalanılmıştır. Demografik özelliklere ilişkin dağılımlar aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişken		f	%	Değişken		f	%
Cinsiyet	Kadın	129	36	Meslek	İşsiz	16	4,5
	Erkek	226	63,2		Ev hanımı	35	9,8
	Cevapsız	3	0,8		İşçi	24	6,7
	Toplam	358	100		Memur	36	10,1
Yaş	18-25	113	31,6		Serb.Mesl.Erb.	9	2,5
	26-35	90	25,1		Esnaf	59	16,4
	36-45	61	17		Öğrenci	76	21,1
	46-55	43	12		Çiftçi	5	1,4
	56-65	30	8,4		Emekli	40	11,2
	66 ve üstü	16	4,5		Sanayici	2	0,6
	Cevapsız	5	1,4		Öz. Sekt. Çal.	29	8,1
	Toplam	358	100		Asker	1	0,3
Medeni hal	Evli	189	52,8		Akademisyen	22	6,1
	Bekar	152	42,5	Diğer	2	0,6	
	Dul	6	1,7	Cevapsız	2	0,6	
	Boşanmış	5	1,4	Toplam	358	100	
	Cevapsız	6	1,6	Gelir	1000 TL'den az	154	43,0
Toplam	358	100	1000-2000 TL		101	28,2	
Eğitim	Okur-yazar	4	1,1		2001-3000 TL	59	16,5
	İlkokul	36	10,1		3001-4000 TL	24	6,7
	Ortaokul	20	5,6		4001-5000 TL	10	2,8
	Lise	91	25,4		5001-6000 TL	3	0,8
	Önlisans	59	16,5		6001 TL ve üstü	1	0,3
	Lisans	108	30,2		Cevapsız	6	1,7
	Lisansüstü	38	10,6		Toplam	358	100
	Cevapsız	2	0,5				
	Toplam	358	100				

Tablo 1 incelendiğinde örnekleme cinsiyet açısından erkeklerin, yaş açısından 18-35 yaş aralığının, medeni durum açısından evlilerin, eğitim açısından lisans ve lise mezunlarının, meslek açısından öğrenci ve esnafın, gelir açısından 0-2000 TL aralığının ağırlıkta olduğu görülmektedir.

Veri toplama aracının birinci bölümünde katılımcılara oy verme davranışlarını etkileyen faktörlere ilişkin 34 Likert tipi ifadeden oluşan sorular yöneltilmiştir. Söz konusu ifadelerle ilişkin tanımlayıcı istatistikler dikkate

alındığında katılımcıların en çok katıldıkları ifadelerin “Yerel seçimlerde şehre fayda sağlayacağına inandığım adaya oy veririm.”, “Memnun kaldığım belediye başkanını bir daha seçerek ödüllendiririm.”, “Memnun kalmadığım belediye başkanını bir daha seçmeyerek cezalandırırım.”, “Yerel seçimlerde oy verirken adayların şehrin önemli sorunlarıyla ilgili projelerini dikkate alırım.” ve “Mevcut belediye başkanı tekrar aday olduğunda önceki icraatlarından memnun kaldıysam oy veririm.” ifadeleri olduğu görülmektedir. Katılımcıların en az katıldıkları ifadeler ise “Yerel seçimlerde adayların kampanyalarda seçmenlere verdiği hediyeler oy verme kararımı etkiler.”, “Yerel seçimlerde yakın çevrem tercihleri doğrultusunda oy veririm.”, “Yerel seçimlerde adayların reklam çalışmaları oy verme kararımı etkiler.”, “Yerel seçimlerde şehir halkının genel eğilimleri doğrultusunda oy veririm.” ve “Yerel seçimlerde iktidar partisinden adayından yana oy kullanırım.” ifadeleridir. Bu bulgular dikkate alındığında katılımcıların yerel seçimlerde oy verme karar sürecinde rasyonel değerlendirmeler yaptıkları, bağımsız kararlar alabildikleri, performansları dikkate aldıkları, karar sürecinin sosyal faktörlerden çok da etkilenmediği ve siyasal pazarlama uygulamalarında yürütülen tutundurma çalışmalarından etkilenmedikleri söylenebilir.

Katılımcılara belediyenin sorumluluk alanındaki en önemli sorunun ne olduğu sorulmuştur. En önemli görülen yerel yönetim sorunları altyapı (% 13,7), ulaşım (% 13,7), atık arıtma (% 12), sosyal hayattaki durgunluktur (% 9,5). Çevre kirliliği, hava kirliliği, çevre düzenlemesi, çarpık kentleşme, imar ve sosyal hizmetlerin yetersizliği ise daha tali sorunlar olarak görülmektedir. Bunun yanı sıra katılımcıların % 16,8’i bu sorunların tamamının oldukça önemli olduğunu düşünmektedir.

Katılımcılara 2009 yerel seçimlerinde oy verdikleri siyasi parti sorulmuştur. Katılımcıların % 40,5’i AKP, % 11,7’si CHP, % 19’u MHP, % 7,3’ü SP’ye oy verdiğini belirtirken; % 9,8’i oy verdiği partiyi belirtmek istememiştir. Söz konusu seçim döneminde Adalet ve Kalkınma Partisi adayı belediye başkanı seçilmiştir. Örnekleme bu oy dağılımı merkez ilçe oy dağılımı ile tutarlıdır. Katılımcılara 2009 yerel seçimlerinde oy verdikleri aday seçildi ise başkanlık döneminde kendisinden memnun olup olmadıkları sorulmuştur. Katılımcıların % 58,1’inin oy verdiği aday seçilmemiştir. Örneklemin % 40,5’ini oluşturan AKP seçmeninin % 5,3’lük kısmı başkandan memnun olduğunu, % 28,2’lik kısmı memnun olmadığını, % 6,7’lik kısmı ise kararsız olduğunu belirtmiştir. Katılımcılara bir sonraki yerel seçim dönemi olan Mart 2014 seçimlerinde oy verdikleri siyasi parti sorulmuştur. Katılımcıların % 37,9’u AKP, % 13,9’u CHP, % 21’i MHP, % 5,6’sı SP’ye oy verdiğini belirtmiştir. 2009 yerel seçimleri sonrası gözlenen yüksek memnuniyetsizliğe rağmen AKP’nin oylarını büyük ölçüde koruması belediye başkan adayının değişmesi ile açıklanabilir. Nitekim söz konusu seçim döneminde de belediye başkanlığına AKP’nin adayı seçilmiştir.

Katılımcılara yerel seçimlerde oy verecekleri siyasi parti ya da adaya ne zaman karar verdikleri sorulmuştur. Katılımcıların % 30,7'si oy vereceği siyasi partinin her zaman belli olduğunu, % 47,8'i adaylar açıklandıktan sonra, % 10,1'i adayların seçim kampanyalarını takip ettikten sonra, % 4,2'si seçimden birkaç gün önce, % 3,6'sı sandık başında karar verdiğini belirtmiştir. Bu oranlar dikkate alındığında yerel seçimlerde dahi seçmenlerin partizan tutumlarını büyük ölçüde korudukları söylenebilir. Buna karşın örneklemin yarıya yakını adaylar konusunda da rasyonel bir değerlendirme yapmayı tercih etmektedir. Kampanyanın seçmen kararı üzerindeki etkisinin ise beklenenden düşük olduğu söylenebilir. Seçimden birkaç gün önce ya da sandık başında karar veren seçmenin ise kararsız seçmen tavrının temsilcisi olduğu söylenebilir.

Katılımcılara bir seçmen olarak kendilerini nasıl tanımladıkları sorulmuştur. Seçmenlerin % 26,5'i kendisini partizan, % 21,2'si sempatizan, % 13,1'i kararsız, % 17,6'sı yüzer-gezer, % 3,4'ü taktik oy kullanan, % 11,5'i lidere oy veren, % 2,5'i protest seçmen olarak tanımlamıştır. Oranlar dikkate alındığında partizan ve sempatizan seçmen oranlarının örneklemin neredeyse yarısını oluşturduğu söylenebilir. Partizan ve sempatizan seçmenin yerel seçimlerde de sempati duyduğu ya da gönül bağıyla bağlandığı siyasi partiye, adayı çok da değerlendirmeden oy verebileceği düşünüldüğünde bu oran oldukça önemlidir. Bu durum aynı zamanda siyasal kampanyaların verimi noktasında da önemlidir. Yerel seçimlerde yürütülen siyasal kampanyaların etkinliği, siyasi partilerin genel seçim dönemlerindeki kampanyalarının gücüyle oldukça yakından ilgili olacaktır.

Katılımcılara politik duruşlarını nasıl tanımladıkları sorulmuştur. % 10,3'ü kendisini muhafazakar, % 21,2'si milliyetçi, % 19,3'ü muhafazakar milliyetçi, % 6,4'ü İslamcı, % 1,4'ü liberal, % 5,9'u demokrat, % 2,8'i liberal demokrat, % 1,4'ü ulusalcı, % 15,6'sı Atatürkçü, % 5,6'sı sosyal demokrat, % 1,7'si sosyalist, % 0,3'ü Marksist, % 0,3'ü ise etnik milliyetçi olarak tanımlamıştır. Örnekleme en sık gözlenen kimlikler milliyetçi, muhafazakar milliyetçi ve Atatürkçü kimlikleridir.

Katılımcılara etnik kimliklerini nasıl tanımladıkları sorulmuştur. Katılımcıların %4,75'i etnik kimliğini belirtmek istemediğini ifade ederken; %70,39'u Türk, %11,45'i Kürt, %7,82'si Çerkez, %2,9'u Laz olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların %2,79'u ise diğer seçeneğini işaretlemiş ve anne-babasının farklı etnik kimliklere sahip olduğunu belirterek kendilerini melez olarak tanımlamışlardır. Bu sonuç araştırma örnekleminin etnik kimlik açısından büyük ölçüde homojen olduğunu göstermektedir. Şehrin etnik yapısına bakıldığında kent merkezinde daha homojen bir yapının olduğu, farklı etnik grupların kırsalda farklı farklı köylerde ikamet ettikleri söylenebilir. Kırsal yerleşimdeki seçmenler araştırmanın kısıtı niteliğindedir. Bu sebeple örneklem büyük ölçüde etnik açıdan homojendir.

Veri toplama aracının ilk kısmındaki yerel seçmen davranışını etkileyen faktörlerle ilgili 34 ifadeli ölçeğin geçerliliğini test etmek amacıyla öncelikle

açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçek geçerliliği çalışmalarında açıklayıcı faktör analizi maddelerin hızlı bir şekilde hangi faktör altında toplanacağını ve birden fazla faktöre giren ifadelerin tespitine olanak verir. Doğrulayıcı faktör analizinde ise araştırmacı teorik alt yapıya bağlı olarak ölçeğin kaç faktörden ya da alt boyuttan oluşacağını net olarak bilmelidir (Çapık, 2014: 202). Bu nedenle araştırmacılar tarafından geliştirilmeye çalışılan ölçeklerde geçerlilik çalışmasına açıklayıcı faktör analizi ile başlamak daha doğru bir yaklaşımdır.

Dolayısıyla araştırma kapsamında ilgili ölçek öncelikle SPSS 18.0 paket programı ile açıklayıcı faktör analizine sonrasında LISREL 8.7 paket programı ile doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Açıklayıcı faktör analizine ilişkin bulgular aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 2. Açıklayıcı Faktör Analizi KMO ve Barlett's Test Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterlilik Ölçüsü	,762
Bartlett's Küresellik Testi Ort. Ki-Kare	2450,700
Serbestlik derecesi	378
Anlamlılık	,000

Tablo 2'deki değerler veri setinin faktör analizi için uygun ve örneklem hacminin yeterli büyüklükte olduğunu göstermektedir. Açıklayıcı faktör analizi neticesinde elde edilen faktörler, faktör yükleri, açıklanan varyans değerleri, faktör özdeğerleri ve faktör güvenilirlikleri aşağıdaki tabloda sunulmaktadır.

Tablo 3. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Özdeğ.	Açıkla. Vary.	Faktör Yükleri	α
Faktör 1: Siyasal kampanya	5,108	18,243		73,8
-Yerel seçimlerde adayların reklam çalışmaları oy verme kararını etkiler.			,705	
-Yerel seçimlerde adayların seçmen ziyaretlerinde bulunmaları oy verme kararını etkiler.			,630	
-Yerel seçimlerde adayların kampanyalarda seçmenlere verdiği hediyeler oy verme kararını etkiler.			,614	
-Yerel seçimlerde yerel medya oy verme kararını şekillendirir.			,605	
-Memnun kalmadığım belediye başkanını bir daha seçmeyerek cezalandırırım.			-,551	
-Memnun kaldığım belediye başkanını bir daha seçerek ödüllendiririm.			-,505	
-Yerel seçimlerde adayların seçim kampanyaları oy verme kararını etkiler.			,472	
Faktör 2: Sosyal Faktörler	3,077	10,989		72,6
-Yerel seçimlerde yakın çevrem tercihleri doğrultusunda oy veririm.			,786	
-Yerel seçimlerde şehrin önde gelenlerinin tavsiyelerini dikkate alırım.			,716	

-Yerel seçimlerde iktidar partisinin adayından yana oy kullanırım. -Yerel seçimlerde şehir halkının genel eğilimi doğrultusunda oy veririm.			,647 ,578	
Faktör 3: Adayın Seçim Dönemi Performansı	2,037	7,274		69,2
-Adayların düzenlenen açık oturumlardaki performansları oy verme kararı etkiler. -Adayların seçim çalışmalarındaki üslupları oy verme kararı etkiler. Yerel seçimlerde bana fayda sağlayacağına inandığım adaya oy veririm.			,709 ,673 ,594	
Faktör 4: Parti Politikaları	1,499	5,354		60,1
-Adayların siyasi partinin merkez teşkilatı tarafından değil de halkın tercihleri doğrultusunda belirlenmiş olması oy verme kararı olumlu etkiler. -Belediye başkan adaylarının yerel yönetimler konusunda tecrübeli olması oy verme kararı etkiler. -Siyasi partilerin yerel yönetimlere ilişkin politikaları oy verme kararı etkiler.			,717 ,673 ,591	
Faktör 5: Adayın Yetkinliği	1,359	4,852		57,4
-Yerel seçimlerde adayların kendi mesleklerindeki başarıları oy verme kararı etkiler. -Yerel seçimlerde oy verirken adayların şehrin önemli sorunlarıyla ilgili projelerini dikkate alırım. -Yerel seçimlerde karar verirken adayların vaatlerini dikkate alırım.			,720 ,684 ,656	
Faktör 6: Parti Aidiyeti	1,275	4,554		59,7
-Yerel seçimlerde her zaman sempati duyduğum siyasi partinin adayına oy veririm. -Yerel seçimlerde partiyi değil adayı değerlendirerek karar veririm. -Siyasi partilerin genel başkanları (liderleri) oy verme kararı etkiler.			,755 -,725 ,602	
Faktör 7: Adaya Yakınlık	1,236	4,413		54,2
-Belediye başkan adaylarının imajı oy verdiğim partiyi etkiler. -Belediye başkan adaylarının kimliği oy verdiğim partiyi etkiler. -Belediye başkan adaylarından tanıdık olanı tercih ederim.			,753 ,655 ,654	
Faktör 8: Adayın Kimliği	1,155	4,124		69,3
-Belediye başkan adaylarının dini inancı oy verme davranışımı etkiler. -Belediye başkan adaylarının etnik kökeni oy verme davranışımı etkiler.			,845 ,827	

Açıklayıcı faktör analizi neticesinde 6 ifadenin (4., 7., 12., 13., 18., 22. İfadeler) birden fazla faktöre binişik olma, faktör yükünün düşük olması, tek başına faktör oluşturma ve güvenilirliği düşürme gerekçeleriyle ölçek dışında bırakılmasının uygun olduğu sonucuna varılmıştır. Çıkan ifadeler sonrasında elde edilen faktör yapısı 8 faktörden oluşmakta ve varyansın % 59,802'sini açıklamaktadır. Faktörler altında toplanan ifadeler dikkate alındığında 1.faktörün siyasal kampanya, 2.faktörün sosyal faktörler, 3.faktörün adayın seçim dönemi performansı, 4.faktörün parti politikaları, 5.faktörün adayın yetkinliği, 6.faktörün parti aidiyeti, 7.faktörün adaya yakınlık, 8.faktörün ise adayın kimliği olarak isimlendirilmesi uygun görülmüştür.

Açıklayıcı faktör analizinde elde edilen faktör yapılarının uygunluğunu doğrulamak için LISREL 8.7 paket programı yardımıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Birinci düzey doğrulayıcı faktör analizi sonuçları sekiz faktörde yer alan her bir ifadenin t değerlerinin anlamlı olduğunu ve faktör modelinin uyum iyiliği değerlerinin bir kısmının iyi uyum bir kısmının iyi uyuma oldukça yakın (Çapık, 2014: 200; Çokluk vd., 2010: 271) olduğunu göstermektedir ($\chi^2/sd= 2,94$; RMSEA= 0,075; GFI= 0,84; CFI= 0,86). Yapılan açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri ile elde edilen 8 boyutlu, 28 ifadeli ölçeğin geçerli bir ölçek olduğu söylenebilir.

Araştırmanın temel sorusu “Yerel seçimlerde seçmenler kararlarında etkili olan değişkenler temelinde bölümlendirilebilir mi?” sorusudur. Bu sorunun cevabı kümeleme analizi ile aranmıştır. İdeal küme sayısını belirlemek için öncelikle hiyerarşik kümeleme yapılmıştır. Ward tekniği kullanılarak yapılan hiyerarşik kümeleme analizinde dendrogram çıktısı ideal küme sayısının dört olacağını göstermektedir. Bu sebeple bir sonraki aşamada küme hacimleri ve kümelerin birbirlerinden uzaklıklarının tespiti için hiyerarşik olmayan kümeleme yöntemlerinden K-means kümeleme kullanılmıştır. Elde edilen kümelerin hacimleri aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 4. *K-Means Kümeleme ile Elde Edilen Küme Büyüklükleri*

Küme	Büyükük
1	104
2	96
3	48
4	108
Toplam	356

K-means kümeleme çıktıları birinci kümede 104, ikinci kümede 96, üçüncü kümede 48, dördüncü kümede 108 seçmenin yer aldığını göstermektedir. Birinci, ikinci ve dördüncü kümedeki seçmen sayıları birbirine oldukça yakındır. Analiz sonucunda elde edilen final küme merkezleri ve ANOVA tablosu ise aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 5. Final Küme Merkezleri

Faktörler	Küme			
	1	2	3	4
Siyasal kampanya	2,53	1,75	1,91	2,15
Sosyal faktörler	2,86	1,84	1,89	1,98
Adayın seçim dönemi performansı	4,14	2,78	1,87	3,69
Parti politikaları	3,82	3,58	2,24	3,88
Adayın yetkinliği	3,78	3,57	2,67	3,79
Parti aidiyeti	3,31	2,14	2,90	2,41
Adaya yakınlık	3,58	3,17	2,23	3,42
Adayın kimliği	4,12	3,56	1,85	1,84

Tablo 6. ANOVA Tablosu

	Küme		Hata		F	p
	Ortalama Kareler	sd	Ortalama Kareler	sd		
Siyasal kampanya	10,970	3	,465	352	23,606	,000
Sosyal faktörler	22,242	3	,645	352	34,510	,000
Adayın seçim dönemi performansı	71,445	3	,551	352	129,594	,000
Parti politikaları	34,060	3	,647	352	52,657	,000
Adayın yetkinliği	16,013	3	,676	352	23,675	,000
Parti aidiyeti	26,344	3	,766	352	34,384	,000
Adaya yakınlık	21,622	3	,801	352	26,984	,000
Adayın kimliği	122,774	3	,621	352	197,627	,000

Kümeleme analizinde ANOVA sonuçları değişkenlerin kümeler itibariyle farklılığını öğrenmek için kullanılmamalıdır. Çünkü değişkenlerin kümeler itibariyle farklı çıkması doğaldır, analiz bu farkı kendisi yaratmış ve kümeler arası farkı maksimize etmiştir. Bu veriler sadece tanımlayıcı amaçlar için kullanılmalıdır (Nakip, 2013: 555). Bu sebeple kümelerin belirlenen faktörler itibariyle farklarını ortaya koymak amacıyla Sheffe testi yapılmıştır. Aşağıdaki tabloda Sheffe testi sonuçları sunulmaktadır.

Tablo 7. Kümelerin Faktörler İtibariyle Farkına İlişkin Sheffe Testi Sonuçları

Bağımlı Değişken	Küme No. (I)	Küme No. (J)	Ortalama Farkı	Standart Hata	p
Siyasal kampanya	1	2	,78125*	,09648	,000
		3	,61821*	,11895	,000
		4	,37725*	,09366	,001
	2	3	-,16305	,12051	,609
		4	-,40401*	,09562	,001
		3	-,24096	,11826	,247
Sosyal faktörler	1	2	1,01356*	,11363	,000
		3	,96581*	,14009	,000
		4	,87438*	,11030	,000
	2	3	-,04774	,14192	,990
		4	-,13918	,11261	,676
		3			

	3	4	-,09144	,13927	,934
Adayın seçim dönemi performansı	1	2	1,35964*	,10509	,000
		3	2,27457*	,12956	,000
		4	,44818*	,10201	,000
	2	3	,91493*	,13126	,000
		4	-,91146*	,10415	,000
	3	4	-1,82639*	,12880	,000
Parti politikaları	1	2	,24092	,11383	,216
		3	,1,58120*	,14034	,000
		4	-,06387	,11049	,953
	2	3	1,34028*	,14217	,000
		4	-,30478	,11281	,065
	3	4	-1,64506*	,13952	,000
Adayın yetkinliği	1	2	,20433	,11640	,381
		3	1,10363*	,14351	,000
		4	-,00825	,11299	1,000
	2	3	,89931*	,14538	,000
		4	-,21258	,11536	,336
	3	4	-1,11188*	,14267	,000
Parti aidiyeti	1	2	1,16894*	,12389	,000
		3	,40331	,15274	,075
		4	,89251*	,12025	,000
	2	3	-,76563*	,15473	,000
		4	-,27643	,12278	,169
	3	4	,48920*	,15184	,017
Adaya yakınlık	1	2	,41346*	,12670	,015
		3	1,34749*	,15620	,000
		4	,15729	,12298	,652
	2	3	,93403*	,15824	,000
		4	-,25617	,12557	,246
	3	4	-1,19020*	,15529	,000
Adayın kimliği	1	2	,55769*	,1156	,000
		3	2,26603*	,13754	,000
		4	2,27760*	,10829	,000
	2	3	1,70833*	,13933	,000
		4	1,71991*	,11056	,000
	3	4	,01157	,13673	1,000

Sheffe testi sonuçları incelendiğinde birinci kümenin siyasal kampanyalara, sosyal faktörlere, adayın seçim dönemi performansına ve adayın kimliğine en çok dikkat eden küme olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra birinci küme adaya yakınlık, parti aidiyeti, parti politikaları, adayın yetkinliği değişkenlerine de oldukça önem vermektedir. Tüm faktörlerden etkilenen bir küme olduğu tespit edildiği için birinci kümenin **“duyarlı seçmen”** olarak adlandırılması uygun görülmüştür.

İkinci kümenin özellikleri ve diğer kümelerle farkları yakından incelendiğinde bu kümenin; partinin yerel yönetimlerle ilgili politikaları ve

adayın yetkinliği değişkenleri itibariyle duyarlılığının birinci kümeden farklı olmadığı görülmektedir. Bunun yanı sıra adayın kimliğine de önem verdiği görülmektedir. Ancak ilgili kümenin kampanya döneminden, adayın seçim dönemindeki çalışmalarından, çevresel etkilerden ve parti aidiyetinden çok etkilenmeyen bir grup olduğu görülmektedir. Bu tablo ikinci kümenin yerel seçimlerde karar verirken birincil derecede önemli faktörlerin etkisinde kalarak pratik bir şekilde ve faydacı bir tutumla oy verdiğine işaret etmektedir. Bu sebeple ilgili kümenin “**pragmatist seçmen**” olarak adlandırılması uygun görülmüştür. Pragmatizm felsefede gerçeğe ve eyleme yönelik olan, pratik sonuçlara yönelik düşündürmektir (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Pragmatizm>, 27.08.2015). Bu nedenle kelime, küme adlandırmasında çıkarıcı bir tutumu değil, uygun çözüme götüren akılcı ve pratik yaklaşımı ifade etmektedir.

Üçüncü kümenin özellikleri ve diğer kümelerle farkları yakından incelendiğinde bu kümenin; tüm faktörler itibariyle düşük ortalamalar gösterdiği, bununla birlikte en çok etkilendiği değişkenin parti aidiyeti olduğu görülmektedir. Özellikle adayın seçim dönemindeki performansı, partinin yerel yönetim politikaları, adayın yetkinliği gibi rasyonel kriterlere verdiği önem diğer kümelerle göre anlamlı derecede düşüktür. Bu özellikler dikkate alındığında ilgili kümenin “**umursamaz seçmen**” olarak adlandırılması uygun görülmüştür.

Dördüncü kümenin özellikleri ve diğer kümelerle farkları dikkate alındığında partinin yerel yönetim politikaları ve adayın yetkinliği gibi rasyonel kriterlere en çok önem veren grup olduğu, adayların seçim dönemi performansını dikkate aldığı, adaya yakınlığı önemseydiği görülmektedir. Buna karşın adayın kimliğinden en az etkilenen gruptur. Parti aidiyeti de düşüktür. Bu özellikleri dikkate alındığında dördüncü kümenin “**akılcı seçmen**” olarak adlandırılması uygun görülmüştür. Rasyonel değerlendirme açısından ikinci ve dördüncü kümenin birbirine oldukça benzediği gözlenmektedir. Ancak bu iki kümenin ayrıştığı temel nokta ikinci kümenin daha pratik; daha az, ancak birincil öneme sahip değişkenlerle karar veriyor olmasıdır. Bu sebeple tutumunu ve davranışını akılcıdan ziyade pragmatik olarak adlandırmak daha uygun görülmüştür.

Küme profilleri siyaset pazarlaması uygulamaları açısından irdelendiğinde, siyaset pazarlaması ile daha yakından ilgili olan siyasal kampanya, adayın seçim dönemindeki performansı ve adayın kimliği değişkenleri itibariyle özellikle duyarlı seçmen kümesinin birincil öneme sahip bir seçmen kitlesi olduğu söylenebilir. Söz konusu küme; hem siyasal pazarlamanın seçim dönemlerinde yoğunlaşan uygulamalarına hem de uzun dönemde ilişkili olan sosyal faktörler, parti politikaları, adayın yetkinliği, parti aidiyeti gibi konulara dikkate değer düzeyde duyarlıdır. Duyarlı seçmenin karakteristik özellikleri siyasal pazarlama uygulamalarının sürekli olması gerekliliğinin önemli bir ispatıdır. Sadece seçim dönemlerine hapsedilmiş siyasal pazarlama uygulamaları, duyarlı seçmen kümesinin kaybı sonucunu

doğurabilecektir. Bu küme siyasi partilerden uzun dönemde tutarlı çabalar beklemektedir.

Pragmatist ve rasyonel seçmen kümelerinin dikkate aldığı değişkenler irdelendiğinde yalnızca seçim dönemlerinde tutundurma faaliyetlerine yoğunlaşmış bir siyasal pazarlama uygulamasının bu kümelerde bir karşılığının olmayacağı rahatlıkla söylenebilir. Bu kümelerin dikkate aldığı seçim dönemi performans, parti politikaları, adayın yetkinliği gibi rasyonel göstergeler kısa dönemde tutundurma faaliyetleri ile seçmenin ikna edilebileceği karar kriterleri değildir. İlgili kümelerin teveccühünü kazanmak ancak uzun dönemli, tutarlı, seçmen ihtiyaç ve beklentilerini dikkate alan pazar odaklı ve tutundurma faaliyetleri ile kısıtlanmamış siyasal pazarlama stratejileri ile mümkün olacaktır.

Umursamaz seçmen kümesinin ise tıpkı kararsız ve yüzer-gezer seçmen tipolojileri gibi önemli bir hedef pazar olabileceği söylenebilir. Belirlenen tüm faktörler itibariyle kayıtsız olmaları, siyasal pazarlama faaliyetleri ile ikna edilmelerinin diğer kümelerden daha kolay olabileceği şeklinde yorumlanabilir. Kalıplaşmış, otomatikleşmiş ve çevresel faktörler tarafından pekiştirilmiş bir siyasal tutumlarının olmaması onları birincil hedef kitle haline getirebilecektir. Siyasal örgüte ve rakiplerine karşı belirgin bir tutumu olmayan seçmenin iknası; siyasal örgüte karşı olumsuz, rakiplerine karşı olumlu tutum besleyen seçmenin iknasından daha kolaydır.

Araştırmanın sonraki aşamasında belirlenen kümelerin demografik ve bazı davranışsal değişkenler itibariyle nasıl bir profil sergilediği incelenmiştir. Bu bağlamda veri toplama aracının ikinci kısmındaki davranışsal değişkenlerle ilgili kapalı uçlu sorular ve üçüncü kısmındaki demografik özelliklere ilişkin kapalı uçlu sorular ile küme üyeliği arasında anlamlı ilişki olup olmadığı ki-kare analizi ile sorgulanmıştır. Yapılan ki-kare analizi sonuçları medeni hal ($p=0,075$), eğitim ($p=0,559$), meslek ($p=0,104$), gelir ($p=0,068$) ve seçmen tipi ($p=0,242$) değişkenleri ile ait olunan küme arasında anlamlı bir ilişki olmadığını göstermektedir.

Demografik değişkenlerden yalnızca cinsiyet ($p=0,006$; $\chi^2=12,580$) ve yaş ($p=0,038$; $\chi^2=26,043$) değişkenleri ait olunan küme ile anlamlı bir ilişki göstermektedir. Çapraz tablolar incelendiğinde her kümede erkek seçmenlerin ağırlıkta olduğu görülmektedir. Bu durum örnekteki erkek seçmen yoğunluğundan kaynaklanmaktadır. Bu nedenle çapraz tablolarda satır değil sütun yüzdelerinin kullanılmasının daha anlamlı olacağı düşünülmüştür. Kadın seçmenlerin % 38'i duyarlı, % 23,3'ü pragmatist, % 7'si umursamaz, % 31,8'i ise akılcı seçmen kümelerinde yer almaktadır. Bu oranlar erkek seçmenler için sırasıyla % 24,6; % 28,6; % 17,4 ve % 29,5'tir. Bu bulgular ışığında kadın seçmenin ağırlıklı olarak duyarlı, erkek seçmenin ise ağırlıklı olarak akılcı olduğu söylenebilir. Bu oranlar aynı zamanda kadın seçmenin siyasal satın alma davranışının ticari satın alma davranışı kadar karmaşık olduğunu göstermektedir. Siyasal kampanya sürecinden de en çok etkilenen grubun

duyarlı seçmen kümesi olduğu dikkate alınırsa kadın seçmenin yerel seçimler özelinde önemli bir hedef kitle haline geldiği söylenebilir.

Yaş ile ait olunan küme arasında da anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Çapraz tablolar incelendiğinde 18-25 yaş grubunun üç kümede en ağırlıklı grup olduğu gözlenmektedir. Bunun sebebi de örneklemdaki ağırlıklarındadır. Bu sebeple cinsiyette olduğu gibi yaşta da satır değil sütun yüzdeleri yorumlanacaktır. 18-25 yaş aralığındaki seçmenlerin en ağırlıklı olarak yer aldıkları kümeler duyarlı (% 38,9) ve akılcı seçmen (% 31) kümeleridir. İlgili yaş grubunun % 15,9'u ise umursamaz seçmendir. 26-35 yaş aralığı yakından incelendiğinde ağırlıklı olarak pragmatist seçmen (% 31,5) ve akılcı seçmen (% 30,3) kümesinde yer aldıkları gözlenmektedir. 36-45 yaş aralığının en yoğun yer aldığı küme pragmatist seçmen (% 37,7) kümesidir. 46-55 yaş aralığı ağırlıklı olarak akılcı seçmen (% 35,7) ve duyarlı seçmen (% 31) kümelerinde yer almaktadır. 56 ve üstü yaş grubunda ise pragmatist seçmen (% 43,3) tipolojisinin ağırlığı göze çarpmaktadır. Bu oranlar yaş ilerledikçe siyasal karar alma sürecinin rasyonel göstergelere daha bağımlı hale geldiğine işaret etmektedir. Umursamaz seçmen kümesinin yaş dağılımı irdelendiğinde de 18-25 yaş aralığının hacmi en büyük grup olduğu görülmektedir. Yaş ilerledikçe karar hem rasyonelleşmekte, hem de hızlanmaktadır. Bu durum tüketici davranışındaki otomatik satın alma davranışını akla getirmektedir. Siyasal karar tecrübesi artan seçmen akılcı ama daha pratik göstergelerle daha hızlı karar alabilmektedir. Bu sebeple siyasal kampanya sürecinde yürütülen özellikle tutundurma ağırlıklı çalışmaların üst yaş gruplarında çok etkili olmayacağı, ancak bu faaliyetlerde gençlerin hedeflenebileceği söylenebilir.

Araştırma kapsamında kümelerin profilleri hakkında aydınlatıcı bilgiler edinmek amacıyla ait olunan küme ile bazı davranışsal değişkenler arasında anlamlı ilişki olup olmadığı da incelenmiştir. Seçmen tipi ile ait olunan küme arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ($p=0,242$). Seçmen tipi ile ait olunan küme arasında var olduğu öngörülen ilişkinin yokluğu büyük ölçüde kümelerde parti aidiyetinin ve partizan tutumun çok da baskın gözlenememiş olmasıyla açıklanabilir. Örneklemden kendisini partizan ve sempartizan olarak tanımlayan seçmenler ağırlıktadır ancak bulgular yerel seçimlerdeki tavırlarına bu kimliklerinin yeterince yansımamış olduğuna işaret etmektedir. Son yerel seçimde oy verilen siyasi parti ($p=0,014$; $\chi^2=33,625$), politik duruş ($p=0,000$; $\chi^2=93,331$) değişkenleri ise ait olunan küme ile anlamlı ilişki göstermektedir.

Son yerel seçimde oy verilen siyasi parti ile ait olunan küme arasındaki ilişkiye ilişkin çapraz tablo incelendiğinde oy verdiği partiyi belirtmek istemeyen seçmenlerin % 28'inin duyarlı, % 32'sinin pragmatist, % 12'sinin umursamaz, % 28'inin ise akılcı seçmen olduğu görülmektedir. Adalet ve Kalkınma Partisi seçmenlerinin % 36,6'sı duyarlı, % 23,4'ü pragmatist, % 12,4'ü umursamaz, % 27,6'sı akılcıdır. Cumhuriyet Halk Partisi için bu oranlar % 14,3; % 16,7; % 33,3 ve % 35,7'dir. Milliyetçi Hareket Partisi seçmeninin % 29,9'u duyarlı, % 32,8'i pragmatist, % 7,5'i umursamaz, % 29,9'u ise akılcıdır.

Şehirde yerel seçimlerde dikkate değer oy alan Saadet Partisi seçmeninde ise bu oranlar sırasıyla % 11,5; % 38,5; % 3,8 ve % 46,2'dir. Oranlar incelendiğinde AKP'de duyarlı ve akılcı, CHP'de akılcı ve umursamaz, MHP'de pragmatist, duyarlı ve akılcı, SP'de ise akılcı ve pragmatist seçmenin ağırlıkta olduğu söylenebilir.

Politik duruş ile ait olunan küme arasındaki ilişkiye ilişkin çapraz tablo incelendiğinde muhafazakar seçmenin ağırlıklı olarak duyarlı (% 48,6) ve pragmatist (% 29,7), milliyetçi seçmenin ağırlıklı olarak duyarlı (% 33,8) ve pragmatist (% 29,7), muhafazakar milliyetçi seçmenin ağırlıklı olarak pragmatist (% 34,8) ve akılcı (% 31,9), demokrat seçmenin ağırlıklı olarak akılcı (% 71,4), Atatürkçü seçmenin ağırlıklı olarak akılcı (% 39,3) ve duyarlı (% 26,8), sosyal demokrat seçmenin ağırlıklı olarak umursamaz (% 35) ve pragmatist (% 30) olduğu görülmektedir.

V. Sonuç

“İdeolojiler ölüyor mu?” tartışmalarının süregeldiği günümüz siyasal sistemlerinde, amacı iktidar olan siyasal örgütlerin de rakiplerden farklılaşmak ve seçmenin teveccühünü kazanmak için stratejik yönetim ve stratejik pazarlama felsefesine ihtiyaçları vardır.

Stratejik pazarlama planlamasının önemli basamaklarından biri olan pazar bölümlendirme heterojen, dağınık, birbirine benzeşmeyen büyük pazarlardan; daha kolay erişilebilir, karlılığı yüksek, birbirine daha çok benzeşen pazarlar elde etmeyi amaçlamaktadır. Bu sayede pazarı oluşturan tüketicilerin beklentileri daha kolay tanımlanacak, uygun pazarlama karmaları daha kolay geliştirilecek ve tüketici memnuniyetinde artış sağlanacaktır. Her ne kadar siyasal örgütlerin amacı pazarın tamamına hitap ederek, en yüksek oy oranına sahip olmak olsa da, birbirinden farklılaşan seçmen beklentilerinin kolay anlaşılabilmesi ve cevap geliştirilebilmesi için stratejik siyaset pazarlaması kapsamında da pazar bölümlendirmeye başvurulmalıdır. Yüksek oy hedefine bölümlendirme sonrası yürütülecek farklılaştırılmış pazarlama stratejileri ile ulaşmak daha kolay olacaktır.

Siyasal pazarın bölümlendirilmesini konu edinen bu çalışmanın amacı “Seçmen pazarı yerel seçimler özelinde bölümlendirilebilir mi?” sorusunun cevabını aramaktır. Bunun yanı sıra bölümlendirildiğinde elde edilebilecek pazar bölümlerinin profilleri hakkında detaylı bilgiye ulaşmak ve bu sayede uygulayıcılara strateji önerilerinde bulunmak hedeflenmiştir. Söz konusu amaç doğrultusunda Tokat ili merkez ilçe seçmen kütüğüne kayıtlı seçmenlerden oluşan anakütüde, kolayda örnekleme metodu ile seçilen 358 seçmene yüzyüze anket uygulanmıştır.

Araştırmanın veri toplama aracı araştırmacı tarafından yürütülen nitel bir çalışma ve literatür taraması neticesinde geliştirilmiştir. Yerel seçmen davranışını etkileyen faktörlere ilişkin 34 ifadeden oluşan ölçeğin geçerliliğini test etmek amacıyla öncelikle açıklayıcı, sonrasında doğrulayıcı faktör analizi

yapılmıştır. Analiz sonucunda ölçekten altı ifadenin çıkarılmasının uygun olduğu sonucuna varılmıştır. Elde edilen nihai faktör yapısı sekiz faktörden oluşmakta ve varyansın % 59,802'sini açıklamaktadır. Yerel seçmen davranışını etkilediği tespit edilen faktörler; siyasal kampanya, sosyal faktörler, adayın seçim dönemindeki performansı, partinin yerel yönetim politikaları, adayın yetkinliği, parti aidiyeti, adaya yakınlık ve adayın kimliği faktörleridir. Boyraz ve Erdem'in (2015) genel seçimlerde seçmen pazarının bölümlendirilmesine ilişkin çalışmalarında psikolojik oy verme, sosyal oy verme, rasyonel oy verme, bireysel çıkar doğrultusunda oy verme, kültürel oy verme, sosyal grup çıkarları doğrultusunda oy verme, bilgiye kapalı oy verme ve medya güdümünde oy verme olarak adlandırdıkları sekiz faktör tespit edilmiştir. Bulgular karşılaştırıldığında genel seçim ve yerel seçim itibarıyla seçmen davranışını etkileyen faktörlerin nispeten farklılaştığı görülmektedir. Bu farklılık büyük ölçüde seçmenin iki seçim türünün çıktılarının farklı olduğuna ilişkin algısından kaynaklanmaktadır.

Analiz sonucunda elde edilen faktörler kullanılarak seçmen pazarı kümeleme analizi ile bölümlendirilmiştir. Öncelikle küme sayısını belirlemek için hiyerarşik kümeleme tekniklerinden Ward metodu kullanılmış ideal küme sayısının dört olduğu tespit edilmiştir. Sonrasında hiyerarşik olmayan kümeleme metodlarından K-means kümeleme kullanılmış ve küme profillerine ilişkin veriler elde edilmiştir. Belirlenen kümeler özellikleri dikkate alınarak duyarlı, pragmatist, umursamaz ve akılcı seçmen olarak adlandırılmıştır. Söz konusu kümelerin ayırt edici özellikleri şunlardır:

Duyarlı Seçmen: Belirlenen tüm faktörlerden oldukça yüksek düzeyde etkilenen seçmenlerden oluşmaktadır. Özellikle siyasal kampanyalardan en çok etkilenen seçmen kümesidir. Bu sebeple seçim dönemlerinde yoğunlaşan siyasal pazarlama faaliyetlerinin birincil hedef kitlesi oldukları söylenebilir. Yerel seçimler özelinde parti aidiyetleri çok güçlü değildir. Objektif performans göstergelerinin yanı sıra adayın kimliğine ve adaya yakınlığa da en çok önem veren gruptur.

Pragmatist Seçmen: Parti aidiyeti yerel seçimler özelinde zayıf bir seçmen kümesidir. Siyasal karar alma sürecinde rasyonel ve oldukça pratik göstergelerden faydalanmaktadır. Partinin yerel yönetim politikaları ve adayın yetkinliği gibi pratik kriterlerle, hızlı ve şehrin faydasını gözetken kararlar almaktadır. Siyasal kampanya sürecinden en az etkilenen gruptur. Sosyal faktörleri de karar sürecinde dikkate almamaktadır.

Umursamaz Seçmen: Belirlenen tüm faktörlerden dikkate değer düzeyde etkilenmedikleri söylenebilir. Değerlendirme kriterlerinden en çok dikkate aldıkları parti aidiyeti olmakla birlikte, onun da çok yüksek olmadığı görülmektedir. Siyasal katılım düzeyi ve siyasete ilgilenimi en az grup olduğu söylenebilir. Bu duyarsız tutumları siyaset pazarlaması faaliyetlerinde dikkate alınması gereken önemli bir pazar bölümü olmaları sonucunu doğurmaktadır.

Akılcı Seçmen: Karar sürecinde rasyonel verilerden faydalanan, performansı dikkate alan bir seçmen kümesidir. Performansı değerlendirirken hem uzun dönemli hem de seçim dönemlerindeki performansı önemsemektedir. Pragmatist seçmenden en önemli farkları da budur. Daha uzun süren, daha çok kriteri dikkate alan akılcı bir karar alma süreci yaşamaktadır. İkinci kümeden bir başka farkı da adayın kimliği ile ilgilenmemesidir. Yetkin olması ve performansı akılcı seçmen için yeterli kriterdir.

Seçmenlerin ait oldukları küme ile demografik ve davranışsal özellikleri arasındaki ilişkiler ki-kare testi ile sorgulanmıştır. Cinsiyet, yaş, son yerel seçimde oy verilen siyasi parti, politik duruş ve karar zamanı değişkenleri ile ait olunan seçmen kümesi arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Bulgularda bu testlerin sonuçlarına detaylı bir şekilde yer verilmiştir. Bu nedenle burada en dikkat çekici bulgulara değinilecektir.

Cinsiyet itibarıyla küme profillerine yakından bakıldığında özellikle duyarlı seçmen kümesindeki kadın seçmen yoğunluğu dikkat çekmektedir. Literatürdeki çalışmalar çoğunlukla genel seçimlerde kadın seçmenin katılım ve ilgilenim düzeyinin düşüklüğünden bahsetmektedir. Oysa söz konusu örnekleme yerel seçimler özelinde kadın seçmenin tüm faktörlerden etkilenme düzeyi yüksek olan duyarlı seçmen kümesinde diğer kümelerden daha yoğun temsil edildiği gözlenmektedir. Bu durum kadın seçmenin yerel ölçekte siyaset pazarlamasının birincil hedef kitlelerinden olması gerektiğini göstermektedir.

Yaş itibarıyla küme profillerine yakından bakıldığında, yaş ilerledikçe, pragmatist seçmen tutumundaki artış göze çarpmaktadır. Bu durum artan siyasal tecrübenin, karar alma sürecini hızlandırdığı ve adeta otomatik satın alma davranışına dönüştürdüğü şeklinde yorumlanabilir. Bu sebeple ağırlıklı olarak seçim dönemlerinde yürütülen tutundurma temelli pazarlama faaliyetlerinde gençlerin daha kolay ulaşılır bir hedef kitle olacağı söylenebilir.

Oy verilen siyasi parti itibarıyla küme profilleri incelendiğinde AKP seçmeninin ağırlıklı olarak duyarlı ve akılcı, CHP seçmeninin akılcı ve umursamaz, MHP seçmeninin pragmatist, duyarlı ve akılcı, SP seçmeninin ise akılcı ve pragmatist olduğu söylenebilir.

Kümelerin yakından incelenen profilleri, tüm siyasi partilerin siyaset pazarlaması uygulamaları ile hedef pazarlarını genişletebileceği sonucuna işaret etmektedir. Çünkü belirlenen seçmen kümeleri farklı stratejilerle hedeflenebilecek seçmen kümeleridir. Duyarlı seçmen seçim kampanyası döneminde yoğunlaşan faaliyetlerden etkilenebilecekken, pragmatist seçmen için uzun dönemli politikaların doğru pazarlanabiliyor olması önemli olacaktır. Umursamaz seçmen kümesinin kayıtsızlığı doğru stratejilerle ilgilenim düzeyi artırıldığında oy verebileceği şeklinde yorumlanabilir. Akılcı seçmen için hem seçim dönemi hem uzun dönem performans önemlidir. Bu nedenle kümelerin tamamı farklı pazarlama karmaları ile hedeflenebilecek kümelerdir. Siyasi partiler açısından önemli bir avantaj kümelerin hiçbirinde taassup eğiliminin olmamasıdır. Kendisini partizan ve sempatizan olarak tanımlayan seçmen

ağırlığına rağmen oy verme davranışı kemikleşmiş, tamamen psikolojik faktörlerin etkisi altına girmiş bir seçmen kümesi ile karşılaşılmamıştır. Bu nedenle genel seçimlerde gözlemlenen kemikleşmiş sadık seçmen profili, yerel seçimlerde bu eğilimini terk etmekte; daha rasyonel göstergelerle bir karar sürecinden geçerek oy verme davranışını şekillendirmektedir. Katılımcılar kendilerini bir seçmen olarak değerlendirirken ağırlıklı olarak genel seçimlerdeki tavırlarını esas almakta ve kendilerini partizan ya da sempatizan olarak tanımlamaktadır. Oysa bu tavır yerel seçimler özelinde kırılabilir. Yerel seçimlerde partizan ya da sempatizan tavrın asıl güdüleyicisi iktidar partisinin elinde olan yerel yönetimin daha güvende ve daha müreffeh olacağı inancıdır. Bu tablo siyaset pazarlamasının yerel siyasette de yoğun bir şekilde kullanılmasının faydalı sonuçlar üreteceğini göstermektedir. Doğru hedefleme stratejileri ile seçmenlerin teveccühü kazanılabilecek ve yerel seçimlerde başarı şansı artırılabilir.

Araştırma keşifsel nitelikte bir çalışmadır ve sonuçlarının takip eden nitel ve nicel çalışmalarla aydınlanacağı düşünülmektedir. Siyaset pazarlaması alanında özellikle yerli yazındaki en önemli eksiklik tüketici davranışı perspektifiyle geliştirilmiş bir seçmen davranışı modelinin olmayışıdır. Bu sebeple siyaset pazarlaması çalışmaları siyaset bilimi teorisinden devşirilmiş modellerle seçmeni anlamaya çalışmaktadır. Ancak bu yaklaşım, iki bilimin bakış açılarındaki farklılıktan dolayı çok anlamlı sonuçlar sunmamaktadır. Yabancı yazındaki çalışmalar ise siyasal sistem ve seçmen profili farklılıklarından dolayı çare olmamaktadır. Bu sebeple yerli siyaset pazarlaması yazınının seçmeni tüketici perspektifiyle anlayabilecek davranış modellerine ihtiyacı vardır. Özellikle seçmenin genel ve yerel seçimdeki tutum ve davranışlarını aynı örnekleme birlikte ele alan çalışmaların yazına model geliştirme noktasında önemli yol kat ettireceği düşünülmektedir.

Kolayda örnekleme nedeniyle sonuçların evrene genellenmesi mümkün değildir. Bu sebeple mümkün olduğu takdirde tesadüfi örnekleme ile yapılacak araştırmaların daha aydınlatıcı sonuçlar vereceği düşünülmektedir. Bunun yanı sıra seçmen davranışını etkileyebilecek ancak beyan edilmesi ve gözlenmesi güç olan örtük değişkenlerin tespiti açısından, nitel verilere dayanan araştırmalara da ihtiyaç vardır.

Kaynaklar

- Akgün, B. (2002), “Türkiye’de Yerel Seçimler ve Seçmen Davranışı”, B. Akgün (der.), Türkiye’de Seçmen Davranışı, Partiler Sistemi ve Siyasal Güven, Nobel Yayınları, Ankara, ss. 85-95.
- Argan, M. ve Argan Tokay, M. (2012), “Word-of-Mouth: Voters Originated Communications on Candidates During Elections”, *International Journal of Business and Social Science*, 3 (15), ss.70-77.
- Aydın, E. (2011), “Yerel Seçimlerde Seçmenlerin Oy Verme Kararlarında Etkili Olan Siyasal Faktörlere İlişkin Bir Araştırma: Ankara Örneği”,

- (Basılmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2011).
- Baines, P. R.; Worcester, R.M.; Jarrelt, D.; Mortimore, R. (2003), "Market Segmentation and Product Differentiation in Political Campaigns: a Technical Feature Perspective", *Journal of Marketing Management*, 19, ss. 225-249.
- Bannon, D. P. (2003), "Voting, Non-voting and Consumer Buying Behaviour: Non-voter Segmentation and The Underlining Causes of Electoral Inactivity", *Journal of Public Affairs*, 3 (2), ss. 138-151.
- Bannon, D. P. (2004), "Marketing Segmentation and Political Marketing", *PSA Annual Conference* www.ana.nada.sk/segmentation/Bannon.pdf.
- Bannon, D. P. (2005), "Electoral Participation and Non-Voter Segmentation", *Journal of Nonprofit&Public Sector Marketing*, 14 (1/2), ss. 109-127.
- Boyras, E. ve Erdem, O. (2015), "Siyaset Pazarında Bölümlendirme Üzerine Keşifsel Bir Araştırma", *Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 22 (1), ss. 61-81.
- Canöz, K. (2010), "Seçmen Tercihinde Aday İmajının Rolü: 29 Mart 2009 Yerel Seçimleri Öncesinde Konya Seçmeni Üzerine Bir Araştırma", *Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi*, 6 (2), ss. 95-114.
- Chiu, K. K. S.; Huston, C. R.; Mesak, H. I.; Willis, T. H. (2010), "The Role of a Psychographic Approach in Segmenting Electorates' Voting Behavior and Party Identification", *Journal of Political Marketing*, 9, ss. 34-54.
- Çağlar, N. ve Gelir, Y. (2014), "Yerel Seçimlerde Aday İmajı: 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri Öncesinde Isparta Seçmeni Üzerine Bir Araştırma", *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (2), ss. 27-50.
- Çapık, C. (2014), "Geçerlik ve Güvenirlik Çalışmalarında Doğrulamalı Faktör Analizinin Kullanımı", *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 17 (3), ss. 196-205.
- Çokluk, Ö.; Şekercioğlu, G.; Büyükoztürk, Ş. (2010), Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları, Pegem Akademi Yayınları, Ankara.
- Çubukçu, İ. (2005), "Siyaset Pazarlaması Genel ve Yerel Seçim Ayrımına Göre Seçmen Davranışlarının Analizi", (Basılmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, 2005).
- Davidson, S. (2005), "Grey Power, School Gate Mums and The Youth Vote: Age as a Key Factor in Voter Segmentation and Engagement in The 2005 UK General Election", *Journal of Marketing Management*, 21, ss. 1179-1192.
- Dermody, J.; Hanmer-Lloyd, S. (2004), "Segmenting Youth Voting Behaviour Through Trusting-Distrusting Relationships: A Conceptual Approach", *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 9 (3), ss. 202-217.

- Divanoğlu Uslu, S. (2008), "Seçim Kampanyalarında Siyasal Pazarlama Karması Elemanlarının Yeri ve Önemi", *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1 (2), ss. 105-118.
- Doğan, A. (2010), "Yerel Medyanın Siyasal Etkisi (2009 Yerel Seçimleri Örnek Olay İncelemesi)", (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ, 2010).
- Gardner, H.; Rees, P.; Tsianti, M. (2005), "Still Silent-Political Market Segmentation and The Case of Ethnic Women", *Journal of Marketing Management*, 21, ss. 1161-1178.
- Gökşen, Y.; Doğan, O.; Yaralıoğlu, K. (2009), "Oyun Teorisinin 2009 Yerel Seçimler İçin Uyarlanması: İzmir İli Uygulaması", *Ege Akademik Bakış*, 9 (4), ss. 1225-1241.
- Güllüpunar, H. (2013), "Siyasal Kampanya Mesaj Stratejileri ve Seçmen Algısı: Gümüşhane Araştırması", *Turkish Studies*, 8 (8), ss. 1935-1952.
- Kiriş, H. M. ve Gül, H. (2008), "Türkiye'de Siyasal Eğilimlerin Dönüşümü: Yerel Seçimler Bağlamında Bir Çözümleme", *Amme İdaresi Dergisi*, 41 (2), ss. 101-129.
- Koçak, H. (2011), "29 Mart 2009 Yerel Seçim Sonuçlarının Siyasal Tercihlerin Değişimine Etkisi: Afyonkarahisar ve Aydın İllerinin Karşılaştırmalı Analizi", *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13 (1), ss. 31-46.
- Kotler, P. ve Levy, S. J. (1969), "Broadening The Concept of Marketing", *Journal of Marketing*, 33 (1), ss. 10-15.
- Lilleker, D. G. (2005), "Political Marketing: the Cause of an Emerging Democratic Deficit in Britain?" Walter W. Wymer, W. W. ve Lees-Marshment, J. (der.), *Current Issues in Political Marketing*, Best Business Books, New York, ss.12.
- McGough, S. (2005), "Political Marketing in Irish Politics: The Case of Sinn Féin", Lilleker, D. G. ve Lees-Marshment, J. (der.), *Political Marketing-A Compatitive Perspective* Manchester University Press, Manchester, ss 103.
- Nakip, M. (2013), *Pazarlamada Araştırma Teknikleri*, 3. Baskı, Seçkin Yayınları, Ankara.
- Negiz, N. ve Akyıldız, F. (2012), "Yerel Seçimlerde Seçmenin Tercih Üzerinde Aday İmajının Etkisi: Uşak Örneği", *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (1), ss. 171-199.
- Newman, B. I. (1999), "A Predictive Model of Voter Behavior The Repositioning of Bill Clinton", Newman, B. I. (der.), *Handbook of Political Marketing*, SAGE Publications, California, ss. 259-281.
- Okumuş, A. (2007), "Pazarlama Anlayışında Siyasal Pazarlamanın Yeri ve Pazar Konumlarına Göre Siyasi Partilerin Stratejik Analizi", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17, ss. 157-172.

- Önen, N. ve Tek, M. (2009), “Antakya’nın Seçmeni: Mezhepsel Ayrışma ve Parti Özdeşleşmesi”, *Amme İdaresi Dergisi*, 42 (2), ss. 109-139.
- Phillips, J. M.; Reynolds, T. J.; Reynolds, K. (2010), “Decision-Based Voter Segmentation An Application for Campaign Message Development”, *European Journal of Marketing*, 44 (3/4), ss. 310-330.
- Rees, P. ve Gardner, H. (2005), “Political Marketing Segmentation-The Case of UK Local Government”, *Journal of Nonprofit&Public Sector Marketing*, 14 (1/2), ss. 169-184.
- Smith, G. ve Hirst, A. (2001), “Strategic Political Segmentation A New Approach for a New Era of Political Marketing”, *European Journal of Marketing*, 35 (9/10), ss. 1058-1073.
- Türk, H. B. (2010), “Siyasal Kampanyaların Amerikanlaşması: Forza Italia ve Genç Parti Örneklerinin Karşılaştırılması”, *Amme İdaresi Dergisi*, 43 (3), ss. 61-81.
- Uğur, L. O. ve Özdemir, H. Ö. (2009), “Bölgesel Siyasi Pazarlama ve Bölgesel Kalkınma: 2009 Kaman Yerel Seçimleri Araştırma Örneği”, *e-Journal of New World Sciences Academy*, 4 (3), ss. 256-276.
- Yıldırım, M. (2014), “Parti Aday Tercihlerinin Seçmen Davranışına Etkisi 2009 Yerel Seçimleri Uşak İli Örneği”, *Pamukkale Üniversitesi SBE Dergisi*, 14, ss. 15-38.
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Pragmatizm> (Erişim Tarihi: 27.08.2015).

İSRAİL'DE DİNİ KURUM, OLUŞUM VE REFERANSLARIN SİYASİ, KAMUSAL VE HUKUKİ ALANLARA ETKİLERİ

*Hasan Emir AKTAŞ**

Alınış Tarihi: 04 Kasım 2015

Kabul Tarihi: 01 Kasım 2016

Öz: İsrail Ortadoğu'nun en çok tartışma konusu yapılan ülkelerinden birisidir. Bu tartışmaların İsrail devletinin kuruluş süreciyle ve İsrail-Filistin meselesindeki anlaşmazlıklarla ilişkisi olduğu gibi, İsrail'in Ortadoğu'daki ve dünyadaki tek Yahudi devleti olmasıyla da ilişkisi bulunmaktadır.

Gerek Yahudiliğin din ve milliyet temelinde yüzyıllara dayanan farklı gelişim süreci ve gerekse Siyonizm'in karmaşık ve tartışmalı tarihi seyri İsrail'le ilgili birçok spekülasyonun yapılmasına yol açmaktadır. Bu spekülasyonlardan birisi de İsrail'in bir din devleti olduğu telakkisidir.

Bu çalışmada İsrail'de dini referansların ve dine dayalı oluşum ve grupların siyasete, kamu hayatına, hukuki sisteme ve devlet politikalarına etkileri incelenmektedir.

Ortaya çıkarılan bulgular İsrail devletinin yarı dini-yarı seküler bir devlet olduğunu göstermektedir. Zaten İsrail siyasi toplumunun ortak bir siyasi kader etrafında farklı kültürel eğilimlerden oluşmuş bir yapı olması, böyle bir melez yapıyı kaçınılmaz hale getirmiştir.

Anahtar Kelimeler: İsrail, Yahudilik, Siyonizm, Din Devleti, Sekülerizm.

EFFECTS OF RELIGIOUS ESTABLISHMENTS, ORGANISATIONS AND REFERENCES IN ISRAEL ON THE POLITICAL, PUBLIC AND LEGAL AREAS

Abstract: Israel is one of the disputed countries of the Middle East. These discussions are related to foundation process of the state of Israel and disputes regarding Israel-Palestine question as well as to the fact that Israel is the only Jewish state in the Middle East and in the world.

Different formation process of Jewish people over centuries on the ground of faith and nationality as well as the confusing and disputed background of Zionism lead to a number of speculations regarding the state of Israel. Some of those speculations are over the perception that Israel is a religious state.

This paper studies effects of Jewish references and religious organisations and groups in Israel over politics, public life, legal system and state policies.

The findings reached here indicate that Israel is a semi-religious and semi-secular a state. Actually the fact that Israeli political society is composed of groups with different cultural tendencies even if sharing a common fate makes such a hybrid system inevitable.

Keywords: Israel, Judaism, Zionism, Religious State, Secularism.

I. Giriş

İsrail'deki Yahudi toplumu hem dini hem de etnik kimliğe dayalı olarak yüzyıllar içerisinde oluşmuş olan bir toplumdur. Bu toplumun tarihi geçmişi Hz. İbrahim'e ve ikinci derecede Hz. Yakub'a kadar uzansa da siyasi toplum haline

*Yrd. Doç. Dr. Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü

gelmesi Hz. Musa döneminden sonra olmuştur. Hz. Musa M.Ö. on üçüncü yüzyılda Yahudileri Mısır'da Firavunların ırkçı ve baskıcı muamelelerinden kurtarmış ve Tevrat'daki esaslar doğrultusunda örgütleyerek Sina Yarımadası'nda siyasi bir toplum haline getirmiştir. Dolayısıyla Hz. Musa yaşadığı dönemde Yahudi toplumunun hem dini ve hem de siyasi lideri olarak, bu toplumun dini ve milli kimliği birlikte bünyesinde taşıyan bir millet haline gelmesini sağlamıştır. Daha sonraki dönemlerde Yahudiler kutsal metinlerinde 'vaadedilmiş topraklar' olarak belirtilen Kenan diyarını (eski Filistin) buradaki Filistinlilerle yaptıkları mücadeleler sonucunda fethederek bu bölgeye yerleşmişlerdir. Sonraki devrede dışarıdan ve içerden gelen tehlikelere karşı Yahudi kabileler arasında birlik kurmak için önce Saul, sonra oğlu Hz. Davut ve daha sonra da onun oğlu Hz. Süleyman Yahudi toplumuna hükümdar olmuştur. Hz. Süleyman'dan sonra Yahudi toplumunun birliği korunamamış ve kabilelerin ikiye bölünmesiyle kurulan iki devletten İsrail krallığı M.Ö. 8. yüzyıla kadar, Yahudi devleti ise M.Ö. 6. yüzyıla kadar ayakta kalabilmiştir. Yahudi devletine son veren Babil Krallığı, Yahudileri Babil'e sürgüne göndermiş ve bu sürgün Pers İmparatorluğu'nun Babil'i ele geçirek Yahudileri esaretten kurtardığı ve ülkelerine dönmelerine izin verdiği tarihe kadar yaklaşık elli yıl sürmüştür. Babil sürgünü aynı zamanda Yahudilerin ilk diyaspora dönemi olmuş ve bu dönemde kendi kimlik ve kültürlerini yaşatma duyarlılık ve bilincini pekiştirmişlerdir (İEM, 1997: 9-13).

M.Ö. 4. Yüzyılda Makedonya kralı İskender'in Fars İmparatorluğu'nun Ortadoğu'daki varlığına son vermesiyle Yahudiler Yunanlıların hâkimiyetinde kalmış ve Yunan Hellenistik medeniyetinin baskısı altında yaşamıştır. Daha sonra benzer bir süreç Yunanlıların yerini alan Romalılar döneminde yaşanmıştır. Romalılar ilk dönemlerinde Yahudilere belli bir toleransla muamele etseler de sonraki yüzyıllarda vergilerle ve askeri ve idari uygulamalarla Yahudiler üzerindeki baskılar artınca, Yahudiler dini referanslarının da motivasyonu ile Romalılara karşı çeşitli ayaklanmalara kalkışmışlardır. Roma yönetimi kuvvetleriyle bu ayaklanmaları bastırdıktan sonra, M.Ö. 2 yüzyılda Yahudilerin bir kısmını öldürmüş, bir kısmını ise esir alarak Filistin bölgesinden dünyanın dört bir tarafına sürmüş ve bu şekilde Yahudilerin Filistin bölgesiyle bütün bağlantısını koparmaya çalışmıştır (Reich, 2008: 1-8).

Sonraki yüzyıllarda Hristiyanlığın Roma İmparatorluğu'nun resmi dini olmasıyla ve Avrupalı toplumlar arasında geniş bir kabul görmesiyle, Yahudiler hem devlet yönetimleri tarafından baskılara ve hem de Hristiyan toplumlar tarafından suçlamalara ve dışlayıcı muamelelere maruz kalmıştır. Bir taraftan Hz. İsa'nın ölümünden sorumlu addedilme gibi dini sebeplerle, diğer taraftan kamu işlerinden uzak tutulmalarının da etkisiyle ticaret ve sarraflıkta yoğunlaştıkları için ekonomik ve sosyal saiklerle birçok toplum tarafından dışlanmış ve aşağılanmışlardır. İçinde buldukları toplumlardan izole yaşamalarının diğer bir sebebi de kendi dini ve milli kimliklerini kaybetmeme

ve diğer toplumlar içerisinde asimile olmama kaygısıdır. Kutsal metinlerin ellerinde bulunması ve bu kutsal metinlerin sosyal bir örgütlenmeyi ve hukuki bir yapıyı da ihtiva etmesi kapalı bir cemaat olarak kendi kendine yeterlilik duygusuna sahip olmaları açısından önem taşımaktadır. Belli bir aşamadan sonra ise artık bir kısır döngü halinde içlerine kapandıkça dışlanmış, dışlandıkça içlerine kapanmışlardır.

Yahudilerin Osmanlı Devleti gibi Müslüman ülkelerdeki durumu ise nisbeten daha rahat ve toleranslı bir şekilde seyretmiştir. Millet sistemiyle imparatorluk bünyesinde yaşayan her bir dini grup kendi dini liderinin yönetiminde müstakil sosyal ve hukuki gruplar halinde örgütlenmiş ve medeni hukuk, eğitim, kültürel faaliyetler, dini hizmetler ve adli işlemlerde kendi iç işlerinde serbest bırakılmışlardır.

Aydınlanma dönemi ve Fransız ihtilalinin doğurduğu bazı liberal görüşler Avrupa'daki Yahudi toplumunun durumunda bazı iyileşmeler meydana getirmiştir. Aydınlanmanın Hıristiyanlığa bağlı önyargıları zayıflatması ve Fransız İhtilaliyle insan hakları temelinde eşit vatandaşlık nosyonunun ortaya çıkması, Yahudi topluluklarının maruz kaldığı baskı ve dışlamaları azaltmış ve bu toplulukları yaşadıkları ülkelerin toplumlarına entegre olarak, eşit vatandaşlık temelinde bu toplumların birer parçası olabilecekleri düşüncesine yöneltmiştir.

Fakat on dokuzuncu yüzyıla beraber, Fransız ihtilalinin diğer yan ürünleri olan milliyetçilik akımı ve ulus-devlet uygulaması, Yahudilerin durumundaki bu iyimser havayı tersine çevirmiştir. Yahudiler bu sefer de dikkat çekici kimlik yapısıyla kapalı bir toplum görünümü arz eden ve ülke ekonomilerinin önemli köşe taşlarını elinde tutan "yabancı" bir etnik unsur olarak, milliyetçi hareketlerin tepkisini celbetmiştir. Doğu Avrupa ülkeleri ve Rusya gibi demokratik olmayan bölgelerde devlet kaynaklı fiili baskılar, demokratik sistemlerin işlediği Batı Avrupa ülkelerinde ise dolaylı ayrımcılık ve dışlamalar, Yahudi toplumunu bu durumdan kurtulmak için yeni arayışlara yöneltmiştir.

On dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısından itibaren Yahudi toplumunun ileri gelenleri Yahudilerin artık Avrupa ülkelerinde ve Rusya'da barınamayacağını ve Yahudi toplumu için ayrı ve müstakil bir yurt kurmaları gerektiğini düşünmeye ve tartışmaya başlamıştır. İşte Yahudilerin siyasi bir toplum olarak müstakil bir Yahudi yurdunda ve bilhassa Filistin'de bir devlet kurmaları amacını taşıyan Siyonizm düşünce ve hareketi bu şartlarda şekillenmeye başlamıştır (Cleveland, 2008: 265-269).

Bu çalışmada önce seküler ve dini devlet ile ilgili kısa bir kavram tartışması yapılacak ve daha sonra İsrail devlet ve toplumunun çeşitli alanlarda din ile olan ilişkileri incelenenektir. Buradan çıkarılan sonuçlarla da bu devletin ve siyasi toplumun ne kadar seküler ve ne kadar dini olduğu tespit edilmeye çalışılacaktır.

II. İsrail’de Dini Kurum, Oluşum ve Referansların Siyasi, Kamusal ve Hukuki Alanlara Etkileri

A. İsrail Devlet ve Toplum Yapısı Bağlamında Sekülerizm, Din ve Devlet Tartışmaları

Sekülerizm aydınlanma döneminden itibaren insanlığın gündemine girmiş bir kavram olarak hem zihni bir dönüşümü, hem de modern toplumların siyasi, sosyal, kültürel ve hukuki örgütlenme ve işleyişindeki bir yeniden yapılanmayı ifade etmektedir (Smith, 2008:135). En basit anlamıyla sekülerizm bireysel anlamda dinin bireyin zihnindeki veya hayatındaki etkilerinin azalması, toplumsal anlamda ise dinin sosyal, siyasi ve kamusal alanda daha pasif bir duruma gelmesi/getirilmesi anlamına gelmektedir.

Weber, 19. yüzyılın başlarında o günkü dünyada meydana gelen gelişmeleri de izleyerek sekülerizm ile modernite arasında bir bağlantı olduğunu tespit etmiş ve modernleşme ilerledikçe dinin modern toplumların hayatındaki etkisinin daha da azalacağını öngörmüştü. Fakat 20. yüzyılın sonlarına doğru ortaya çıkan gelişmeler modernleşme sürecini önemli ölçüde tamamlamış olan Batı toplumları da dahil, dinin toplumlar ve bireyler üzerindeki etkisinin azalmadığını aksine arttığını ortaya koymuştur (Gibbons, 2011: 1526).

Bu çalışmanın konusu İsrail’de dinin devlet ve kamu hayatının çeşitli alanlarına etkilerini belirlemek ve sonuçta İsrail devletinin ne kadar seküler bir devlet ne kadar bir din devleti olduğunu tespiti çalışmak olduğuna göre, bir devletin veya siyasi toplumun sekülerlik derecesini belirleyecek bazı kriterler tespit etmek gerekmektedir.

Dünyada bugün mevcut olan devletlerden bazılarının seküler bir devlet olmak gibi bir kaygısı bulunmamaktadır. Kendini seküler olarak değerlendiren veya dışardan gözlemcilerin seküler olarak değerlendirdiği ülkeler arasında da bu noktada birçok farklılıklar bulunmaktadır. Kuşkusuz ki bu farklılıkların en önemli sebeplerinden birisi sekülerlik kriterlerinin farklı şekilde değerlendirilmesidir.

Devletlerin veya siyasi toplumların seküler olup olmadığını belirlemede dikkate alınan bazı kriterler şunlardır: Devletin resmi bir dini var mıdır? Devlet belli bir dinin müntesiplerine diğerleri karşısında bir avantaj ve üstünlük sağlamakta mıdır? Belli bir dinin hüküm, referans veya ölçüleri devlet yapısının ve kamu hayatının örgütlenmesinde temel bir dayanak olarak dikkate alınmakta mıdır? Devlet dini kurum ve uygulamalara müdahale etmekte midir? Vatandaşlar dini inanç ve pratiklerini yerine getirmede ne ölçüde bir serbestiye sahiptir? Eğitim hayatının düzenlenmesinde dinin rolü nedir? Kamu hayatında dini semboller kullanılmakta mıdır ya da diğer bir açıdan vatandaşlar sosyal barışı bozmadan hayatlarının her noktasında inandıkları değerlerini yaşayabilmekte midir? Devlet kamu kaynaklarını dini grup veya kurumlara tahsis etmekte midir ve ne şekilde bir dağıtım yapılmaktadır? (Torrón & Durham, 2010).

Bir devletin ve sivil toplumun sekülerlik derecesini değerlendirirken buna iki açıdan bakmak yerinde olacaktır. Birincisi devlet kurumlarının toplum kesimlerine, vatandaşlara, sivil toplum ve özel hayat alanlarına, dini grup ve teşekküllere yönelik tavrı nedir? Dolayısıyla burada devletin sivil ve dini alanı ne kadar kontrolü altına aldığına bakılmaktadır. İkinci açıdan ise dini referans ve yapıların, grup ve teşekküllerin devlet ve kamu alanını ne kadar etkilediği ve şekillendirdiği dikkate alınmaktadır. Dolayısıyla ikinci durumda aşağıdan yukarı doğru veya çevreden merkeze doğru bir etkileme süreci söz konusudur.

Birinci parametre yani devletin dini ve sivil gruplara yönelik etkisi açısından bakarsak, dünyadaki sekülerizm uygulamasını üç grup halinde alabiliriz: Bunlardan ikisi demokratik toplumlarda, biri ise otoriter/totaliter devletlerde uygulanan modellerdir. Sosyalist ve komünist devletler gibi antidemokratik modellerde din, devlet ve kamu hayatından tamamen çıkarılmıştır. Fakat bireylerin özel hayatlarında ve sivil toplum alanında dini inanç ve pratikleri yerine getirmeleri de büyük ölçüde yasaklanmıştır. Dolayısıyla sekülerizmin bu şekli demokratik değil, otokratik/totaliter bir yapıya dayanmaktadır ve İsrail gibi -bazı noksanları da olsa- demokrasiyi önemseyen bir ülke açısından bu modelin karşılığı bulunmamaktadır.

Demokratik ülkelerde karşılığı olan diğer iki modelin birincisi daha çoğulcu ve hürriyetçi, diğeri ise daha dışlayıcı bir toplum modeli öngörmektedir. Dolayısıyla bu üç sekülerizm modelinden ikincisi Fransa'nın temsil ettiği dışlayıcı laikliktir. Bu sistemde kamusal alan tamamıyla dini etkilerden arındırılmaya çalışılmaktadır. Biraz da pozitivistimin etkisiyle oluşan bu anlayış, laikliği vatandaşlar için ortak bir hayat tarzı yapmaya doğru meyletmektedir. Yani burada laiklik toplumun dinle ilgili eğilimlerine bakılmaksızın, devletin koruması gereken normatif bir değer alanı olarak telakki edilmektedir.

ABD, İngiltere gibi Anglo-Sakson gelenekteki ülkelerin temsil ettiği üçüncü sekülerizm modeli daha çoğulcu ve hürriyetçi bir devlet ve toplum anlayışına dayanmaktadır. Bu modelde devletin dini esaslara göre yönetilmesine izin verilmese bile, dini unsurlara, dinamiklere ve ifade biçimlerine karşı daha toleranslı ve serbestiyetçi bir yaklaşım söz konusudur. Kamusal alanda vatandaşların dini sembollerle kendilerini ifade etmelerine büyük ölçüde izin verilmektedir. Diğer taraftan dini cemaatlerin ve sivil toplum kuruluşlarının belli çerçevede eğitim, kültür vb. alanlardaki faaliyetlerine müsaade edilmektedir.

Dolayısıyla sekülerizme en hürriyetçi anlamı veren üçüncü grup ülkelerde uygulanan şeklidir. Sekülerizmin en demokratik olduğu model de budur. Çünkü çoğulculuğa, sivil toplum ifade biçimlerine, kamu hayatının alttan yukarı doğru şekillendirilmesine en uygun olan yapı budur (Bader, 2007). Bu modelde vatandaşların ve sivil toplum gruplarının dini pratik ve ifade biçimlerine daha toleranslı şekilde yaklaşmaktadır.

İkinci parametre açısından bakıldığında, dini grup, kurum ve dinamiklerin ne ölçüde devlet yapısını ve kamu alanını etkilediği ve şekillendirdiği önem kazanmaktadır. Bu parametre açısından devletlerin sekülerlik derecesini tayin etme noktasında da dört kriterin dikkate alınabileceğini düşünüyoruz.

Bu kriterlerden birincisi devlet kurum ve organlarının bizzat dini referanslara göre düzenlenmesidir. Burada dinden kaynaklanan ahlak, siyasi kültür, gelenek gibi unsurlar yoluyla oluşan dolaylı etkilenmelere karşı daha esnek yaklaşmak gerekmektedir. Çünkü gelişmiş bir demokrasinin önemli özelliklerinden biri çoğulculuğu ve sosyal barışı bozmadan alttan yukarı etkile(n)melere izin vermesidir.

İkinci bir kriter devletin belli dini gruba mensup vatandaşlarına diğerleri karşısında ayrıcalık veya ayrımcılık uygulamasıdır. Eğer devlet vatandaşlarının dini hayatını ilgilendiren bir alanda verdiği bir serbesti, avantaj veya yetkiyi diğer gruplara vermiyorsa burada sekülerizm dışına çıkılıyor demektir. Sekülerizmin en hürriyetçi anlamı farklı dini gruplar arasındaki sosyal barışı ve toplumsal huzuru korumak için bazı sınırlar çizilmesidir. Yani burada sekülerizm toplumdan bağımsız bir alanda dokunulmazlığı olan kutsal bir değeri değil, toplumdaki dini gruplar arasında barış, denge ve uzlaşma ortamını sürdürülebilmek için uygulamaya konulan rasyonel ve insan merkezli bazı düzenlemeleri ifade etmektedir.

Üçüncü bir kriter dini hüviyeti ağır basan bazı parti, örgüt ve grupların bu özelliklerini hakim kılacak biçimde siyasi, idari veya hukuki alanda etkili olmasıdır. Kuşkusuz ki devlet yönetimi yasa, kural ve kurumlardan belki daha fazla insan unsuru tarafından şekillendirilmektedir. Hele devlet felsefesi ve hukuki çerçeve dini hedef ve ilkelerini siyasi ve idari yapıya yansıtmaya kararlı yapılara karşı esnek ise bu dini grupların etkin ve aktif olması sistemin seküler yapısını zayıflatıcı bir faktör olacaktır.

Dördüncü bir kriter de devletin iç ve dış siyasetle ilgili temel politikalarında ve izlediği makro hedeflerde belirgin ve somut şekilde dini temellere dayanmasıdır. Devletin temel felsefesinin ve politikalarının ileri derecede, normatif bazı değer ve kabullere endekslenmiş olması, çoğulcu toplumdaki sosyal dinamiklerin rasyonel şekilde dikkate alınmasını zorlaştıracaktır. Fakat belirtmek gerekir ki devletin laikliği, pozitivizmi veya Batılı hayat tarzını hakim bir dünya görüşü ve değerler sistemi olarak alması da benzer bir sonuç doğuracaktır. Çünkü hukuki ve siyasi açıdan, devletin bir inanç sisteminin hakimiyetine girmesi için bu inanç sisteminin din veya mezhep adını alan yapılardan biri olması şart değildir. Belli bir vatandaş grubunun değer yargısı olan din dışı bir dünya görüşünün hakim kılınması da devlet açısından eşitlikçi sekülerizme zarar veren bir faktördür.

B. İsrail Devletinin Kuruluş Sürecinde Dinin Etkisi

B.1. Siyonizmin Oluşma Sürecinde Yahudiliğin Rolü

Siyonizm on dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan ve dünyaya dağılmış durumdaki Yahudi topluluklarının Yahudi milli tarihinde ve dini-millî metinlerinde önemi bulunan Filistin’de toplanarak, milli bir yurt ve devlet kurmaları fikrini uygulamaya geçirmeyi amaçlayan siyasi bir düşünce ve harekettir.

Siyonizmin oluşum süreci her ne kadar Avusturyalı bir gazeteci olan Teodor Herzl’in öncülüğündeki Dünya Siyonist Örgütü’nün çalışmalarıyla hızlanmış ve somut bir şekil kazanmışsa da (Taylor, 1992: 16-20) bu fikrin oluşumuna din kaynaklı olan ve olmayan farklı düşünceler zemin hazırlamıştır. Mesela Doğu Prusya’lı haham Zevi Hirsh Kalischer Yahudilerin, kutsal topraklara dönüş için ilahi kehanetin gerçekleşmesini beklemek yerine, somut girişimlerde bulunarak kutsal topraklara dönüşü sağlaması gerektiğini ifade etmiştir. Buna karşılık Sosyalist görüşlere bağlı bir yazar olan Moses Hess de Yahudi yurdu kurulmasını savunmuştur. (Koç, 2006: 91-92). Bu şekilde farklı ideolojik eğilimlere ve hayat tarzlarına bağlı Yahudiler bir Yahudi yurdu kurulması noktasında hemfikir olmaya başlamışlardır.

Yahudi kavmi ile Yahudi dini cemaatinin aynı sosyolojik unsura dayanması bu toplumun tarihi gelenek ve metinlerine hem dini ve hem de milli bir hüviyet kazandırmıştır. Mesela Tevrat hem Yahudilik inancına bağlı olanların kutsal dini kitabı ve manevi rehberi, hem de seküler veya sosyalist Yahudiler için milli ve tarihi anlamı olan bir semboldür. Yine mesela Yahudilerin tarihi geçmişlerinde yaşadıkları zaferler ve acılar, hem dindar Yahudilerin dini hissiyatına hitap etmekte, hem de seküler Yahudilerin milli duygularında karşılık bulabilmektedir. Bu sebeple tarihi hatıralar ve semboller, dindar ve seküler Yahudileri birleştiren ortak değerler olmak bakımından, başka milletlere nazaran daha etkili bir birleştirici unsur işlevi görebilmektedir.

Mesela ilk Siyonist Sosyalist Devrimi Örgütü sosyalist ve milli temalar izlese de derin dini köklerle bağlantısı da söz konusu oluyordu. Bu hareket milli otonomi, fiziksel olarak ayakta kalma ve ilahi referans olmaksızın kültürel olarak kendini yeniden üretebilme gibi hedefleri bakımından aşırı ortodoks Yahudi çevrelerden ayrılma ve zaman zaman bu çevrelerle karşı karşıya gelse de, milli değerler olarak Tevrat’ı, İsrail’i, Sürgünden Siyon’a dönüşü ve İbranice dilini vurgulaması, onu Yahudi dininde yer alan kutsal köklere bağlamış oluyordu (Adelman, 2008: 121). Bu noktada belirtmek gerekiyor ki Siyonizmin ilk yapılması kayda değer ölçüde seküler bir görünüm arz etmekle beraber, dini ve milli referansların aynı kaynaklara dayanıyor olması ve diasporadaki Yahudi topluluklarını yeni bir yurt kurmak gibi zorlu bir işe ikna etmek için dini motiflere ihtiyaç duyulması, dini unsurları ister istemez yeni süreci şekillendiren kurucuların gündemine sokuyordu.

Siyonizm ilk başlarda bariz şekilde seküler bir görüntü arz ediyordu ki bunda siyonist liderlerin Avrupalı entellektüellerin gündemindeki eşitlik, sosyal

adalet gibi seküler konuları önemsemelerinin de etkisi vardı. Dolayısıyla ilk başlarda Siyonist kurucuların ajandasının merkezinde seküler milliyetçilik ve Avrupa toplumlarında yaygın bir anlayışı ifade eden anti-Semitizmden kurtulma gayesi bulunuyordu. Fakat Siyonistler Filistinlilerle yoğun bir çatışma sürecine girdikçe, kendilerinin bu toprakların meşru varisi oldukları hususunu teyit ve aralarındaki birliği takviye için dini referanslara ve Siyonizmin dini kaynaklarına gittikçe daha fazla dayanmaya başladılar (Kamrava, 2005; 217).

Siyonizm ile Yahudilik dini arasında zaman zaman birbirini reddeden ve zaman zaman birbiriyle bütünleşen bir ilişki şekillenmiştir. Bunun sonucunda da her iki hareketin birbirinden bağımsız gelişemeyeceği yarı kaynaşmaya dayanan bir yapı ortaya çıkmıştır. Her iki hareketin birbirinden ayrı bazı hedefleri ve ilgi alanları olduğu söylenmekle birlikte, mesela nüfus politikası gibi birçok meselede müşterek düşünceleri ve politikaları söz konusu olmuştur (Portugese, 1998: 52).

1967'den sonra Yahudi köktenciliği İsrail emperyalizmine yeni bir boyut kazandırmıştır. Modern Siyonizmin ve İsrail Devletinin kurucu babalarının birçoğu dindar olmamasına rağmen, sadece uluslararası Yahudi toplumunun desteğini almak üzere Siyonizmi meşrulaştırmak için dini referanslara başvuruyorlardı. Fakat 1967'den sonra ortaya çıkan yeni bir dini Siyonizm dalgası Siyonizm'in söylemini Yahudiler için bir devlet kurma şeklindeki seküler bir beklentiden, kutsal vaadedilmiş toprakları kurtarma emeline dönüştürdü. İsrail'in 1967 Savaşlarında yeni topraklar kazanması ve Siyonizmin bu çatışmalardan zaferle çıkması Yahudi köktenciliğini İsrail siyasi sahnesinde başat bir siyasi ve kültürel güç haline getirmiştir ve bu durum birçok İsraili'nin tavırlarına, eğilimlerine ve oylarına yansımaya başlamıştır. Bir çok liberal ve Labor Siyonistleri, Yahudi köktenciliğinin savaşların duygu patlamasına yol açan yoğun atmosferi sonucunda meydana gelen arızı bir durum olduğunu ve Siyonizmin tabii gelişme sürecinde bir sapma meydana getirdiğini ileri sürmektedir. Fakat Siyonizm'in gelişme süreci içerisinde Labor Siyonizmi gibi seküler anlayışlar kadar mistik arayışlara ve mesihi kurtuluş anlayışlarına dayalı eğilimlerin de Yahudi toplumunda kendine yer bulduğunu belirtmek gerekir (Lustick, 1988: 12–16).

Yahudi yerleşimcilerin Filistin'e yerleşmeleri sürecinde Filistinlilerle girdikleri çatışmalarla ilgili olarak Kamrava'nın ve 1967 Savaşlarında İsrail'in Arap muharip ülkelerle karşılaşması süreciyle ilgili olarak Lustick'in yaptığı tespitlerden şu sonuçlar çıkarılabilir: Birinci aşamada yani Yahudilerin on dokuzuncu yüzyılın sonlarından itibaren Filistin'e yerleşmeleri ve burada Filistin varlığını zayıflatarak çeşitli iç ve dış operasyonlarla Filistin'de milli bir devlet kurma sürecinde Siyonist hareket, halk kitlelerinin desteğini alabilmek ve bir dayanışma duygusu tesis edebilmek için dini referanslara daha fazla başvurmak durumunda kalmıştır. 1967 Savaşında ise daha geniş bir cephede verilen savaş ve kazanılan zaferin yol açtığı duygu patlaması, Yahudilerin dini referanslarına dayalı tarihi iddialarını daha fazla canlandırmıştır. Diğer bir

ifadeyle İsrail toplumu için milli kimlik ve dini kimlik birbiriyle örtüşen iki unsur olduğu için, İsrail tarihinde milli duyguları canlandıran kritik dönemlerde, dini duygulara geçiş yapılmakta ve dini referanslara dayalı hareketler canlanıp güçlenmektedir.

B.II. İsrail Devleti'nin Kurulmasında Dinin Etkileri

İsrail devletinin kuruluş bildirisi bu devletin nasıl Yahudiliğin dini ve milli kökleri üzerine bina edildiğini göstermektedir. Yahudi Milli Konseyi'nin hazırladığı ve Ben Gurion'un okuduğu kuruluş bildirgesi şöyleydi: "İsrail toprakları Yahudi milletin doğduğu yerdir. Dini, siyasi kimliği burada şekillendi. İlk kez burada bağımsızlığına ulaştılar, ulusal ve uluslararası kültürel değerler yarattılar. Tevrat ilk kez burada medeniyete sunuldu. Yahudiler asırlar boyunca atalarının anavatanlarında yeniden yerleşebilmek için çaba verdiler. Çölü yeşerttiler. İbrani dilini canlandırdılar... Biz, İsrail topraklarındaki Yahudilerin ve Siyonist hareketin temsilcileri olarak İsrail ülkesinde, bundan sonra İsrail Devleti diye anılacak olan Yahudi devletinin kurulduğunu ilan ediyoruz" (Yearbook of UN, 1948: 280'den aktaran Özmen, 2002: 180).

İsrail devletini kuran Yahudi toplumu, daha önceki dönemlerden Filistin'de meskûn olan nispeten az sayıdaki toplulukla birlikte, başta Doğu Avrupa ve Rusya olmak üzere dünyanın dört bir tarafından gelen Yahudi gruplarından oluşmuştur. Birbirinden çok farklı siyasi, sosyal ve kültürel ortamlarda şekillenmiş olan bu toplulukların, Yahudiliğin ortak tarih ve kimliğinin sağladığı müşterek zeminle birlikte, birçok farklılıkları da bünyesinde taşıyor olması tabiiydi. Genel olarak Avrupa ülkelerinden geldikleri için Batılı kültürel özelliklere sahip olan Eşkenazi Yahudileri daha çok seküler, İspanya geçmişine sahip olan ve Doğu ülkelerinde yaşamış bulunan Seferad Yahudileri ise daha çok dini bir kültür ve eğilim arz ediyordu.

Bu iki grup arasındaki farklılıkları Hristiyan Avrupa ile Müslüman Doğu'nun medeni yaşantısı ve sosyal ortamı ile bağlantılı olarak değerlendirmek mümkündür. Yani buradaki fark bu iki grubun Yahudilikle ilgili inanç ve anlayışlarıyla ilgili değil, yaşadıkları ortamların hayat tarzlarına yansıtıldığı farklarla ilgiliydi (Lewis, 2010: 42)

Bu noktada temas edilmesi gereken farklılıklardan biri de İsrail devletinin şekillendirilmesinde ve daha sonraki yapılanmasında belirleyici faktörlerden biri olan Siyonizm bünyesindeki farklılıklardır. İsrail devletinin kuruluş sürecinde Siyonizmin iki kolu oldukça önemlidir: Siyasi Siyonizm ve İşçi Siyonizmi (Labor Zionism).

Bunlardan Siyasi Siyonizm Theodor Herzl, Chaim Weizmann gibi Siyonist liderlerin öncülüğünde İsrail devleti hedefini gerçekleştirme yolunda uluslararası güçlerin desteğini alma politikasını merkeze koyan bir anlayıştır.

İşçi Siyonizmi ise daha farklı bir politika izlemektedir. Doğu ve Orta Avrupa'da sosyalist prensipler çerçevesinde ve sendikalar bünyesinde örgütlenen Yahudi işçilerine dayanan bu kol, Avrupa'daki bu Yahudi işçilerinin

Filistin topraklarına yerleştirilmesini ve bu şekilde Yahudi siyasi toplumunun, işçi örgütleri ile tarımla uğraşan Yahudi kesimlerine dayandırılmasını öngörüyordu. Devlet öncesi Yahudi toplumunun ekonomik, sosyal ve güvenlik yapılanmasında İşçi Siyonizmine dayanan İşçi sendikalarının (Histadrut) başat bir rolü olmuştur. 1930'lardan itibaren özellikle sol ve işçi eğilimli grupların bir koalisyonu olan ve 1970'lere kadar İsrail siyasi hayatının hakim bir aktörü durumunda bulunan Mapai Partisinin temel siyasi görüşünü temsil eden İşçi Siyonizmi, 1967 Savaşından sonra eski güç ve ağırlığını kaybetmeye başlamıştır.

İşçi Siyonizmi sol bir görüş temeline dayanmakla birlikte, İsrail'in kuruluş zemininde diğer unsurlarla birlikte Yahudi toplumunun kimlik ve milliyetini inşa etme sürecinde enternasyonal solculuktan önemli tavizler vermiştir. Tarihi gelişimi içerisinde bakıldığı zaman, İşçi Siyonizmini diğer görüşlerden ayıran temel farklılık, sosyalist veya sosyal demokrat bir ekonomik modele dayanmasından daha ziyade, kültürel anlamda daha seküler bir duruş benimesemesi ve İsrail'in dış ilişkilerde izleyeceği politikalarla ilgili anlayışı noktasında belirginleşmektedir. İşçi Siyonizmine bağlı gruplar, 1967 savaşından sonra iki gruba ayrılmış, bir grup milliyetçi sol biçimini alarak Revizyonist Siyonizm'e yakın bir pozisyonda İsrail'in 1967 savaşında işgal ettiği bölgelere Yahudi yerleşimi politikasını ve İsrail'in yayılmacılığı politikasını benimserken, tarihi çizgiye daha yakın durmaya devam eden diğer bir grup, 1970'lerden sonra İşçi Partisi bünyesinde örgütlenmiş ve işgal edilen bölgelerden çekilme ve daha sonra Filistin tarafıyla barış görüşmelerini destekleme yönünde bir politika benimsemiştir. Fakat belirtmek gerekir ki İsrail'in iç siyasi dengeleri ve devlet politikasının ana çerçevesi bu ikinci grubun uzlaşmaya meyilli dış politika anlayışını tutarlı şekilde izlemesine imkan vermemektedir.

1930'larda Jabotinsky'nin kurup şekillendirdiği Revizyonist Siyonizm o tarhten itibaren daha sağcı, milliyetçi, saldırgan ve yayılmacı bir politika izleyerek, İşçi Siyonizminin politikalarına bir alternatif oluşturma gayesi taşımıştır. Revizyonist hareket devlet öncesinde İngiltere mandası ile ve diğer uluslararası güçlerle işbirliğini, devlet kurma sürecini zayıflatıcı bir unsur olarak değerlendirmiş ve daha etkili, saldırgan ve aktif bir politika izlenmesi gerektiğini savunmuştur. Sonraki dönemlerde Yahudilik dini referanslarına daha çok dayanmaya başlayan bu görüş, işgal edilen bütün bölgelerin yeni yerleşimlerle Yahudileştirilmesini, Tevrat'ta öngörülen Büyük İsrail'in gerçekleştirilmesi için aktif politikalar izlenmesini ve uluslararası topluma dayalı uzlaşma ve barış süreçlerinin reddedilmesini savunmaktadır. 1967 savaşının kazanılmasından sonra, Revizyonist Siyonizm İşçi Siyonizmi karşısında güç kazanmış ve bu gelişme İsrail-Filistin arasında barış ve uzlaşma sağlanmasına yönelik çabaları engelleyen bir faktör olmuştur. Revizyonist Siyonizm bugün büyük ölçüde Likud Partisi tarafından temsil edilmektedir (Prior, 2005; Medoff and Waxman, 2009).

İsrail devletini kuran ve kurumlarını yapılandıran elitler farklı siyasi eğilimlere sahip unsurlar arasında denge kurabilmek için hassas bir strateji izlemek durumunda kalmışlardır. Tartışmaya açık olan ve ayrışmalara sebebiyet verebilecek olan konular olabildiğince gündeme getirilmemeye çalışılmıştır. Diğer taraftan iktidardaki büyük partiler siyasi uzlaşmayı sağlama adına küçük gruplara ve bu arada küçük dini partilere birçok tavizler vermek durumunda kalmışlardır. Dolayısıyla İsrail siyasi sistemi farklı siyasi ve kültürel eğilimler arasındaki uzlaşma ve gerilimler tarafından şekillendirilen bir sistem olma özelliği taşımaktadır.

İsrail devletinin yapılandırılma sürecinde, sürece katılan Yahudi gruplarının oluşturduğu birlikteliğin zarar görmemesi için, Yahudiliğin yeni devletin formasyonundaki rolü, kimlerin Yahudi olarak kabul edileceği gibi tartışmalı bazı konular gündem dışında tutulmuştur. İsrail'in yazılı bir anayasasının olmamasının önemli bir sebebi de işte bu şekilde esnek bir anayasal yapıyı sürdürerek tartışmalı bazı konuları zaman içerisinde çözüme kavuşturabilme düşüncesidir (Kamrava, 2005, 223).

İsrail'in yapılanma sürecinde hükümetlerde başat bir rol üstlenen Mapai Partisi küçük dini partilere birçok tavizler vermek durumunda kaldı. Bu partinin lideri olan Ben Gurion da diğer birçok siyasi lider gibi zamanı gelince din ile devlet işlerinin ayrılacağını inanıyordu ve dini partilere verilen tavizlerin kalıcı olacağını düşünmüyordu. Fakat Ben Gurion'un yıllar boyunca verdiği tavizler, İsrail kamu hayatında dinin rolünü kurumsallaştıran resmi yasalara dönüştü. Bu durum, İsrail toplumunu oluşturan farklı kesimler arasında uzun vadeli ve etkili gerilimlerin meydana gelmesinin sebeplerinden biri olmuştur (Cleveland, 2008: 391).

C. İsrail Devleti'nin Siyasi, İdari ve Hukuki İşleyişinde Dinin Etkileri

C.I. İsrail'in Hukuk Sisteminde ve Kamu Hayatında Dinin Etkisi

İsrail'in kamu düzeni, kurulma sürecinde Yahudiliğin dini naslarının yeni devletin hukuki ve siyasi yapısının oluşumunda belirleyici olmasını savunan kesimle, daha seküler ve sivil bir altyapıya dayalı yeni bir sistemin inşa edilmesini isteyen kesimler arasında gerilim ve anlaşmazlıklara sahne olmuştur. Bu süreçte dini hukuk ve referansların daha kapsamlı şekilde uygulanmasını isteyen kesim, birçok alanda etkili olmayı başarmıştır. Mesela 1953'te dini mahkemeler devletin adli sisteminin bir parçası haline getirilmiş ve medeni hukukla ilgili birçok konuda (evlilik, boşanma, vasiyetnamelerin tanzimi, kimin Yahudi olduğuna karar verme gibi) yetkili kılınmışlardır. Din Konseyi adındaki bir kurum, dini mahkemeleri denetlemenin dışında, bu mahkemelerin hâkimlerinin eğitilmesi ve tayini gibi görevleri de yürütmektedir (Cleveland, 2008: 389, 390; Brenner, 2011: 307).

İsrail'de dini hukuk ve mahkemelerin adli ve hukuki sistem içerisindeki yeri değerlendirildiğinde, Osmanlı Devletindeki 'Millet Sistemi' ile benzerlik göze çarpmaktadır. Nitekim Müslüman İsraililere de özellikle medeni hukuk

alanında kendi hukuk ve mahkeme sistemlerini işletme imkânı verilmesi bu tespiti desteklemektedir. Filistin bölgesinin uzun bir dönem Osmanlı hâkimiyetinde kalmış olması sebebiyle İsrail'deki bu sistemin Osmanlı modelinden etkilenmiş olması muhtemeldir.

Devletin dini bir temele dayandırılması, İsrail'in Yahudi olmayan toplumlarına da kendi dinlerinin medeni hukukuna uyma hakkını veriyordu. Ancak kimlik kartlarına 'Yahudi' veya 'Arap' yazıyordu. Yani bu kartlarda yazılan kimlik ibaresi Yahudiler için etnik ve dini menşei ifade ederken, Arap Müslümanlar için etnik kökeni belirtmiş oluyordu (Cleveland, 2008: 390). Diğer taraftan Eşkenazi ve Seferad baş hahamlarının yönetimindeki Yüksek Hahamlık Temyiz Mahkemesinin en yüksek dini mahkeme olmasıyla, dini mahkemeler sistemi hiyerarşik ve müstakil bir bütün teşkil etmiş olmaktadır (Reich ve Kieval, 2006: 649).

Yahudi dininin gelenek ve kültürünün kamu hayatının akışında belirleyici olduğu başka alanlar da söz konusudur. Mesela Yahudilikte dini bir ibadet ve tatil günü olan 'Şabat' (Cumartesi) gününde ulaşım araçları büyük ölçüde durdurulmakta ve lokantalar ve eğlence yerlerinin çoğu kapatılmaktadır. Kudüs'ün dindar Yahudilerin yaşadığı bazı mahallelerinde mahalle sakinleri bazı tarihlerde yoldan geçen arabaları taşlamışlardır. Diğer taraftan, askeriye dâhil bütün kamu kurumlarında Yahudi şeriatının kurallarına uygun yemekler çıkarılmaktadır. Eğitim alanında ise devlet hem seküler hem de dini okulları desteklemekte, çocukların hangi tür eğitim alacağı meselesi ise ebeveynlere bırakılmaktadır (Cleveland, 2008: 390, 391).

Aslında eğitim alanındaki dini ve seküler kamu okulu ayrımı, 1920'li yıllarda Siyonist hareket tarafından yerleşimci gruplar arasındaki kültürel çatışmayı önlemek amacıyla uygulanmaya başlamıştır. İsrail Devleti kurulduktan sonra da bu sistem resmîyet kazanarak devam etmiş ve tamamen devlet tarafından finanse edilen ve tam bir özerkliğe sahip olan devlet okulları olarak dini okullar uygulaması Avrupa ülkelerinde benzeri olmayan bir örnek meydana getirmiştir. Bu şekilde İsrail'de Osmanlı sistemindeki tabirle 'milletler' uygulaması hukuk alanının dışında eğilim alanında da uygulanmış olmaktadır (Swirski, 1999: 48-49).

İsrail'in kuruluş sürecinde Agudath Israel gibi dinci bazı gruplar İsrail devletini meşru kabul edebilmek için bazı şartlar ileri sürdüler. İsrail hükümeti de uluslararası alanda devletin meşruiyetini sağlama amacını güttüğünden içerde birliği sağlamak ihtiyacı duyuyordu ve önerilen bu şartları kabul etti. Başbakan David Ben-Gurion ile yapılan görüşmeler sonucunda Başbakanın imzalayarak kabul ettiği bu şartlara göre müstakbel İsrail devletinde Cumartesi günü resmi tatil günü olacak, kamu kurumlarına ait mutfaklarda Yahudiliğin yemekle ilgili hükümleri uygulanacak, medeni hayatla ilgili meseleler dini mahkemelerin yetkisinde bulunacak ve dini okullar tam bir eğitim özerkliğine sahip olacaktı. Bu önerilerin kabul edilmesi, daha sonraki dönemlerde de

İsrail'deki dindar ve laik Yahudiler arasında işleyen sosyal dengenin resmi bir temeli olarak değerlendirilmektedir (Swirski, 20002: 105).

İsrail ordusunda çok sayıda Gush Emunim (Klasik Yahudilik değer ve yasalarına dönmek isteyenler ve dini referanslardan mülhem olarak Yahudi yerleşimciliğini ve yayılmacılığını destekleyenler) yandaşı bulunmaktadır. Laik İsraililer zorunlu askerlik görevini tamamlayıp ayrılırken ve hatta bazıları vicdani retçi bir tavır alırken bahsi geçen bu dinci gruplar askerliklerini gönüllü olarak uzun dönemli olarak sürdürmektedirler. Bu kesimlerin silah altına alınmaya bu derece gönüllü olmaları bu gruba karşı laik kesim de dahil Yahudi toplumundan büyük bir saygı uyandırmaktadır. Birçok Gush Emunim taraftarının savaşmaya karşı duyduğu bu istekli tavır, İsrail devletinin ordu yapısı içerisinde köktendinci tavrın önemli derecede etkili olmasına sebep olmuştur. İsrail askerlerinin bilhassa Filistin halkına yönelik şiddet içeren tavırlarını da bu çerçevede değerlendirmek mümkündür (Edel, 2008: 248).

C.II. İsrail Siyasi Kurumlarının Teşekkül ve İşleyişinde Dinin Etkisi

Ülkenin çok partili sistemi ve bunun küçük partilerin de yer alacağı koalisyon hükümetlerini zorunlu kılması, İsrail nüfusu içinde azınlık durumunda bulunan bazı dini toplulukların kimlik ve değerlerle ilgili kendi programlarının birçok bölümünü kamu hayatının tamamına uygulamasına imkân vermiştir. Bu çerçevede verilen tavizler dini partilerin, bilhassa Milli Dini Partinin ve SHAS (Sefarad Tevrat Muhafızları) Partisinin hükümetin karar alma süreçlerinde etkili roller üstlenmesini mümkün kılmıştır. Çünkü herhangi bir parlamenter çoğunluğun bu partiler olmadan kurulması imkânsız hale gelmiştir (Reich ve Kieval, 2006: 648).

Fakat büyük partilerin küçük dini partilerle uzlaşma çabalarını sadece parlamenter çoğunluğu sağlama zorunluluğuyla açıklamak mümkün değildir. Nitekim büyük merkez partiler İsrail siyasi tarihinde hükümet kurma çoğunluğunu ellerinde tuttıkları dönemlerde bile dini partilerin taleplerine açık olmaya çalışmışlardır. Bunu İsrail devlet politikasının derin ayrışmalara meydan vermeme eğiliminin bir sonucu olarak değerlendirmek mümkündür. Muhtemeldir ki İsrail devletinin uluslararası alandaki meşruiyetinin zayıf bir temele dayanması ve etrafındaki ülkelerle olan derin anlaşmazlıkları İsrail devlet adamlarını kendi içindeki fay hatlarını esnek uygulamalarla onarma politikasına yöneltmektedir.

İşte bu anlayışın, yani büyük merkez partilerin daha marjinal durumdaki bilhassa dini partileri sisteme entegre etme çabalarının bir örneği de İsrail'deki hakim siyasi grupların hem parlamenter sistemi, hem de özellikle seçim sistemini muhafaza etmeleridir. Geçmiş dönemde Mapai Partisi ve halen İşçi ve Likud Partileri gibi merkez partiler, parlamento çoğunluklarıyla büyük partilerin lehine olan 'Çoğunluk Seçim Sistemi' öngören bir reform yasasını kolaylıkla geçirebilecekken böyle bir şeye teşebbüs etmemiş ve Parlamenter Sistem ve onunla birlikte Nisbi Temsil Seçim Sistemi uygulanmaya devam etmişlerdir.

C.III. Dini ve Seküler Gruplar Arasındaki Siyasi İlişkiler

İsrail’de siyasi gruplar arasındaki ilişkilerde tarafların birbirine karşı kendi politikalarını hâkim kılmaya çalışmaması, aralarındaki güç dengesinden kaynaklanan bir durum değildir. Çoğu zaman taraflardan biri, diğerleri karşısında sayısal anlamda kesin bir çoğunluk elde etse ve siyasetin tabiatı gereği üstünlüğünü empoze edecek bir duruma gelse bile, bunu yapmak yerine azınlık da olsa diğer taraflarla uzlaşmaya gitmeyi tercih etmektedirler.

Mesela İsrail’de dinci cephe nüfusun yaklaşık beşte birlik oranıyla her zaman bir azınlık konumunda olmuştur. Mapai (İsrail İşçi) Partisinin 1970’lere kadarki hâkimiyet döneminde bu cephe şu an koalisyonlardaki kilit rolünü bile oynamıyordu. Mapai Partisi bu dönemde çoğunlukla işçi ve sosyalist partilerden oluşan müttefikleriyle, kesin ve rakipsiz bir çoğunluk oluşturuyordu. Dolayısıyla bu şartlarda bu seküler cephenin, özellikle devletin yapısı konusunda, dini cephenin taleplerini reddetmesi siyaseten beklenebilecek bir tavidir. Fakat bu seküler cephe, tutarlı şekilde dinci-laik ihtilafını derinleştirmekten kaçındı ve bunun yerine uzlaşmayı tercih etti (Cohen ve Susser, 2000: 9).

C.IV. İsrail Devlet Siyasetinde Dinin Etkisi

İsrail’in din ile devlet işlerini birbirinden net bir şekilde ayırmaması, tartışmalı ve sıkıntılı bir problemi çözmekten kaçınma eğiliminin bir sonucudur. İsrail büyük ölçüde Batı tarzında liberal bir devlet yapısı özelliği göstermesine rağmen, dini ve seküler politikalar arasında kendine özgü farklı bir yapı geliştirmiş bulunmaktadır. “Öyle ki kamu hayatındaki dini unsurlar geleneksel Yahudi cemaatinin beklediğinden daha az yaygın olsa da ilkeli seküler topluluğun kabul edebileceğinden de çok daha yaygındır” (Cohen ve Susser, 2000: 8).

Dolayısıyla İsrail hükümet politikalarının iktidardaki partiden veya partilerden bağımsız olarak belli bir çerçevede şekillendiği görülmektedir. Başta bulunan parti hangi siyasi eğilime sahip olursa olsun, hükümetin, kamu alanında ve kültürel uygulamalarda dini kesim ile seküler kesim arasında bir denge politikası izlemeye çalıştığı görülmektedir. Bu denge politikasını İsrail siyasetinde başat roller üstlenen hemen bütün siyasetçilerin kavramış ve kabul etmiş olması, söz konusu dindar ve seküler tarafların kendi aralarında uzlaşmadığı noktalarda devletin hakem ve uzlaştırıcı otorite rolüyle anlaşmazlıkları makul bir çözüme ulaştırdığı bir mekanizma meydana getirmektedir.

Sıradan bir İsrail vatandaşı için Silahlı Kuvvetlerde görev yapmak, hem statü ve itibar bakımından, hem de sosyal haklar bakımından cazip bir işdir. Fakat İsrail vatandaşı olan Arapların bu imkandan yararlanması mümkün değildir. Hristiyan ve Dürzi vatandaşlara verilen bu hakkın Müslüman Araplara verilmemesi güven sorunuyla ilgili bir durumdur. Din, milliyetin ve resmi kimliğin tanımlanmasında önemli bir faktör olduğundan, diğer kamu alanlarında

da Yahudi olmayanlar çeşitli resmi kısıtlamalarla karşılaşmaktadır. Diğer bir ifadeyle devlet Yahudi olmayan vatandaşlarına resmi görevleri tevdi etme noktasında şüpheli yaklaşmaktadır (Arian, 1998: 38).

İsrail'in azınlık unsurlara yönelik tavrı, dışlayıcı laikliği benimseyen bir ulus-devletin tavrıyla uyumludur. Fakat İsrail devletinin uygulamalarında diğer seküler ulus-devletlerinden farklı olan nokta, ulusun hem etnik menşe ve hem de dini inanç bakımından tanımlanmış olmasıdır. Dolayısıyla hem Yahudi etnik kökeninden gelmeyen hem de Yahudilik inancına mensup olmayan halk kesimleri, İsrail devletinin resmi vatandaşı olsalar bile, azınlık sayılmakta ve sistemin birçok alanından dışlanmaktadır. İsrail devletinin asli unsurunun hem etnik köken ve hem de dini mensubiyete göre tanımlanması, halk kesimlerinin bu asli unsura dahil olabilmesi bakımından oldukça sınırlayıcı bir kriter ortaya çıkarmaktadır.

Dolayısıyla İsrail hükümet ve devlet politikalarının farklı kültürel grupların tercih ve taleplerini kamu alanına taşıma noktasında bir denge ve uzlaşma politikası izlemesi ile ilgili yukarıda geçen tespitler, sadece Yahudi unsur ile ilgili bir durumdur. Diğer bir ifadeyle devletin farklı unsurlar arasındaki farklılıkları derinleştirmeden uzlaşma zeminine taşıyarak milli birliği ve bütünlüğü koruma iradesi münhasıran Yahudi toplumun farklı unsurları için söz konusu olmaktadır. Yahudi olmayan vatandaşları milli varlığın ayrılmaz bir parçası haline getirme noktasında ise böyle çaba ve irade mevcut değildir. İsrail devletinin bir din devleti olarak addedilmesinin en önemli sebeplerinden birisi işte devlet iradesinin bu ayrımcı yaklaşımıdır.

“Araplar devletin birçok temel kurumundan, devletin kolektif hafızasından ve milli sembollerin çoğundan dışlanmaktadır. İsrail'in hiçbir Arap vatandaşı devletin herhangi bir siyasi kurumunda başat bir mevkie yükselebilmemiş değildir. Arapların ulaşabildiği en yüksek makamlar bakan yardımcılığı, belediye başkanlığı ve hâkimlik olabilmıştır” (Peretz & Doron, 1997: 7).

İsrail izlediği üç politika ile kutsal topraklar olarak addettiği topraklar üzerinde Filistinlilerin varlığını reddetmeye devam etmektedir: İzlenen ilk politika İsrail'in kontrolü altında yaşayan Filistinlilerin sayısını mümkün olduğunca azaltmaktır. İkinci olarak, Filistinlilerin yaşadığı bölgelerde Yahudi yerleşimleri teşvik ve tertip edilerek nüfus dengesinin Yahudiler lehine değiştirilmesine çalışılmaktadır. Üçüncü olarak da Filistinlileri ekonomik ve sosyal bakımdan engellemek ve etkisiz hale getirmektir (Kamrava, 2005: 233).

Dış politika alanına gelince, İsrail'in bu alandaki uzlaşmasız tavrının muhafazakâr Likud partisi taraftarlarından kaynaklandığı düşünülse de bütün emperyalist politikalar İşçi Partisi zamanında uygulanmıştır. 1948, 1956, 1967 ve 1973 savaşları ve bu savaşlardan sonra İsrail'in işgal ettiği toprakları hemen ilhak uygulamalarına girişmesi hep İşçi partisinin iktidar dönemlerinde gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla 'Büyük İsrail' projesi, sadece muhafazakâr Likud partisine özgü olmayıp, bütün İsraili siyasetçilerin ortak hedefi

olagelmıştır (Arı, 2012: 300). Aynı şekilde İşçi Partisinin mesela Filistinlilerin davasına Likud gibi daha tutucu partilere nazaran daha toleranslı yaklaştığı sanılsa da gerçekte bu noktada rakipleriyle arasında önemli bir fark olduğunu söylemek mümkün değildir (Seddon, 2004: 333). Diğer taraftan dünyanın farklı bölgelerinden gelen/getirilen Yahudi göçmenlerin İsrail'e yerleştirilmesi de hem siyasi, hem de dini sebeplerle bütün İsrail hükümetlerinin desteklediği bir politika olmuştur (Immell, 2010:8).

İsrail'in kuruluşundan beri başta Filistinlilere karşı politikalarında olmak üzere dış politika alanında saldırgan, emperyalist ve yayılmacı bir politika izlemesini dört faktör ile açıklamak mümkündür. Birincisi etrafını çeviren düşman Arap devletlerin kuşatmasına maruz kalmamak için proaktif bir politika izleme düşüncesi. İkincisi varlığını sürdürmek için gerekli olan su havzası, tarım alanları gibi tabii kaynaklar bakımından Hitler'in yayılmacılığının temellerinden birini oluşturan "hayat sahası" sağlama hedefi. Üçüncüsü kendi kutsal metinlerinde "vaadedilmiş topraklar" olarak belirtilen Mezopotamya'nın "verimli hilalini" hâkimiyeti altına alma emeli. Dördüncüsü de dini referanslarında kendisini seçilmiş bir topluluk olarak görmesinin bir neticesi olarak diğer toplulukları ve bilhassa Filistinlileri ortadan kaldırılması gereken zararlı engeller ve değersiz varlıklar olarak görme eğilimidir. Dolayısıyla yukardaki faktörlerin en az ikisinde doğrudan, diğerlerinde ise dolaylı olarak dini referans ve anlayışların dış politikanın şekillenmesinde etkili olduğu görülmektedir.

C.V. Siyasi Partilerin Gelişiminde Dini Faktörlerin Etkisi

İsrail'de 1980'lerden sonraki dönemde merkez partiler olan Likud ve İşçi Partisinin milletvekili sayısı her seçimde azalırken, dine dayanan partilerin oylarında bir artış gözlenmiş ve İsrail parlamentosundaki dine dayalı marjinal partilerin ağırlığı artmıştır. Marjinal partilerdeki bu yükselişin, bilhassa taşra kasabalarında yaşayan halk ile yoksul kentlilerin oylarını merkez partilerden çekmesinden kaynaklandığı ifade edilmektedir (Serbest, 2005: 8).

Genel olarak İsrail'de dine yönelik tavır üç kısma ayrılabilir: 'Dindar Yahudiler' Yahudiliğin emirlerine uymakta ve çoğunlukla inançla birlikte amelin de gerekli olduğunu vurgulamaktadırlar. 'Geleneksel Yahudiler' daha önemli görülen bazı emirlere riayet etmekle birlikte, gereksiz gördükleri bazı uygulamaları yerine getirmemektedirler. Bunlar da birinci grup gibi dine ve din adamlarına saygı göstermektedir. Üçüncü grup olan 'Seküler Yahudiler' ise arasıra sinagoga gitseler de din adamlarına ve dini kurumlara saygı göstermemektedirler. Yapılan bazı araştırmalar İsrail Yahudilerinin yaklaşık yüzde 25 ila 30'unun seküler, yüzde 50 ila 55'inin geleneksel ve yaklaşık yüzde 20'sinin dindar kesimlerden oluştuğunu ortaya koymaktadır. İsrail'deki 'Dindar Yahudiler' de iki gruba ayrılmaktadır: 'Haredim' adı verilen dini olarak daha aşırı olan grup ile dini-milli Yahudiler diye adlandırılan daha mutedil grup. Dini partilerden SHAS (Seferad Tevrat Muhafızları Partisi) ile Birleşik Tevrat

Yahudiliği Partisi aşırı gruba, Milli Dini Parti ise mutedil gruba dâhil edilen partilerdir (Shakak ve Mezvinski, 2004: 7).

Milli Dini Parti (MDP): Milli Dini Parti 1956 yılında kurulmuştur ve Yahudi dinine ve geleneğine bağlılığı savunmaktadır. Diğer bazı dini partilerin aksine üyelerinin askerlik hizmetine katılmasını hararetle desteklemektedir. 1967 Savaşından önce dış politikada daha mutedil bir çizgiyi benimserken, savaştan sonra Filistinlilerle ilişkilerde tavizsiz bir politikayı savunmaya başlamıştır. Partinin gençlik kanadı, militan yerleşimcileri destekleyen ve vaadedilen topraklar davasını benimseyen Gush Emunim bloğuna bağlı bulunmaktadır. Parti 1977'ye kadar İşçi Partisinin, 1986'dan sonra da Likud partisinin öncülüğündeki koalisyonlarda yer almıştır. MDP 1992 seçimlerinden sonra 6 sandalye ile muhalefette, 1996 seçimlerinden sonra ise dokuz sandalye ile koalisyonda yer almıştır. 2003 seçimlerinden sonra altı sandalye ile Sharon hükümetine katılmıştır. Hükümetin sosyal yardım bütçesini kısma kararı ve Gazze'deki kaçak yerleşimcileri geri çekme planı MDP'nin hem hükümet ortaklarıyla, hem de kendi içerisinde anlaşmazlıklar yaşamasına sebep olmuştur. Yerleşimcilerin geri çekilmesi sürecinde bazı parti mensupları barışçıl protesto tarzını önerirken, diğer bazıları tahliyeyi sağlayan askeri birliklere karşı fiziki mukavemeti teşvik etmiştir. Dolayısıyla parti mensupları seküler İsrail devletinin kurallarına uyma ile Tevrat'ın emirlerine ve vaadedilmiş topraklar idealine bağlı kalma arasında ikilem yaşamaktadır. SHAS ile yaşadığı rekabetin de etkisiyle partinin seçmen desteği son yıllarda iyice zayıflamıştır (Joffee, 2009: 304-305).

SHAS (Sefarad Tevrat Muhafızları) Partisi: 1984'te Eşkenazi Yahudiliğinin hâkim olduğu aşırı Ortodoks Agudat Yisrael partisinden ayrılan Sefarad Yahudiliğine bağlı hahamlar tarafından kurulmuştur. Kendisini Tevrat'a dayanan bir manevi uyanış hareketi olarak görmektedir. Sefarad Yahudiliği dini kimliğine ve sosyal tabanına dayanmakta ve daha çok bu kesimin sosyal, siyasi ve ekonomik durumlarını geliştirme amacı gütmektedir. 1984 ve 2003 yılları arasında katıldığı birkaç seçimde 120 kişilik Knesset'te dört ile on yedi arasında sandalyeler kazanmıştır. Özellikle sosyal tabanına yönelik devlet imkânlarını elde etme amacıyla hem kendisine yakın gördüğü sağ eğilimli Likud partisiyle hem de İşçi Partisiyle koalisyonlara girmiştir. Kendi ortodoks tabanı dışında özellikle büyük şehirlerin fakir ve yabancılaşmış kesimlerine ulaşmakta ve onlara milli gurur ve geleneksel değerler temelinde sosyal bir kimlik zemini sağlamaya çalışmaktadır. Kurduğu geniş sosyal hizmet ağıyla fakir mahallelerde ve geri kalmış taşra kasabalarında düşük ücretli bakım merkezleri ve akşam okulları gibi sosyal hizmetler yürütmektedir (Reich ve Kieval, 2006: 656-657).

Birleşik Tevrat Yahudiliği Partisi (UTJ): 1992 seçimlerinden önce kurulmuştur. Kuruluş sürecinde ve yönetim kadrosunda hahamların ağırlığı görülmektedir. Kurulduktan sonra katıldığı birkaç seçimde Knesset'te dört-beş sandalye kazanabilmiştir. Bu sınırlı temsil gücüne rağmen birkaç koalisyonda

kendisine yer bulabilmiştir. Partinin politikası Siyonist olmama, hatta Siyonizm karşıtlığı şeklinde tanımlanabilir. Bu pozisyon onu mesela Batı Şeria yerleşimlerinin sürdürülmesini ve hatta genişletilmesini destekleyen Milli Dini Partiden ayırmaktadır. UTJ aşırı ortodoks Yahudilerin askere alınmasına karşı çıkmakta ve ortodoks olmayan topluluklardan gelen Yahudilerin İsrail'e kabulünü engellemeye çalışmaktadır. 1999'da Ehud Barak'ın kurduğu koalisyon hükümetinde yer almış, fakat altı ay sonra hükümetin "kutsal Cumartesi" günü faaliyette bulunmasını ileri sürerek hükümetten ayrılmıştır. 2001-2003 döneminde katıldığı Sharon hükümetinde de ekonomik sebeplerle anlaşmazlık yaşamıştır. Sharon'un yapmak istediği bazı ekonomik reformlara geniş ailelere ve geleneksel olarak daha fakir olan dindar seçmenlere zarar vereceği düşüncesiyle karşı çıkmıştır. UTJ'nin kuruluşu çeşitli dini fraksiyonların bir koalisyonuna dayandığı için, çeşitli meselelerden dolayı bu fraksiyonlar arasında anlaşmazlıklar ve hatta ayrılıklar ortaya çıkabilmektedir (Jofee, 2009: 306-307).

Dini partilerin ideolojik ve kültürel eğilimler bakımından aralarında farklılıklar bulunmakla birlikte, kayda değer ortak noktaların da bulunduğu görülmektedir: Mesela bu dini partilerin bazılarının hahamlar tarafından kurulması ve bu uygulamanın hem devlet hem de halk kesimleri tarafından meşru görülmesi dünyanın seküler ülkelerinde pek görülmeyen bir durumdur. İkinci bir ortak nokta, bu partilerin farklı eğilimdeki büyük merkez partileriyle hükümet kurmaktan kaçınmamalarıdır. Seçim sisteminin kendilerine verdiği sınırlı oy oranıyla milletvekili çıkarma imkânını bu partiler en iyi şekilde değerlendirmektedir. Bu şekilde hem sistemin tıkanmasını önlemekte, hem de koalisyonlar için kilit parti olma konumlarını kendi talep ve beklentilerini hükümet ajandasına yansıtma yönünde değerlendirmiş olmaktadır. Üçüncü bir ortak noktaları kendi dindar tabanları dışında dar gelirli Yahudi kesimlerle yakın ilişkiler kurarak onların ekonomik durumunu iyileştirmeye ve desteğini almaya yönelik bir parti politikası izlemeleridir.

Görüldüğü gibi sosyal refah yanlısı politikaları İsrail'de Batı'daki parti geleneğinin aksine İşçi Partisi değil daha çok muhafazakar parti konumundaki dini partiler temsil etmekte ve uygulamaktadır. Bu durumu birkaç faktör ile açıklamak mümkündür. Bu faktörlerden biri dini referansların dar gelirlilere yardım uygulamasını teşvik etmesidir. İkinci bir faktör fakir ve kırsaldaki kesimlerin İbn-i Haldun'un da tespit ettiği gibi daha tabii bir hayat tarzı sürdürüyor olmasıdır. Dolayısıyla lüks yaşantıya ve dünya zevklerine fazla dalmamış/dalamamış insanların dinin önerdiği mazbut hayat tarzını benimsemeye daha yatkın olacağı söylenebilir. Üçüncü bir faktör de mahrum kesimlere dini referanslarla destek sağlayarak onların topluma ve siyasi sisteme yabancılaşmasının önlenmesi çabasıdır. Nitekim sosyal yardım faaliyeti yürüten din temelli organizasyonların yaygın olduğu ülkelerde sosyal patlamaların daha az olduğu gözlenmektedir.

III. Sonuç

İsrail devletinin kuruluş sürecindeki siyasi karar, planlama, hazırlık ve örgütlenme çalışmaları Siyonist hareket tarafından yürütülmüştür. Siyonist hareketin ilk unsurları içerisinde dini eğilimli olanlar bulunduğu gibi seküler, ateist, sosyalist vb. unsurlar da yer alıyordu. İlk değerlendirmelerde Siyonistlerin hedefi Avrupa'da ve Rusya'da dışlanan Yahudilere müstakil ve milli bir yurt ve egemen bir devlet teşkili olmasına rağmen, dünyadaki geniş Yahudi kesimlerinin desteğini alabilmek için yurt olarak Yahudilerin milli ve dini kaynaklarında yer alan Filistin'de karar kılınmıştır. Diğer taraftan Yahudi milli metinlerinin aynı zamanda Yahudilik dininin dini kaynakları olması, İsrail devletinin başarılı şekilde kurulması, Yahudi toplumunun siyasi ve sosyal anlamda inşa edilebilmesi, devletin girdiği savaşlardan galibiyetle çıkması gibi faktörlerin verdiği motivasyonun da etkisiyle Siyonizm dini karakteri ağır basan bir hareket ve ideolojiye dönüşmüştür.

İsrail devletini kuran toplumsal unsurlar seküler-dindar, doğulu-batılı gibi farklı dini ve kültürel eğilimler taşıdığından İsrail devlet tasarımı yapan kadrolar, grupların farklı tercih ve temayüllerini, talep ve beklentilerini belli ölçülerde devlet mekanizmasına taşıyarak bu farklı eğilimlerden, uzlaşmaya dayalı bir sentez oluşturmaya çalışmışlardır. Farklı eğilimler arasındaki gerilimli ilişkiler İsrail devletinin bundan sonraki tarihi boyunca hem bir gerilim ve anlaşmazlık, hem de bir dinamizm ve sinerji kaynağı olmuştur.

İsrail'de büyük merkez partiler küçük dini partilerle ilişkilerinde devletin genel politikalarına paralel şekilde uzlaşmacı ve bütünleştirici bir politika izlemişlerdir. Bu küçük partilerin dini taleplerine bazen aldıkları oy oranının çok ötesinde tavizler verilmiştir. Bir kısmı muvakkaten verilen bu tavizler zamanla devletin daimi uygulamaları haline gelmiştir.

İsrail'de dini referanslar kamu hayatına tamamen hâkim olmasa da önemli etkileri söz konusudur. Cumartesi gününün her türlü faaliyeti durduracak şekilde resmi tatil edilmesi, kamuya bağlı yemekhanelerde dini kuralların uygulanması, dini devlet okullarının faaliyetine izin verilmesi bunlardan bazılarıdır. Diğer taraftan medeni hukuk alanında dini hukuk mervidir ve bu hukuku işletmek üzere üst mahkemeleriyle birlikte dini mahkeme sistemi mevcuttur.

İsrail'in gerek Filistinlilere ve gerekse komşuları olan diğer toplumlara karşı saldırgan ve emperyalist bir politika izlemesinde dini referansların etkisi bulunmaktadır. Diğer taraftan dini hedeflere bağlı savaş ve işgal anlayışına sahip askerlerin İsrail ordusunda ağırlığını artırmasına izin verilmektedir. İsrail milli hedefleri ve dini davaları eğitim kurumlarından daha çok askeriyede benimsetilmektedir.

İsrail siyasi sisteminde parlamenter sistem ve nisbi temsil seçim sistemi büyük merkez partilerin lehine olmasa da ve bu partiler tarafından değiştirilme imkânı olsa da mevcut sistem korunmaktadır. Bu şekilde İsrail parlamentosunda birçok küçük dini parti yer almakta ve koalisyon hükümetlerinden bazen oy

oranlarının üzerinde bir ağırlık elde ederek, dini talep ve tercihlerini hükümet programına yansıtılabilmektedirler.

1967 Savaşlarından sonra hem Siyonizm zafere bağlı olarak geniş Yahudi kesimlerinin desteğini alarak daha dini bir karakter kazanmaya başlamış, hem de dini temelli partiler daha geniş bir halk desteği alarak, hükümetler için anahtar partiler konumuna gelmiştir.

Kavram tartışması bölümünde zikredilen sekülerizm ile ilgili açıklamalar çerçevesinde İsrail'in sekülerlik derecesi hususunda şu tespit yapılabilir: Birinci parametre açısından bakıldığında, yani devletin din ve inanç hürriyeti bakımından dini ve sivil gruplara karşı tavrı değerlendirildiğinde, İsrail devletinin Yahudi topluma karşı üçüncü tip (hürriyetçi ve çoğulcu) bir sekülerizm politikası izlediği söylenebilir. Yahudi olmayan topluluklara karşı ise daha çok ikinci tip (dışlayıcı ve sınırlandırıcı) bir sekülerizm politikası izlediği gözlenmektedir.

İkinci parametre açısından, yani dini grup ve kurumların devlet yapısına ve kamu alanına etkisi bakımından değerlendirilirse, tespit edilen dört kriter açısından da İsrail'in belli ölçüde sekülerizmin dışına çıktığı söylenebilir. Çünkü, birinci kriter açısından bakarsak, İsrail'de dini mahkeme sisteminin dine dayalı medeni hukuk çerçevesinde fonksiyon icra etmesi, kamu hayatının bazı yönlerinin kutsal Cumartesi gününe ilişkin dini hükümlere göre düzenlenmesi, kamu kurumlarında yemeklerin dini kurallara göre hazırlanması, devlet kurumlarının bazı alanlarının doğrudan dini referanslara göre düzenlendiğinin örnekleridir. İkinci kriter baktığımızda, yukarıda açıklandığı üzere İsrail'de orduda ve diğer kamu kurumlarında görev alabilme noktasında Yahudi vatandaşların diğer dini ve etnik gruplara mensup vatandaşlara nazaran büyük bir ayrıcalık ve avantaja sahip olduğu görülmektedir. Özellikle Müslüman Arap vatandaşların güvensizlik faktörünün de etkisiyle devlet işlerinden ciddi ölçüde dışlandığı görülmektedir. Dolayısıyla devlet dini gruplara karşı eşitsiz bir politika izlediği için sekülerizmin dışına çıkmaktadır.

Üçüncü kriter açısından değerlendirirsek, İsrail'de dini ve ideolojik hüviyeti ağır basan ve dini ve ideolojik değer ve ilkelerini sisteme hakim kılmaya çalışan grupların İsrail siyasi ve idari yapısındaki derin etkileri yukarıda etraflıca açıklanmıştır. Özellikler dini partilerin İsrail devlet aklının da kabulüyle siyasi sistemde, aldıkları oy oranının çok üstünde bir etki ve ağırlığa sahip oldukları görülmektedir. Bu partiler sistemdeki rollerini kendi dini ajandalarını siyasi ve idari sisteme yansıtma yönünde kullandıkları da açıkça anlaşılmaktadır. Bu noktadaki diğer bir örnek de ordu içerisine yerleşen fundamental dini grupların dini hedefler çerçevesinde İsrail ordusunun daha saldırgan ve yayılcı bir politika benimseyip uygulamasında etkili bir faktör olmalarıdır.

Dördüncü kriter ise devletin temel politikalarının ve makro hedeflerinin dini esaslara göre şekillendirilmesidir ki özellikle 1967 savaşından sonra bu yönde ciddi bir gelişmenin olduğu anlaşılmaktadır. Bu tarihlerden itibaren

İsrail'in temel devlet politikasını şekillendiren Siyonizmin gittikçe dini hedef ve ideallere daha çok ağırlık verdiğini, siyasi ve toplumsal aktörler bazında bu yönde bir eğilim oluştuğunu, dini referanslara dayanan Büyük İsrail projesinin devlet politikasının önemli bir ayağını oluşturmaya başladığını görmekteyiz.

İsrail devlet sisteminin seküler yapısını zayıflatan bu faktörlerle birlikte, genel itibariyle sistemin dini sosyal güçlerle seküler sosyal güçler arasında belli bir denge gözetmeye çalışan yarı dini-yarı seküler bir sistem olduğunu söyleyebiliriz.

Kaynaklar

- Adelman, J. (2008), *The Rise of Israel*, Routledge, Oxon.
- Bader, V. (2007). *Secularism or Democracy*, Amsterdam University Press, Amsterdam.
- Brenner, M. (2011). *Kısa Yahudi Tarihi*, S. Altınçekiç (çev.), Alfa, İstanbul.
- Arian, A. (1998), *The Second Republic: Politics in Israel*, Chatham House, Chatham.
- Arı, T. (2012), *Geçmişten Günümüze Orta Doğu*, 5. Baskı), MKM Yayınları, Bursa.
- Cleveland, W. L. (2008), *Modern Ortadoğu Tarihi*, M. Harmancı (çev.), Agora Kitaplığı, İstanbul.
- Cohen, A. ve Susser, B. (2000), *Israel and the Politics of Jewish Identity*, The Johns Hopkins University Press, Baltimore.
- Edel, P. (2008), *Siyonizm'in Tarihi*, Ceylan Yayınları, İstanbul.
- Gibbons, M.T. (2011), "Secularism", G.T. Kurian vd. (der.), *The Encyclopedia of Political Science*, CQ Press, Washington DC.
- İEM (İsrail Enformasyon Merkezi). (1997). *İsrail'in Gerçekleri*, Hamakor Press, Kudüs.
- Immell, M. (2010), *The Creation of the State of Israel*, Greenhaven Press, Detroit.
- Joffe, L. (2009), "Israel", D.J. Sagar (der.), *Political Parties of the World*, John Harber Publishing, London, ss. 298-308.
- Kamrava, M. (2005), *The Modern Middle East*, University of California Press, Berkeley/Los Angeles/London.
- Koç, Malike Bileydi (2006), *İsrail Devletinin Kuruluşu*, Günizi Yayıncılık, İstanbul.
- Lewis, B. (2010), *Faith and Power – Religion and Politics in the Middle East*, Oxford University Press, Oxford.
- Lustick, I. (1988), *For the Land and the Lord: Jewish Fundamentalism in Israel*, Council on Foreign Relations, New York.
- Medoff, R. & Waxman, C.I. (2009). *The A to Z of Zionism*, The Scarecrow Press, Maryland.
- Özmen, S. (2002), *Ortadoğu'da Etnik Dini Çatışmalar ve İsrail*, Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul.

- Peretz, D. & Doron, G. (1997), *The Government and Politics of Israel*, Westview Press, Boulder.
- Portugese, J. (1998), *Fertility Policy in Israel*, Greenwood Publishing Group, Westport.
- Prior, M. (2005), *Zionism and the State of Israel*, Routledge, London and New York.
- Reich, B. (2008). *A Brief History of Israel*, Facts on File, New York.
- Reich, B. & Kieval, G.R. (2006), "State of Israel", N. Schlager and J. Weisblatt (der.), *Political Systems and Parties*, 4. Edition, Facts on File, Newyork.
- Seddon, D. (2004), *A Political and Economic Dictionary of the Middle East*, Europa Publications, London/New York.
- Serbest, B rkan (2005), Tarihsel K kenleriyle İsrail'de Siyasi Partiler, Ankara  niversitesi SBF Dergisi, 60 (2), ss.220-254.
- Shakak, I. and Mezvinsky, N. (2004), *Jewish Fundamentalizm in Israel*, Pluto Press, London.
- Swirski, S. (2002), *Politics and Education in Israel*, Falmer Press, London & New York.
- Taylor, A. (1992), *İsrail'in Doęuđu*, Pınar Yayınları, İstanbul.
- Torron, J.M. & Durham, W.C. (2010), *Religion and the Secular State*, The International Center for Law and Religion Studies, Washington DC.
- Yearbook of UN 1947-48 (1947)*, New York.

ORTADOĞU'DA SELEFİ-Şİİ GERGİNLİĞİ VE TÜRKİYE'NİN TUTUMU

Şükrü NİŞANCI*
Lokman ŞAHİN**

Alınış Tarihi: 11 Kasım 2015

Kabul Tarihi: 31 Ekim 2016

Öz: İslam düşüncesinde çözülemeyen sorunlardan biri olan Şii-Sünni/Selefi ihtilafının geçmişi İslam tarihinin hemen başlangıcında ortaya çıkmıştır. İlk dönemlerde, rekabetin ağırlık merkezi, Sünnilik ve Şiilik arasında iken bugün İslam siyasal düşüncesinin çatışma eksenini, yoğun selefi faaliyetleri neticesinde Şii-Selefi çatışmasına doğru kaymış gözükmektedir. İslam'ın savunucularının sadece kendileri olduğu iddiasından hareketle selefler diğer tüm akım ve mezheplerin İslam-dışı olduğu kanaatini taşımaktadırlar. Selefler kadar keskin bir ayrım yapmasalar bile, Şiilere hâkim olan yaygın inanç da bu iddiadan beslenmektedir. Özellikle Arabistan ve İran, İslam'ın radikal iki ucunu temsil eden kutuplaşmanın temsilcileri ve hatta destekçileri durumundadır. Türkiye, bölgede barış ve istikrarın sağlanabilmesi için bölge ülkelerindeki mezhep temelli krizlerin önlenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Çalışmada, İran-Suudi Arabistan eksenli rekabet ve Türkiye'nin bu konudaki tutumu irdelenmektedir.

Anahtar kelimeler: Ortadoğu, Şiilik, Selefilik, Gerginlik, Mezhep.

SALAFI -SHIITE TENSION IN THE MIDDLE EAST AND TURKEY'S ATTITUDE

Abstract: The background of Shia-Sunni/Salafi conflict, one of the problems can not be solved in Islamic thought, emerged at the nearly beginning of the history of Islam. During the first period while center of gravity of the competition was between Sunnism and Shiism today the conflict axis of Islamic political thought seems to have shifted to Shiite-Salafi conflict as a result of intensive Salafi activities. Salafis are of the opinion that all other movements and sects are non-Muslim moving from that they described themselves as defender of pristine first era of Islam. The widespread dominant belief that the Shiites think generally fed from these claims even though they don't conduct a sharp distinction as salafis did. Iran and Saudi Arabia are not only representatives of the polarization which representing two radical ends of Islam but also supporters. Turkey has been pointing out that regional state must prevent the crisis based on sect to emerge the peace and stability in this region. In this paper, Iran-Saudi Arabia axes competition and the attitude of Turkey on this issue is examined.

Keywords: Middle East, Shiism, Salafism, Tension, Sect.

I. Giriş

Ortadoğu'dan söz edildiğinde daha çok etnik anlamda Arap, Fars ve Türklerin çoğunluk olduğu ve dinsel anlamda Müslümanların yaşadığı bölge kast edilmektedir (Arı, 2008: 25). Kavramın kapsamı konusunda ortaya çıkan

*Doç. Dr. Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü

**Arş. Gör. Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü

tartışmaları iki kategoriye indirgemek mümkündür. Büyük bir coğrafi alana sahip olan Ortadoğu, dar anlamda, doğusunda Umman Körfezi ve Yemen'i, batısında Türkiye, İran ve Mısır'ın bulunduğu bölgeyi kapsamaktadır. Geniş anlamda Ortadoğu ise genel olarak Mali, Nijer, Nijerya, Tanzanya gibi bazı Afrika ülkeleri ve Malezya Endonezya gibi Güneydoğu Asya ülkeleri ile Balkanlar haricinde kalan İslam coğrafyasını da kapsayan bölgeyi işaret etmektedir (Büyükkara, 2013: 322). Ortadoğu kavramı, yaygın olarak dar anlamdaki tanımı akla getirmekte ve çoğunluğu Müslüman olan kısmen Yahudi ve Hıristiyanları da içine alan dini bir çağrışım sunmaktadır. (Arı, 2008: 26; Davison, 1960).

Bir din olarak İslam, doğup geliştiği bu topraklarda farklı şekillerde algılanmış ve yorumlanmıştır. Siyasi, kültürel ve daha farklı etkenler İslami düşüncenin farklılaşmasına ve değişik mezheplere bölünmesine neden olmuştur. İslam dünyasında çoğunluğu oluşturan Sünni mezhepler ve gayr-i Sünni mezheplerin tamamının doğup, geliştikleri ve bugünde varlıklarını sürdürdükleri bölgelerin Ortadoğu dâhilinde olması (Büyükkara, 2013: 322), bu coğrafyanın mezhepsel çatışmaların merkez üssü olmasına neden olmuştur. Ortadoğu'da mezhepler belirli bölgelere hâkim olduğu düşünülse de aslında mezhepler bazı bölgelerde iç içe geçmiş bir durumdadırlar (www.ft.com, 2013). Öyle ki Ortadoğu'nun hemen hemen her yerinde farklı mezheplerden insanlar aynı topraklarda yaşamaktadır. Aynı bölgeleri paylaşıyor olmaları ve aralarında belirli bir mutabakata varılamaması çatışmaları kaçınılmaz kılmaktadır.

Tarihsel süreçte hep gergin bir fay hattı oluşturan Sünni ve Şii münasebetleri genelde siyasi etkenler dâhilinde ortaya çıkmıştır. Neredeyse her dönem Şiiliğin ve Sünniliğin temsilciliğini yapan siyasi bir güç bulunmuştur. Hz. Ali taraftarlığı şeklinde ortaya çıkan siyasi Şia, Kerbelâ faciasıyla başlayan ve zamanla Emevîlere karşı gerçekleştirilen isyanlarla şekillenen, Abbasiler döneminde de beklentilerin karşılanmaması sonucunda dinî Şia'ya dönüşerek

oluşumunu tamamlamıştır. Bu iki Şia'nın birbiri içine girmesi Safeviler döneminde gerçekleşmiştir (Öz, 2008: 44).

Şia-Sünni geriliminde Osmanlı yükselme döneminde yaşanan olaylardan sonra genel anlamda bir durulma olmakla beraber Osmanlı'nın yıkılma sürecinde çatışma tarafları değişmekle birlikte anlaşmazlıklar yaşanmaya devam etmiştir. Ancak bu sefer çatışmanın sıklet noktası Sünni-Şii ekseninden kayıp Selefi/Vehhabi-Şii mücadelesine dönüşmüştür. 18. yüzyılın ortalarında Abdulvehhab'ın öncülüğünde gelişmeye başlayan ve daha sonraları kurucusundan dolayı Vehhabilik olarak adlandırılan Selefilik'in bu yeni hali Suudi kabilesine siyasi otorite sağlamıştır. 1766 yılında başa geçen Abdülaziz bin Muhammed dini motivasyonla genişleme stratejisi izlemeye başlamış. Bu bağlamda Vehhabiler, Şiilik başta olmak üzere diğer mezheplere savaş açmıştır. Bu dönemden sonra Şiilerle Vehhabiler arasındaki münasebetler gergin bir dönem içine girmiş, Vehhabiler 1802 yılında, Şiilerle Necef'te yaşanan olayları bahane ederek Kerbelâ'ya kanlı bir baskın düzenleyip üç bin Şii'yi öldürmüştür.

Bu, iki taraf arasındaki kanlı mirasın başlangıcı olmuş ve 1 yıl sonra Suudi kralının bir Şii tarafından öldürülmesiyle münasebet kan davası görünümü almıştır (Ayhan, 2011: 7). Bundan sonraki dönemlerde ve bugün çatışmalar Selefi-Şii eksenli olarak varlığını sürdürmektedir. Bugüne baktığımızda Şiiler genelde İran himayesinde faaliyetlerini yürütürken, selefiler ise Suudi Arabistan tarafından desteklenmektedirler. Arkalarına devlet desteği almış olan gruplar bir nevi hareket serbestisi elde etmişlerdir (Akpınar, 2013).

II. Şiilik ve Selefilik Ortaya Çıkışı

A. Şiilik

Şia Arapçada “ş-y-a” kökünden gelmekte ve bir konuda bir araya gelen “tarafdar”, “partizan”, “destekleyen” ve “yardımcı” anlamlarını karşılamaktadır (Onat, 1997: 79). Arapça’da bir kimsenin şiası denildiğinde, o kişiyi takip eden, destekleyen veya onun mensupları anlaşılır. Dolayısıyla bir toplumda benzer meseleler etrafında toplanan gruplardan oluşan topluluklara şia adı verilmektedir. “Özellikle Hz. Osman’ın hilâfetinin ikinci dönemi ile Hz. Ali’nin hilafeti sırasında, Müslümanların farklı görüşler etrafında toplanmaları üzerine, toplulukları belirlemek için, Şiat-u Ali, Şiat-u Osman, Şiat-ü Muaviye gibi şekillerde kullanılmıştır. Terim olarak Şia, Hz. Peygamber’in vefatından sonra Hz. Ali ve Ehl-i Beyt’ini halifelik için en layık insanlar olarak gören, Hz. Ali’yi meşru halife kabul eden, ondan sonraki halifelerin de onun soyundan gelmesi gerektiğine inanan toplulukların müşterek adı olmuştur. Böylece istilâhî bir anlam kazandığı andan itibaren Şia, eş-Şia şeklinde kullanılmak suretiyle, Hz. Ali ve ona tabi olanları ifade etmek için özel bir isim haline gelmiştir ve “filan Şia’dandır” dediği zaman, o kişinin Şia mezhebinden olduğu anlaşılmaya başlamıştır” (Uyar, 2010: 94).

Şiilik hareketi doğuşundan bugüne kadar değişik dış kaynaklara dayandırılmak istenmiş ve bu konuda değişik görüşler bildirilmiştir (Öz, 2008: 29). Şiiliğin Yahudi-Hıristiyan asıllı olduğundan, Arap ve İran asıllı olduğuna varıncaya kadar pek çok fikir ileri sürülmüş ve bunları savunanlar Şiiliğin bu asıllarla olan ilişkisini ortaya çıkarmaya çalışmışlardır (Uyar, 2010;94). Şiiliğin ortaya çıkışı ile ilgili iddiaların önemli bazılarını şöyle sıralayabiliriz (Dilek, 2013: 13-15; Öz, 2008: 30-32);

1. Fars Asıllıdır İddiası: Bu teori, İran’da “Efsanevî Kayanî” kahramanlar sülalesinden olan Sasanî krallarına hürmet etme geleneğine dayandırılmaktadır. İranlılara göre krallık, ilahi bir bağla belirli bir silsile oluşturmaktadır. Teoriye göre Müslümanların Sasanî imparatorluğunu yıkmasından sonra farslar Müslüman olmuş ancak ne eski fikirlerinden vazgeçmiş ne de devlet geleneklerini unutmuşlardır. İslam âleminin başında bulunan ve Arap kabileleri tarafından seçilen halifelik onlara göre yavan bir kurum olmaktan öte bir şey değildir. İranlılar eski hükümdarlarına atfettikleri kutsallıkta bir halife görmek için ve hatta İran hâkimiyeti altında bulunanların onun tanrılaştırılmış bir yönetici olması için hasretle beklemişlerdir. Bu

fikirlerin en belirgin şekli İranî bir hareket olan Şia'da kendini gösterir ve haliyle Şiiliğin kaynağı İran'dır (O'leary, 1968: 90-91).

2. *Yahudi Asıllıdır İddiası*: İddiaya göre, Şia'nın kaynağında İslam'a sonradan geçen Yahudi(lik) anlayışı vardır ve bu meyanda Yahudilikten İslamiyet'e geçen Abdullah b. Sebe Şia'nın kurucusudur. Wellhausen, bu görüşü benimseyenlerin en meşhurlarından biridir. Bu konu hakkındaki görüşünü; "*Ama gerçekte müessisi Abdullah b. Sebe'ye addolunan Şiilik doktrin'in İranlılardan değil, daha çok Yahudi menşeli olduğu intibai uyanyor*" (Wellhausen, 1989: 49-50) şeklinde ifade etmiştir. Buna göre Tanrı'nın dünya üzerindeki meşru vekili olarak monarşik bir peygamber düşüncesi Yahudilerden İslâm'a geçmiştir ve Sünnî hilâfet anlayışının bu konuda yetersiz kaldığını düşünen Şii düşünce devreye girmiştir. Netice itibariyle Yahudilikte her peygamberin yaşadığı dönemde bile meşru bir halefi olmuştur. Keza Şia'ya göre de Hz. Muhammed'in de bir halefi vardır ve bu Hz. Ali'dir (Wellhausen, 1989: 150-151).

3. *Yahudi-Hıristiyan Kaynaşımı Asıllıdır İddiası*: Bu iddia, Yahudiliğin Şiilikteki etkisini abartılı bulanlar, yani Hıristiyanlığın da etkisini nazara vermek isteyenler tarafından ortaya atılmıştır. Goldziher bu görüşü savunanlar arasındadır. Goldziher, Yahudi-Hıristiyan etkenlerin tesiriyle ricat ("Ricat (ric'at, reca t), felsefi olarak eşyanın aynı özelliklerini koruyarak belli bir zaman sonra tekrar var olması anlamına gelmektedir. İlk ricat anlayışı Pythagore taraftarlarında görülmektedir. Dini literatürde ricat inancı menşe itibariyle, eski ve çok yaygın olan Docetizm teorisine bağlanmaktadır. Docetizm, İsa-Masih'in çektiği sıkıntıların ve ölümünün gerçekte vaki olmadığını, sadece göze öyle görünen bir hayal olduğunu öğreten doktrindir" (Kutluay, 1968: 216). "Onun ölümü ile dünyadaki görevi sona ermemiştir; bu geçici bir ayrılıktır, gözden kaybolmadır. O, yarıda bıraktığı vazifesini tamamlamak ve zafere ulaşmak için rücu edecektir" (Hizmetli, 1983: 68.) akidesinin İslam'a girdiğini ileri sürmüştür (Öz, 2008: 31). Mehdi kavramı ricat fikri ile doğrudan alakalıdır. Başka bir deyişle, "ricat"sız mehdilik olmaz (Hizmetli, 1983: 668). Buradan hareketle Şiiliğin Yahudilik ve Hıristiyanlığın ortak ürünü olduğu kanısına varılmıştır.

4. *Arap Asıllıdır İddiası*: Bu iddiaya göre başlangıçta Şiilik Araplardan oluşan, Hz. Ali ve onun ailesinden gelenlerin devlet yönetimindeki iddialarını destekleyen siyasi grubu temsil eden hareketin adıydı (Lewis, 2009: 83). Daha sonra ortaya çıkan olaylar yüzünden Şiilik bir Arap hareketinden çok İran hareketi olarak düşünülmüştür. Ancak tarihi kaynaklar dikkatlice incelendiğinde Şiilik olaylarına ilk defa Araplar arasında rastlanıldığı görülmektedir (Watt, 1981: 48). Yabancı unsurların İslam'a girmesiyle yeni bir şekil alan Şia, esas itibariyle Arap temelli bir oluşumdur (Hizmetli, 1983: 665-666).

Şia'nın nasıl ortaya çıktığıyla ilgili görüşler bunlardan ibaret değildir. Şii ve Sünnî âlimler arasında Şiiliğin ne zaman ortaya çıktığına dair farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Ve bu konuda Şii âlimler de kendi aralarında bir görüş birliği oluşturmuş değillerdir. Şiiliğin dini ve siyasi tarihinin yeterince kavranamamış olması ve bu cephelerin ortaya çıkış tarihlerinin doğru değerlendirilememesi bu karışıklığın en önemli sebebidir (Uyar, 2010: 96).

Şiiliğin ortaya çıkmasıyla ilgili görüş farklılıkları, onun ne zaman ortaya çıktığıyla konusu için de geçerlidir. Bu konuyla ilgili öne çıkan görüşleri şöyle sıralamak mümkündür (Öz, 2008: 33-36; Onat, 1997: 95-102);

- Şia, peygamberin sağlığında ortaya çıkmıştır: Buna göre Şiiliğin tohumları peygamber döneminde atılmıştır (Şeriati, 1990).

- Şia, peygamberin vefatından sonra ortaya çıkmıştır: Bu görüşe göre Hz. Ali taraftarlığı peygamberin ölümünden beri mevcuttur (Onat, 1989: 123).

- Hz. Osman dönemi fitne hareketleriyle ortaya çıkmıştır: “Üçüncü halife Osman zamanında gayri memnun mevali, kurtarıcı olarak Ali’ye bakmaya başlamış... Bu partizanlık en müfrit ifadesini Yahudilikten dönme Abdullah b. Sebe’nin sözlerinde bulmuştur.” (O’leary, 2003: 65). Buna göre ayaklanma ateşini Ebu Zer’in teşvikiyle ülkeler dolaşmaya başlayan İbn Sebe yakmış ve Müslümanlara Gulat-ı Şia’yı (“Gulat-ı Şia, ilâhî bir parçanın imamlara hulûl ettiğine ve onların bedenine büründüğüne inanırlar” (<http://sozluk.ihya.org/dini-terimler/gulat-i-sia.html>.) anlatmıştır (Hasan, 1991).

- Hz. Osman’ın vefatından sonra Hz. Ali’nin hilafeti döneminde ortaya çıkmıştır. Bu görüşe göre; Hz. Osman’dan sonra hilâfet en layık kişinin Ali olduğunu kabul ederek, ona kayıtsız şartsız biat edip verdiği emre uyanlar ilk Şia’yı oluşturmuştur (Watt, 1981: 48).

Bunlardan başka Hz. Ali’nin vefatından sonra, Hz. Hüseyin’in vefatından sonra, hicri 1. asırda, Emevîlerin sonlarında ve hicri 2. asırda ortaya çıktığını iddia eden görüşler bulunmaktadır. Ancak her ne kadar bu konu hakkında bir mutabakat sağlanamasa bile Şiilere hâkim görüş, Şiiliğin peygamber döneminde şekillenmeye başladığı ve onun ölümüne müteakip bir mezhep olarak ortaya çıktığı yönündedir (Onat, 1997: 32).

Azerbaycan, Irak, Yemen, Bahreyn, Katar, Türkmenistan, Türkiye, Lübnan, Suudi Arabistan, Pakistan ve Afganistan’da belirli oranda, dünyanın farklı yerlerinde Şii nüfusu bulunmaktadır. Ayrıca AB ülkelerinde 10 milyon civarında, Amerika kıtasına dağılmış 20 milyonun üzerinde ve Afrika’da sadece Nijerya’da 10 milyon Şii bulunmaktadır (www.cia.gov). Tarihsel süreç içerisinde Şia’da da değişik fraksiyonlar ortaya çıkmıştır. Öne çıkan Şii kolların Zeydiler, İsmaililer ve On ikiciler (İmamiyye) olarak temel bir ayrıma tabi tutulabilir (www.cfr.org, 2015).

İran nüfusunun üçte ikisinden fazlasını oluşturan ve İran’ın resmi mezhebi olan İmamiyye, Şiiliğin en önemli koludur. İmamiyye’nin, Müslüman nüfusunun yüzde on beşini (www.pewforum.org) teşkil eden Şiiliğin en büyük kolu olduğu göz önüne alındığında bugünkü önemi ve tarihte üstlenmiş olduğu misyon daha iyi anlaşılacaktır. Şia teriminin ilk akla gelen çağrışımının İmamiyye olmasının sebebi de budur. İran’da ulemanın toplumun bütününde söz sahibi olması yani eğitim-öğretim faaliyetleri, siyasî ve içtimaî sorunlarda

fikirlerine başvurulmuş kişiler olması bu mezhebi daha da önemli kılmıştır (Uyar, 2010: 120).

İmamiyye’ de Allah tarafından seçilen ve ilahi hükümlerle bir bölümünün taşıyıcısı olarak imamın kurtuluş rehberi olduğu inancı bulunmaktadır. İmamiyye inancına göre on ikinci imam olan Mehdi Muntazar bir gün geri dönüp adil düzeni yeniden sağlayacaktır. On ikinci imamın kayıp olduğu döneme gaybet dönemi denir. Şiilerin yapması gereken on ikinci imamın geleceği dönemi metanetle beklemektir (İşcan, 2002: 74-75).

Mehdi on ikinci imamın geleceği inancı muhtelif karakterine rağmen asırlarca Şii toplumu pasif davranmaya ve iktidarla uzlaşmaya itmiştir. Humeyni, on ikinci imamın gelmesini çabuklaştıracak olumsuzlukların artmasını beklemeye karşı çıkmış, imamın yokluğunu Şii toplumu, harekete geçirecek şekilde yorumlamaya yönlendirmiştir. Humeyni’ye göre on ikinci imamın yokluğu döneminde onun bütün yetkileri ulema tarafından üstlenilmelidir. “Velayet-i fakih” (“Velâyet kelimesi Arapça ve Farsçada “yardım, yaren, muhabbet ve yönetme yetkisi” gibi manalarda da kullanılmaktadır. Şia kelamında imamet ve velâyet dendiğinde; peygamberin yaptığı tüm işlemlerin onun yerine geçen kişilerce, nübüvvet hariç, devam ettirilmesi inancı anlaşılır” (Taflioğlu, 2013: 97). “Bu bağlamda imamet, Allah ve resulünün hilafeti olarak kabul edilmektedir” (Onat, 1992:92 .) konusunda atılan adım hem devrim, hem de ondan sonraki süreçte gidişatın belirlenmesinde önemli bir etken olmuştur (Onat, 2013: 223).

1979 İran İslam devriminden sonra İran’ın yeni liderlerinin hem iç hem de dış politikada dini söylemler kullanmaya başlamaları İran’da gerçekleşen devrimin sadece devrimin üssü olan bu ülkede sınırlı kalmayacağı, Müslümanların bulunduğu bütün topraklarda bu oluşumun devam edeceği intibahı uyandırmaya başlamıştır. İran’da yeni bir yönetimin kurulmasıyla dine hizmet eden bir yapının ortaya çıktığı vurgusunu daima diri tutan İran’daki dini rejim, “dünyadaki bütün Müslümanların haklarının savunucusu” (İİC an. 3/16) olduğu iddiasını anayasasının bir kuralı haline getirmiştir. Böylece İran’ın dini rejimi, kendisini, sadece İran halkının değil, aynı zamanda dünyadaki bütün Müslümanların haklarını korumakla yükümlü olduğunu beyan etmiş, bu sorumluluğun bir gereği olarak da “rejim ihracı” politikasını dış politikasının en önemli unsuru haline getirmiş ve Ortadoğu’da bundan sonra devrim ihracı politikasını uygulamaya başlamıştır (Şahin, 2010: 10).

B. Selefilik

Selefilik, “akıl-nakil” tartışmaları sonucunda İslam tarihinde oluşmuş en eski oluşumlardan biridir. Kelime anlamı olarak öncekiler veya geçmiş gitmiş olanlar anlamına gelmektedir (Akgün ve Bozbaş, 2013: 5). Hz. Muhammed’in ashabı, “Tabiin” ve “Tebe-i Tabiin” için kullanılan yani Peygamber dönemiyle birlikte 3 kuşağı tanımlayan selef kelimesi (Olidort, 2015), terim olarak belli bir dönemde yaşayan insanları anlatmak için kullanılmıştır (Yöner, 2013: 198). Selef-i salihin olarak adlandırılan ilk kuşak Müslümanları, sonraki kuşaklara ayet ve hadisleri aktarmada kilit rol

oyunmaları sebebiyle daha sonraki Müslümanlar tarafından düşünce ve eylemleri örnek alınacak kişiler olarak benimsenmişlerdir (Akgün ve Bozbaş, 2013: 5). Selefiyye/Selefilik ise, kendilerini sefeye nispet eden kimseler için kullanılmaktadır.

İslam dünyasının yaşadığı medeniyet krizleri, Selefilik'in ortaya çıkmasında ve daha sonraki dönemlerde ön plana gelmesinde etkili olmuştur. Başlangıcından bugüne kadar Selefilik'in olgunlaşma sürecini üç aşamada incelemek mümkündür. Birinci aşamada, İslam devleti sınırlarını genişletmiş ve farklı coğrafyalara hâkim olmuştur. Bu coğrafyalarda farklı medeniyet, din ve kültürle karşılaşmış, bu etkileşim sonucunda insanlar ya İslami düşünce çerçevesinde ya da İslami düşünceden farklı yaklaşımlarla İslam'la alakadar olmaya başlamışlardır. Bu süreçte ortaya çıkan bidatleri ve yeni yaklaşımları içeriklerini irdelemeden topyekûn reddeden kişilerin kabullendiği selef düşüncesi ortaya çıkmış ve bu meyanda diğer mezheplere karşı bakış açısı şekillenmiştir. Aslında Selefilik'in oluşmasındaki en büyük etken Arapların kendileri dışındaki farklı topluluklarla karşılaşmaları ve özellikle Yunan medeniyeti gibi güçlü felsefi alt yapıya sahip topluluklarla etkileşim içine girmeleri sonucunda kendilerini dışa kapatarak bu düşünce tarzlarından etkilenmemeyi amaçlamalarıdır. Ahmed b. Hanbel gibi âlimlerin yetiştiği bu dönem ilk aşamaya denk gelmektedir. Ahmed b. Hanbel'in öncülük ettiği Selefilik'in bu klasik döneminden sonra İbn Teymiyye'nin metodolojik nitelik kazandırdığı ve öğrencisi İbn Kayyim el-Cevziyye tarafından sistemleştirilen 2. Aşama gelmektedir. Bu dönem ise İslam âleminin siyasal anlamda Moğol saldırılarıyla sarsıldığı döneme denk gelmektedir. Üçüncü aşama ise batı dünyasının İslam âlemini sömürgeleştirdiği, İslam coğrafyasında sosyal ve siyasal yozlaşmaların yaşandığı 18. Yüzyılın ikinci yarısına denk gelmektedir. Sömürgeleştirilme ve yozlaşmaya tepki olarak Muhammed b. Abdulvehhap önderliğinde ortaya çıkan ve reformist bir hareket olan Vehhabilik bu konjonktürde gelişme fırsatı bulmuştur. Dolayısıyla Selefilik'i dış dünyadan gelen tehditler ve daha güçlü medeniyetlerle karşılaşmalar sonucunda Müslümanların, özellikle de Arapların kendi kimliklerini korumak için geliştirdikleri siyasî ve dini bir tavır olarak tanımlamak mümkündür (Akgün ve Bozbaş, 2013: 6-7; Kubat, 2004: 238).

Necd bölgesinde ortaya çıkan zamanla diğer bölgelerde üstünlük kazanan ve Selefiyenin en önemli kaynaklarından birini oluşturan Vehhabizm, siyasal ve kültürel anlamda bunalımlı bir dönem olan 18. Yüzyılda Hanbelilikten etkilenen Muhammed b. Abdulvehhap öncülüğünde oluşturulmuştur (İşcan, 2006: 34). Vehhabilik diğer bölgelere hâkim olarak siyasal bir otorite haline gelmesinin sebebi 1744 yılında Vehhabizmin kurucu Abdulvehhap ile Suudi lider Muhammed bin Suud arasında kurulan iş birliğidir (Ayhan, 2011: 6). Şöyle ki "*Vehhabiliğin dinin yenilenmesi çağrısı, siyasal bir duruşun sonucudur. Gerçekte bu hareket, İslam'ın Araplık dışı düşünce izlerinden arındırılması düşüncesi ile başlamıştır. Onun bidat, şirk ve gerçek tevhit*

üzerine duruşu, dini aslına icra üzerinde yoğunlaşması, selef dönemine dönüş çağrısı siyasal açıdan şu anlama gelmekteydi: Osmanlı hilafeti gerçek dini temsil etmemektedir. Bu yüzden Osmanlıya karşı ayaklanma vaciptir. Vehhabilik, Suud devletinin kurucu faktörü olmuştur. Vehhabi olmayan herkesin müşrik olduğu anlayışı, mal ve canlarının gerçek inananlara (vehhabilere) helal olduğu inancı, dışarıya karşı cihadi, içe karşı da birliğin meşruiyetini sağlamıştır. Suud ailesinin Riyad'ı 1902'de ele geçirmesinden sonra Vehhabi misyonerliği faaliyetleri için organize ettiği "İhvan" (1912 yılında Suud Ailesi tarafından kurulan "İhvan" adlı dini ve askeri örgüttür. Mısır'da kurulan İhvanü'l-Müslimin (Müslüman kardeşler) hareketiyle karıştırılmamalıdır.) hareketi, bugünkü Suudi Arabistan'ın ele geçirilmesinde önemli rol oynamıştır" (İşcan, 2006: 35-36).

Suudi Arabistan 1930 ve 40'lı yıllarda selefi düşüncede olanlar için bir çekim merkezi haline gelmiş, 20. yüzyılın ortalarında Nasır'ın milliyetçiliği Suudi Arabistan'ın imajında sarsıntı yapmışsa da 1967 Arap-İsrail Savaşı'nda Arapların büyük bir yenilgi almasından sonra aradığı fırsatı bulan Vehhabilik, Suudi Arabistan aracılığıyla inanç sistemini farklı ülkelere ihraç etmeye başlamıştır. İlk başlarda marjinal gurupların desteklenmesi şeklinde yapılan ihraç daha sonraları kurulan vakıflar aracılığıyla daha da profesyonelleşmiştir. (Akgün ve Bozbaş, 2013: 11-12).

III. Selefî-Şii Gerginliği Bağlamında İran ve Suudi Arabistan Rekabeti ve Türkiye'nin Tutumu

Şii-selefî çatışması son dönemlerde genel anlamda İran ve Suudi Arabistan eksenli gerçekleşmektedir. Rekabetin yaşandığı alanlara geçmeden önce selefi perspektiften Şii algısı ve Şii perspektiften selefi algısına dikkat çekmek gerekmektedir. Selefilere eleştirilerini "Şia" kavramı üzerinden değil "Râfîzî" kavramı üzerinden yürütmüşlerdir. Burada Hz. Ali'yi hedef almama gibi bir hassasiyet olduğu düşünülebilir. Zira Selefilere göre Şia bir kimsenin yardımcılara verilen addır ve geçmişte Şii kelimesi Hz. Ali'yi Hz. Osman'dan daha üstün görenler için kullanılmıştır. Selefi iddiaya göre bugün kendilerine Şia denilen mezhep tam anlamıyla Ehl-i Sünnet prensiplerinden farklı usul ve esaslara inanmaktadırlar. Onlar için kullanılacak en uygun isim Râfîzî ismidir. Günümüz Selefilere, Şia tabirinden çok Râfîzî tabirini tercih etmekte ve bunların İslam âlemi için tehlikeli olduklarını vurgulamaktalar. Selefi anlayışa göre; Râfîzîler Kuran'a dil uzattıkları, Buhari ve Müslim'de yer alan hadisleri amel etmedikleri, Ehl-i Sünnet ve'l Cemaati kâfir olarak görmeleri ve Hz. Ali ve onun soyundan gelenlere karşı düşükleri aşırılık sebebiyle şirk koştukları için eleştirilmişler ve tekfir edilmişlerdir. Şiiiler ise Vehhabilere karşı en sert eleştirilerini İran İslam devriminden sonra yöneltmişlerdir. İmam Humeyni'ye göre dünyadaki Vehhabi merkezleri fitne ve casusluk; İmam Seyyid Ali Hamaney'e göre ise İslam vahdetine darbe vurmaları ve Müslüman toplum arasında ayırıcı bir merkez oluşturulmak için kurulmuştur. İran'ın karşısına onu en sert şekilde eleştiren ve gerektiğinde her türlü eylemi meşru sayan bir anlayış

olarak Selefilik bulunmaktadır. Bunu bir fırsat olarak değerlendiren İran Selefilik eleştiri adı altında Sünnilere söyleyemediği bir takım mesajları iletmeye çalışıyor. Bunu tehdit olarak algılayan Suudi Arabistan Şii'lere karşı tutumunu daha da sert bir şekilde dile getirmekte ve çatışma ortamını canlı tutmaktadır (Yönem, 2013: 200-209).

İran ve Suudi Arabistan arasında yaşanan rekabet doğal olarak Şii-Selefi çatışmasını da körüklemiştir. Suudi Arabistan iç ve dış politikada Vehhabiliği kullanmakta, dini söylemlerle siyasi bir tutum sergilemektedir. Devletin neredeyse kurucu faktörü olan Vehhabiliği diğer ülkelere ihraç etme çabasında olan Suudi Arabistan içinde barındırdığı Şii azınlık ve etrafında bulunan Şii nüfusunun İran etkisi altında bulunmasından dolayı İran'a karşı hasmane tavır sergilemektedir (Johnson, 2016). Vehhabiliğin vermiş olduğu ben-merkezci anlayışla Suudi Arabistan'ın İslam'ın tek temsilcisi olma iddiası da İran'a karşı tutumunu sertleştirmektedir. İran da özellikle Ortadoğu'da dış politikada mezhepçi denilebilecek bir anlayışla hareket etmektedir. İran'ın bununla birlikte dış politikada daha pragmatik bir tutum sergilediğini söylemek mümkündür. Örneğin aynı mezhepten olmalarına karşın İran, Azerbaycan'ı Ermenistan konusunda yalnız bırakmış, hatta Ermenistan tarafını desteklemiştir ("İran, Karabağ sorunda başından beri tarafsızlık politikası izlemeye çalıştığını iddia etmiştir. Sınırları içerisinde bulunan Azeri nüfusun tepkisini çekmemek adına, Ermenistan'a açıkça destek vermemiş olsa da; Ermenistan'ın Azerbaycan topraklarını işgal ettiği bir süreçte, Aralık 1992'de Ermenistan'a askeri operasyonları devam ettirebilmesi için gereken doğal gaz ve yakıt tedarikini sağlamıştır. Ayrıca İran, 1993 yılında Ermenistan'a sınırlarını kapatan ve ambargo uygulamaya başlayan Türkiye ve Azerbaycan'a destek vermemiş; aksine Erivan ile ticari ilişkilerini devam ettirmiştir. Tahran yönetimi, bu dönemde Ermenistan'a, ülke ekonomisinin önemli ihtiyaçlarından olan gıda, ham madde ve enerji tedarik etmiştir. Tahran bu şekilde; Erivan'ın, Bakü karşısında güçsüz bir konuma düşmesini engellemeye çalışmıştır. Bütün bunlardan İran'ın, Ermenistan'ı Azerbaycan'a karşı bir tampon devlet olarak gördüğü ve Bakü'nün İran'daki Azerilere yönelik girişimlerde bulunması ihtimaline karşı Ermenistan'ı koz olarak kullanma stratejisini geliştirdiği sonucu çıkarılabilir." (Şenyurt Ali Haydar, 2012 *bilgesam.org*)). Ancak Ortadoğu söz konusu olduğunda faydacı tutumun yerini daha mezhepçi bir eğilim almaktadır.

Denebilir ki, İran İslam Devrimi'nden önceki İranlı yöneticiler meşruluklarını modernleşmeye dayandırıp güvenliği Amerika Birleşik Devletleri'nin payandasıyla temin etmeye çalışmışlardı. Devrimden sonraki yöneticiler ise meşruluğu dine dayandırıp güvenliği, kurulan yeni düzenin ihracıyla elde etme yoluna gitmişlerdi. Bu meyanda Yeni rejim, İran'a hayat sahası oluşturmak için dini bir araç olarak kullandı. İranlı yöneticilere hâkim olan görüş; İran'la sınırlı kalan devrimin başarılı olmayacağıydı. İran bahse konu olan politikayla rakipleriyle güç mücadelesinde ülke içi kartları değil ülke dışı unsurları kullanarak güvenliğini sınırlarının dışında sağlama amacı gütmüştür. Lübnanlı Şii'lerle kurulan ilişkiler bunun iyi örneklerinden biridir (Şahin, 2010: 12). Lübnanlı Şii'ler genel anlamda kendilerini İran'a yakın hissetmektedir. Hatta Hizbullah'ın lideri Hasan Nasrallah, "merci-i taklit" ("Merci-i Taklid makamı Şii'lerin sosyal ve dini hayatta içtihadına uydukları ve örnek aldıkları dini lider, İmâmiyye Şiası'nda fetvasına başvuru en yetkili müctehid")

(<http://www.islamansiklopedisi.info/>.) olarak Ayetullah Ali Hameney'i takip etmektedir.

Irak'ta 2003'te başlayan ABD işgali öncesine kadar Şiiler ülke içinde çoğunluğu oluşturmalarına rağmen ülke yönetiminde söz sahibi olamamışlar ve baskıcı rejim (Zayıf, baskıcı ve çelişkilerle dolu otokratik rejimlerin aslında Ortadoğu'da devam eden sıkıntıların temel sebebi olduğu iddiası hakkında daha detaylı bilgi için bakınız: Steven A. Cook, Amr T. Leheta "Don't Blame Sykes-Picot for the Middle East's Mess". <http://foreignpolicy.com/2016/05/13/sykes-picot-isnt-whats-wrong-with-the-modern-middle-east-100-years/>) altında birçok ayrımcılığa katlanmak zorunda kalmışlardır. Amerikan işgalinden sonra ülke yönetimi ele alan Şiilerin, kendilerine yapılan baskının aynısını bugün Iraklı Sünnilere yaptığı yönünde ciddi iddialar bulunmaktadır (www.aa.com.tr). İran, Irak'taki Şiileri himaye ederek Iraklı Şiileri desteklemekte, Iraklı Şiilere siyasî, ekonomik ve askerî yardımda bulunmaktan kaçınmamaktadır (Ayhan, 2012: 19). Herhangi bir durumda İran'ın, Iraklı Şiileri himaye edeceği açık bir şekilde görünmektedir. İran, 2014 Haziran ayında ortaya çıkan Selefi tehdidine karşı Irak hükümetine(Şii ağırlıklı) elinden gelen yardımı yapacağını söylemekten çekinmemektedir (www.iha.com.tr).

Suriye konusunda da İran'ın katı bir tutum sergilediği ve Suriye'ye her türlü desteği vermeye hazır bulunduğu dünya kamuoyunca bilinmektedir (www.bbc.com). Suriye'deki baas rejiminin koruyuculuğunu üstlenmiş olan İran Suriye'ye yapılacak her türlü operasyonun önünü kesmeğe çalışmakta ve askerî anlamda Suriye'ye destek vermektedir (edition.cnn.com). Suriye ile İran ilişkilerinin temelinde mezhep birliği önemli bir rol oynamasına rağmen İran, Suriye yakınlaşmasında devrim esnasında Suriye'nin tutumu etkili olmuştur. Ayrıca İran-Irak savaşının başladığı dönemde İran'ın etrafında bulunan tek dost devlet Suriye idi ve Lübnan'da bulunan Hizbullah ile iletişim kurmak için Suriye önemli bir noktada bulunmaktaydı (Arıkan, 2012: 25).

Şii-Selefi çatışma alanlarının odak noktalarından biri olan Bahreyn'de nüfusun %65'ini oluşturan Şiilerin, ülke yönetiminde söz sahibi olmadıkları görülmektedir. Suudi Arabistan ve Körfez İşbirliği Teşkilatı üyeleri Şiilerin etkinlik kazanmaması için mevcut hükümeti desteklemekteler. 2011 yılında ayaklanan Şii grupları bastırmak için körfez Ülkeleri Bahreyn'e askerî yardımda bulunmuşlardır (Ayhan, 2012: 21). Bahreyn'de bulunan Şiiler üzerinde etkiye sahip olan İran etki alanını genişletmeye çalışmaktadır.

Suudi Arabistan, içindeki Şii azınlığı büyük bir güvenlik tehdidi olarak algılayarak, onları bazı haklardan mahrum etmektedir. Suudi rejime göre ülke içindeki her Şii vatandaş potansiyel ajan gibi görülmekte ve Suudi yönetim Şiilere yönelik politikaları bu tehdit algısı içinde oluşturmaktadır (Francisco, 2016: Nasr, 2006:59; Sokolsky, 2016; Milani, 2016). Ancak Suudi rejiminin bu tutumu Şii azınlığı daha fazla İran'ın etkisine sokmaktadır. Vehhabi-Şii gerginliğin temelleri 1802 yılında gerçekleştirilen Kerbelâ baskınıyla atılmıştı, bundan sonra da ilişkilerin normal bir seyir izlemesi mümkün olmadı. Suudi Arabistan'da %10-20 civarında Şii bulunmakta (Nasr, 2006: 65; Milani, 2016)

ve selefi perspektiften pek de iç açıcı bir imaja sahip olmayan Şiiler ülkede ikinci sınıf vatandaş muamelesi görmektedir. Riyad'ın siyasal merkez haline geldiği 1934 yılına kadar Şiiler Suudilere karşı direnmeye çalışmışlardır. Çatışmaların başladığı 1802 yılından 1934 yılına kadar geçen dönemde Suudiler bir takım yasaklar ve kısıtlamalar getirerek Şiileri baskı altına almışlardır. Örneğin 1913 yılında Şiilerin aşure törenlerine katılmaları yasaklanmıştır. Ayrıca hac görevlerini yerine getiren Şiiler bazı sıkıntılarla karşılaşmışlardır (Ayhan, 2011: 8).

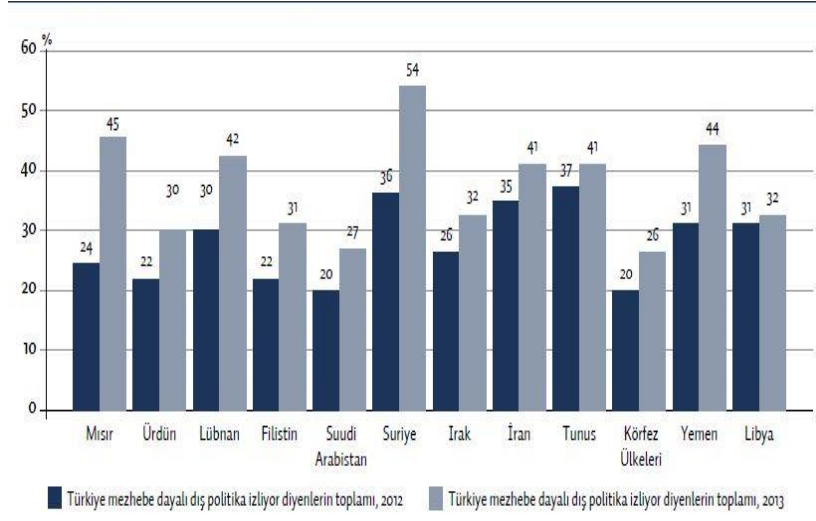
İbadet serbestisi mevzuunda sorunları bulunan ve siyasal talepleri karşılanmayan Suudi Arabistan bünyesinde bulunan Şiiler, Suud idaresine karşı tepkilerini ortaya koymak amacıyla 1970'lerin sonunda toplu gösteriler düzenlemişlerdir. 1913 yılında yasaklanmasına rağmen Şii gruplar, 1979 yılında aşure kutlamalarına katılmışlardır. Bu hareketi bastırmak için harekete geçen Suudi yönetimi 20 kişinin ölümüne neden olmuştur. İran vatandaşlarının hac ziyaretleri 79 devriminden sonra siyasî bir içerik kazandığı ve İranlılarca gövde gösterisi yapma aracı olarak kullanıldığı yönünde ciddi bir algı söz konusudur. 1985'ten itibaren bu ziyaretlerde İsrail ve Amerika'yı protesto etmek ve onlara İslam'ın en kutsal mekânlarında İslami bir oluşumun varlığının mesajlarını vermek için yürüyüşler düzenlenmiştir. İranlı hacılar tarafından fiiliyata geçirilen bu protestoların Humeyni yönetimince desteklendiği bilinmektedir. Temelde bu tip gösterilere karşı olan Suudi yönetimi ilk başlarda protestolara topyekûn bir engel koymamıştır. Ancak gösterilerin kapsamı konusunda İranlı hacılarla mutabakat sağlanamamıştır. 1987 yılında İranlı hacılar ve Suudi güvenlik güçleri arasında koordinasyon oluşturulamamış, çıkan olaylarda güvenlik güçlerinin yanı sıra halk da bu topluluğa müdahale etmiş ve olaylar sonucunda 400 Şii hacı Mekke'de öldürülmüştür (Yılmaz, 2011: 56).

İran ve Suudi Arabistan arasında çatışma konularından biri de ABD'ye karşı farklı tutum sergiliyor olmalarıdır. İran devrimi gerçekleşikten sonra Humeyni ABD'yi "büyük şeytan" olarak ilan ederek ona ve Suudi Arabistan gibi ABD'nin kuklası olduğunu iddia ettiği devletlere karşı cephe almıştır (Arı, 2008: 532). Bu meyanda Suudi Arabistan'ın İsrail konusunda da pasif davranması İranlılar tarafından yoğun eleştiriye tabi tutulmuştur. Son dönem yaşanan birçok olayda da Şii-Selefi gerginliğini görmek mümkündür. Suriye'den Yemen'e; Irak'tan, Bahreyn'e kadar Ortadoğu genelinde çatışmalar Suudi destekli Selefilerle İran destekli Şii gruplar arasında gerçekleşmektedir (www.cfr.org, 2015).

Türkiye'nin bu iki ülke arasındaki rekabetin neresinde olduğuna geçmeden Ortadoğu'nun Türkiye algısından bahsetmekte yarar vardır. Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı (TESEV) tarafından yapılan "Ortadoğu'da Türkiye Algısı" başlıklı kapsamlı araştırma sonuçlarını genel olarak şöyle özetleyebiliriz: Türkiye'nin Ortadoğu'da daha etkin rol alması gerektiği düşünülmektedir. Mısır ve Suriye dışındaki bütün ülkelerde Türkiye'nin Ortadoğu'da daha etkin rol almasını düşünenlerin sayısı %60'lar civarında

seyretmektedir. Anket verilerine göre söz konusu bölgenin Türkiye ile ilgili güç algısına baktığımız zaman; ekonomik anlamda Suudi Arabistan sonra ikinci sırayı askeri anlamda Mısır ve İran'dan sonra üçüncü sırayı almaktadır. Yani Türkiye Ortadoğu'da bölgesel bir güç olarak algılanmaktadır. Türkiye'nin model alınması konusu sorulduğunda katılımcılar genelde ekonomik ve demokratik yapı yönünden örnek alınmasından yana olduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 1. Ortadoğu'da Türkiye Algısı 2013



Kaynak: Ortadoğu'da Türkiye Algısı 2013 TESEV

Türkiye 2013 yılına kadar bu bölgede "en çok sevilen ülke" olurken bu tarihten sonra Birleşik Arap Emirliklerine ve Suudi Arabistan'ın ardından sevilen üçüncü ülke konumuna gerilemiştir. Türkiye'nin mezhebe dayalı dış politika izleyip izlemediği sorulduğunda ise mezhepçi politika izlediği kanaati oluşmaya başladığı anlaşılmaktadır (Akgün ve Gündoğar, 2013).

Türkiye'nin bahse konu olan bölgede nasıl bir imaja sahip olduğunu kısaca açıkladıktan sonra çalışmanın konusunun olan ülkelerle olan ilişkilerini açıklayacak olursak; Türkiye ve İran köklü bir tarihi geçmişe sahip, iki komşu ülke olarak tarih sahnesinde varlıkları sürdürmeye devam ediyorlar. İran ile yaklaşık beş asırdır sorun yaşanmadan ilişkiler devam ettirilmiştir. Bunda en önemli unsur Osmanlı devletinin Safevî devletine net bir şekilde üstünlük sağlamasıdır. Osmanlı'nın güç kaybettiği dönemlerde İran'ın da güçlü bir yapıya sahip olmaması sorun yaşanmamasının kaynağı olarak gösterilebilir.

Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulduğu zamanlar da ise Atatürk ile hemen hemen aynı doğrultuda olan Pehlevî ülkeyi modernleşme sürecine sokmuş ve mezhep temelli politikalar yerine seküler bir tavır sergilemiştir (Kamrava, 2005: 141). İki ülkede de batı tarzı seküler yapıların oluşturulmaya çalışılması ilişkileri

mezhep temelli olmaktan alıkoymuştur. 79 devriminden sonra devrim ihracına girişen İran, İslam'ın tek temsilcisi olma iddiasında olduğu gibi Ortadoğu'da en önemli gücü olmak istemiyle Türkiye'yi rakip görmeye başladı.

2000'li yılların başından 2011 yılına kadar komşularla sıfır sorun söylemi ve mezhepçiliğe karşı olduğu iddiası (www.aljazeera.com.tr), Türkiye'nin elini güçlendiren ve bölge ülkeleriyle iyi ilişkiler kurmasına imkân sağlayan bir söylem olmuştur. Türk hükümeti de bölgesel güç olmayı gerçekleştirmek için bu söylemi kullandı. Ancak Arap baharının başlaması Türk dış politikasını istenmeyen bir alana sürükledi (Barkey, 2016).

2011 yılı öncesine kadar Şiilerin Türkiye'ye karşı olumlu sayılabilecek bir tavır içerisinde olduğu bölgede yapılan saha araştırmalarından anlaşılmaktadır (Akgün vd., 2009; 2010). Lübnan'da bulunan Şiilere İsrail saldırıları karşısında verilen ekonomik ve siyasal destek, Suriye yönetimiyle bölgesel entegrasyonu sağlamaya yönelik girişimler, Iraktaki Şii unsurlarla kurulan ilişkiler, dönemin Türkiye başbakanının 2010 yılında Türkiye'de aşure törenine katılması ve 2011 yılında Hz. Ali'nin türbesin ziyaret etmesi olumlu bir algının oluşmasında önemli etkenler olmuşlardır. Bunların yanı sıra İran'a yaptırım uygulanmasını öngören BM karar tasarısının oylamasında Türkiye'nin veto oyu kullanması (www.un.org) İran'ın Türkiye'ye olumlu bakış açısını daha da geliştirmiştir. Ancak 2011 sonrası Türkiye'nin, Irak ve Suriye'de izlediği politikalar bu olumlu algıyı tersine çevirmiştir. Özellikle Suriye'deki Sünni gruplara açıktan destek verilmesi (Danforth, 2016) ve NATO füze savunma sisteminin kurulması Şii liderlerce eleştirilmiştir. 2011 Aralık ayından itibaren Hâşimi krizinde (Awoshy ve Schwirtz, 2012) Türkiye'nin tutumunu eleştiren Iraklı Şiiler İranlılar gibi Türkiye'yi bölgede istikrarsızlık oluşturmakla itham etmişlerdir (Ayhan, 2012: 12). Son dönemlerde 2011 sonrası yaşanan anlaşmazlıkların önüne geçmek ve işbirliği alanını arttırmak için bazı girişimlerde bulunulmuştur (Tol ve Vatanka, 2016). İran cumhurbaşkanının 2014 yılında gerçekleştirmiş olduğu ziyareti bu konuda atılmış önemli adımlardan biri olarak görmek mümkündür (www.bbc.co.uk). İki ülke her ne kadar rekabet içinde olsalar bile birbirlerine muhtaç olduklarının ve jeopolitik konumlarının kendileri için önemli değerler oluşturduğunun bilinci karşılıklı sert politikaları frenlemektedir. Çünkü İran doğal kaynaklarını Türkiye üzerinden Avrupa pazarlarına transfer etme şansı yakalarken, Türkiye Orta Asya ülkeleriyle ekonomik münasebetler oluşturma fırsatı elde etmektedir. Söz konusu durum her iki ülkeye farklı jeopolitik, ekonomik ve stratejik değerler oluşturmakta ve bölgesel olaylarda kendilerine özgü etkinlik olanakları sunmaktadır (Keskin, 2009: 45).

Suudi Arabistan ile Türkiye ilişkilerine gelince 1745 yılından Cumhuriyete kadar olan dönem dikkate alındığında karşımıza gergin bir tablo çıkmaktadır. Suudlar bu dönem zarfında Osmanlılar için hep sorun teşkil eden unsurlar olarak görülmüştür. Zaman zaman Osmanlı yönetimi Suudlara karşı bazı kabileleri destekleme yoluyla onların etki alanlarını kısıtlamaya çalışmıştır.

Suudiler, Vehhabi ekolüyle Osmanlıya karşı isyan hareketleri başlatmış, bölgede güç sahibi olmak için bazı yerleri işgale girişmiş ve Osmanlıyı oldukça uğraştırmışlardır. Balkan Savaşlarının başlamasıyla bölgede oluşan güç boşluğunu doldurmaya çalışmışlardır. Cumhuriyet döneminde Türkiye, genel bir tutum içinde yeni kurulan Arap devletlerini tanıma yoluna gitmiş ancak bir şekilde Ortadoğu ile bağlarını geliştirme çabası içerisine girmemiştir. Özal döneminde ilişkiler gelişmeye başlamış ve son dönemlerde Ortadoğu'ya artan ilgi dolayısıyla Suudi Arabistan ile ilişkiler geliştirilmeye başlanmıştır (Ataman, 2009: 73).

Ortadoğu'da 2003 sonrası gelişen olaylar Türkiye ve Suudi Arabistan ilişkilerinin gelişmesine katkı sağlamıştır. Bölgede meydana gelen köklü değişimler ilişkilerde yeni bir döneme girilmesine sebep olmuştur (riyad.be.mfa.gov.tr). Ancak Türkiye'nin İran ve Suriye ile ilişkilerini geliştirmesi, Gazze savaşındaki tutumu ve Ahmedinecad'ın Türkiye ziyareti farklı yorumlanarak Türkiye'nin İran ittifakına kaydığı yönünde iddialar dillendirilmiştir. Bu kaygının giderilmesinde 11. Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ün "Suudi Şura Meclisi'nde yapmış olduğu konuşma ve dönemin Türkiye başbakanının açıklamalarından Türkiye'nin Ortadoğu'daki sorunlarda Arap tezlerini destekleyeceği ve Suudi Arabistan'la işbirliğinin devam edeceği yönünde bir söylem geliştirildiği fark edilmektedir (Ayhan, 2010: 31).

Suudi Arabistan 11 Eylül saldırılarına kadar Amerika'nın geleneksel müttefikiyken bu tarihten sonra Amerika'ya olan bağımlılığını kırma çabası içerisine girdiği yönünde bazı görüşler ortaya atılmakta ve Suudi Arabistan ve bölgede etkin olma iddiası taşıyan Türkiye'nin yaklaşması bunu bir işareti olarak değerlendirilmektedir (Ataman, 2009: 79). Türkiye'nin Lübnan, Filistin ve Yemen sorunlarında inisiyatif olarak bu sorunların diplomatik yöntemlerle çözülmesine yönelik politikaları hem Arap ülkelerini hem de Suudi yönetimini memnun etmiştir.

Bölgesel ilişkiler bağlamında Türkiye açısından selefiligi değerlendirmek gerekirse; Türkiye'nin Selefilğin son haliyle karşılaşması Suudi Arabistan ve Mısır'da eğitim alan kişilerin oluşturduğu fikir kulüplerinin kurulduğu döneme denk gelmektedir. 1960'lı yıllara denk gelen bu dönemden sonra özellikle 1980'li yıllarda selefi düşünce mensupları siyasî olarak örgütlenmiş ve Afganistan ve Pakistan gibi ülkelere gönderilen gençler askeri ve siyasî anlamda kendilerini geliştirme olanağı bulmuşlardır (Peköz, 2012: 1). Ancak Türkiye'de Selefilğin çok fazla gelişme imkânı bulacağı pek tahmin edilmemektedir. Tarihsel perspektiften bakıldığı zaman Selefilik daima tepki hareketi olmuştur. Son dönem Selefilğin yani Vehhabiliğin modernleşmeye tepki olarak içe kapanmanın bir ürünü olarak ortaya çıktığı söylenebilir. Selefilğin son dönemlerde Ortadoğu'da ön planda tutulması Şii yayılcılığına karşı olan tepkinin bir sonucudur. Bununla birlikte modernleşmeye tepki olarak ortaya çıkan yeni dönem Selefilğinin Türkiye gibi modernleşme seviyesinin

yüksek olduğu bir ülkede büyük kitlelere hitap etmesi mümkün görünmemektedir (Demirel, 2012).

Türkiye açısından Şiiliğin değerlendirilmesine gelince Vehhabiliğe nazaran Şiilik daha etraflıca incelenmesi gereken bir konudur. Türkiye’de on milyon (“Alevilerin sayısı konusunda fikir birliği bulunmamaktadır. Tahminler, yaklaşık %10 ve %40 arasında değişmektedir. Kasım 2006’da başlatılan bir akademik çalışmaya göre, Aleviler nüfusun yaklaşık olarak yüzde 11,4’ünü oluşturmaktadır (TESEV, 2006). Milliyet gazetesi için yapılan ve 21 Mart 2007’de açıklanan bir araştırma, Alevi olduğunu dile getiren kişilerin yüzde 5,7 (4,5 milyon) kadar düşük bir oran teşkil ettiğini öne sürmektedir (22 Mart 2007). Bu anketin yöntemi ve sonuçları tüm Alevi örgütleri tarafından eleştirilmiştir. Alevi Bektaşî Federasyonu, Türkiye’de nüfusun yaklaşık olarak yüzde 33’ünü oluşturan 25 milyon civarında Alevi bulunduğunu ileri sürmektedir” (<http://www.minorityrights.org/download.php?id=427>.) civarında alevinin yaşadığı bilinmektedir (Çarkoğlu ve Toprak, 2006;37). Şiiliğin bir kolu olarak kabul edilen Alevilik (Nasr, 2006: 65; Gökdağ, 2013), Türkiye’nin toplumsal gerçekliğinde önemli paya sahiptir ve mezhepsel bir farklılık olarak potansiyel sorunlu bir alana da tekabül etmektedir. İran’ın Şiiliğin fikhî ekolünü temsil eden Caferiliğin (Kaplan, 2008) Türkiye’deki mensuplarıyla yakın ilişki içinde olduğu, bu kesimi kendi yanına çekebilme adına onlara bazı destekleler sağladığı yönünde iddialar ortaya atılmaktadır. Mesela son dönemde Caferilerin yoğun olduğu bölgelerde yeni camii inşası konusunda anormal bir yükseliş olduğu Türkiye’de basın ve yayınında tartışılmaktadır. İran’ın bu çabaları sonuç verir yani Türkiye’deki Şii unsurları kendi yörüngesine çekerse, Sünnî ve Şiiler arasındaki gerilim artacağı tahmin edilmektedir (Eygi, 2013). Türkiye tarihten gelen bir güvensizlikle bu durumu sinir uçlarına dokunmak gibi hissetmektedir. Ortadoğu’nun alt üst olmuş durumun daha da kötüye gitmesi Türkiye’nin dış politikası açısından istenen bir durum değildir. Bu yüzden Türkiye ne kendi içerisinde ne de Ortadoğu’da çatışma görmek istiyor. Çünkü Türkiye tarihin kendine yüklemiş olduğu misyonu yerine getirmek için uzlaşî ortamına ihtiyaç duymaktadır (Danforth, 2016; Itani, 2016). Bu yüzden Ortadoğu’da orta yollu bir politika izleyerek tarafların çatışması engellemek gibi amaç benimsemesi gerekmektedir. Çatışma ortamlarından uzak durmalı ve çatışan tarafları da yatıştırmalıdır. Zira Ortadoğu’da savaşanlara nazaran savaşımayanlar savaşın kazanımlarından daha fazla kar elde etmektedirler.

IV. Sonuç

Dünden bugüne Ortadoğu, temelinde siyasi çatışmaların olduğu bir bölgedir. Mamafih günümüzdeki çatışmaları mezhepsel farklılık çatışması olarak değil siyasîlerin bu farklılıkları kullanarak çatışma ortamı oluşturması olarak değerlendirmek mümkündür. Bunun da kaynağında iktidarı elinde tutan kesimlerin, farklı mezhepsel ve etniksel grupları bir tehdit olarak görerek anayasal hak ve hürriyetlerden bu kesimleri mahrum etme olgusu vardır. Irak, Lübnan, Suriye, Yemen ve Bahreyn bunun en bariz örnekleri oluşturur. Ülke

içindeki farklı grupları göz ardı ederek onlara vatandaşlık hakkı dahi tanımayan yöneticiler çatışmaların hazırlayıcısıdır.

Bu meyanda bölgede en gergin ilişkiler Suudi Arabistan ve İran arasında yaşanmaktadır. İran bölgede elde etmiş olduğu çıkarların korunması için köklü diplomasi geleneğinin imkânlarını seferber etmişken Suudi Arabistan ise kendisine tehdit olarak gördüğü İran'ın yayılmacı politikasının yansıması olan ‘‘Şii hilalinin’’ (‘‘Şii Hilali Ortadoğu'daki Şii çoğunluğunun ya da güçlü olan Şii azınlıklarının bulunduğu bölgeyi tanımlayan jeopolitik bir terimdir. Bu terim ilk olarak Ürdün kralı Abdullah tarafından kullanılmıştır. ’’) etkinliğini kırabilmek için her türlü dış politika enstrümanını kendisi için meşru görmektedir. Bu arada bu iki ülkenin kendilerini İslam'ın yegâne temsilcisi olarak görmesi aralarındaki tarihsel husumeti derinleştirmektedir. Söz konusu husumet her iki ülkenin yekdiğerini İslam'ın iyiliği için ortadan kaldırılması gereken bir kötülük gibi göstermektedir. Bu mücadele zaman zaman sönümlenmiş olsa da özellikle 2011 yılından sonra Şii-Selefi sıcak çatışmasına dönüşmüş durumdadır. Her iki kesim arasındaki çatışma bölgesel bir nitelik kazanmış olup son dönemlerde Suriye ve Irak gibi ülkeleri etkisi altına almıştır. Suriye'de Selefi guruplar ile Nusayri hükümet ve Şii Hizbullah arasında uzun bir süredir devam eden çatışmalar nihayetinde Irak'a sıçramıştır. 2014 Haziranından sonra selefi olduklarını iddia eden gurupla Şii hükümet arasında çatışma çıkmış ve İran bu sorun karşısında her türlü yaptırım uygulama kararlılığı içine girmiştir. Öyle ki Ali Sistani IŞİD'e (DEAŞ, DAİŞ) karşı cihat ilan etmiştir. Ayrıca 2015 yılının başlangıcında Yemen'de Şii Hutsilere karşı Suudi Arabistan önderliğinde askeri hareket düzenlendi ve çatışmaların yakın bir zamanda sona ermeyeceği anlaşılmaktadır. Ayrıca iki ülke yönetimlerin varlık sebebi ve meşruiyeti bağlı oldukları mezheplerden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle ne İran ne de Suudi Arabistan Ortadoğu'da mezhep çatışmalarının durması için adım atmayacaklar gibi görünmektedir.

Türkiye her ne kadar mezhep temelli bir politika izlemediğini iddia etse de Ortadoğu halkı nezdinde mezhep temelli hareket eden bir devlet olarak algılanmaya başlanmıştır. Bunda son dönem yaşanan olayların etkisi oldukça fazladır. Zira Türkiye'nin Ortadoğu'ya yöneldiği günden beri ona karşı oluşan bir sempati var olmakla beraber bu algının yavaş yavaş yerini kaygıya bıraktığı görülmektedir. Suriye ve Mısır konusunda eleştirilmekte özellikle Suriye'de radikal selefi gurupları desteklemekle itham edilmektedir. Türkiye Ortadoğu'da huzurun var olmasını istiyorsa mezhep temelli çatışmaların önüne geçmeli, üstlenmiş olduğu ara bulucu rolü layıkıyla yerine getirmelidir.

Kaynaklar

- Akgün, B. ve Bozbaş, G. (2013), ‘‘Arap Dünyasında Siyasi Selefizm ve Mısır Örneği’’ *Akademik Orta Doğu Dergisi*, 7, sayı. 2, s. 18.
- Akgün, M. vd., (2010), Ortadoğu'da Türkiye Algısı 2009, TESEV Yayınları.
- Akgün, M, vd. (2011), Ortadoğu'da Türkiye Algısı 2010, TESEV Yayınları.

- Akgün, M. ve GÖNDOĞAR, S. S. (2013), Ortadoğu'da Türkiye Algısı 2013, TESEV Yayınları.
- Akpınar, M. (2013), İran ve Selefiler İslam'ı İki Cihetten Aşındırıyor, www.mahmutakpinar.com.
- Arı, T. (2008) Geçmişten Günümüze Ortadoğu Siyaset, Savaş ve Diplomasi, Mkm Yayıncılık 4. baskı Bursa.
- Arıkan, P. (2012), “Suriye'nin Nusayri Yüzü ve İran”, *Ortadoğu Analiz*, Temmuz -Cilt: 4 - Sayı: 43, ss. 18-29.
- Ataman, M. (2012), “Türkiye- Suudi Arabistan İlişkileri: Temkinli İlişkilerden Çok Taraflı Birlikteliğe”, *Ortadoğu Analiz*, Eylül, Cilt 1, Sayı 9, ss. 72-81.
- Ayhan, V. (2010), “Geçmişten Geleceğe Türkiye- Suudi Arabistan İlişkileri”, *Ortadoğu Analiz*, Kasım, Cilt 2, Sayı 23, ss. 25-35.
- Ayhan, V. (2012) “Ortadoğu'daki Şii-Sünni Gerginliği ve Türkiye, *Ortadoğu Analiz*, Şubat, Cilt: 4 Sayı: 38, ss. 18-24.
- Ayhan, V. (2011), “Suudi Arabistan'da Arap Baharı”, *IMPR* Rapor-no:8.
- Barkey, Henri J. (2016), “Erdoğan's Foreign Policy Is in Ruins” *Foreign Policy*, <http://foreignpolicy.com/2016/02/04/erdogans-foreign-policy-is-in-ruins/>.
- Büyükkara, M. A. (2013), “İslam Kaynaklı Mezheplerin Ortadoğu'daki Coğrafi Dağılımı ve Tahmini nüfusları”, *e-makâlât Mezhep Araştırmaları*, VI/2 Güz, ss. 321-354.
- Çarkoğlu, A. ve Toprak, B. (2006), Değişen Türkiye'de Din, Toplum ve Siyaset, Tesev Yayınları.
- Danforth, N. (2016), “Turkey's New Maps Are Reclaiming the Ottoman Empire” *Foreign Policy*, <http://foreignpolicy.com/2016/10/23/turkeys-religious-nationalists-want-ottoman-borders-iraq-erdogan/>.
- Davison, Roderic H. (1960), Where Is the Middle East?, *Council on Foreign Relations*, Volume: 38, Number: 4, ss. 664-675.
- Demirel, S. (2012), “Şiilik, Selefilik ve Türkiye”, [http://www.habervakti.com/05 Ocak tarihinde yayınlanmıştır](http://www.habervakti.com/05-Ocak-tarihinde-yayinlanmistir).
- Dilek, K. (2013) , “Şiilik Çalışmaları”, *IMPR*.
- Eygi, M. Ş. (2013), “Türkiye'de Ehl-i Sünneti Saran Tehlikeler”, www.milligazete.com.tr/koseyazisi/Turkiyede_Ehl-i_Sunneti_Saran_Tehlikeler, 04 Nisan tarihinde yayınlanmıştır.
- Francisco, J. (2016), Shi'a Political Identity in Saudi Arabia and Bahrain Oil boom and the Iranian Revolution leading up to the Arab Spring (working paper).
- Gökdağ, B. A. (2013.), “Ortadoğu Bölünmüşlüğünde Şii-Alevi Türk Dünyası”, *21. Yüzyıl Türkiye Enstitüsü*. <http://www.21yyte.org/arastirma/ortadogu-ve-afrika-arastirmalari-merkezi/2013/08/19/7162/orta-dogunun-bolunmuslugunde-si-alev-turk-dunyasi>.

- Hasan, İ. (1991), “Târîhu’l-İslâm es-Siyâsî ve’ d-Dînî ve’ s-Sakâfî ve’ l-İctimâ’”, I-IV, *Dâru’l-Fikr*, Beyrut/Kahire, I, 322 ‘Aktaran: Şaban ÖZ’.
- Hizmetli, S. (1983), “İtikadî İslam Mezheplerinin Doğuşuna İctimai Hadiselerin Tesirleri Üzerine Bir Deneme”, *AÜİFD*, XXVI. ss. 653-680.
- İşcan, M. Z. (2002), “İmamiyye Şia’sında Politik Bir Teori Olarak İmamet’in İmkânı”, *Ekev Akademi Dergisi*, Yıl: 6, Sayı: 10. ss. 73-94
- İşcan, M. Z. (2006), *Selefilik; İslam Köktendinciliğinin Tarihi Temelleri*, kitap yayınevi 1. Baskı İstanbul.
- Itani, F. (2016), “Why Turkey Went to War in Syria” *Foreign Policy*, <http://foreignpolicy.com/2016/08/24/why-turkey-finally-went-to-war-in-syria-jarablus-invasion-kurds/>.
- Jawoshy, O. ve Schwirtz, M. (2012), *Iraq’s Vice President Calls Death Sentence ‘Unjust’*, <http://nyti.ms/TBk4qG>.
- Johnson, K. (2016), “To Punish Iran, Saudis Scuttle Oil-Freeze Plan”, *Foreign Policy* <http://foreignpolicy.com/2016/04/18/topunishiransaudisscuttleoilfreezeplan/>.
- Kamrava, M. (2005), *The Modern Middle East: A Political History Since The First World War*, University Of California Press, Ltd., London.
- Kaplan, D. (2008), “Şiiliğin İran Topraklarında Egemenliği: Safeviler Öncesi Arka Plan ve Safevi Dönemi Şiileştirme Politikaları”, *Marife- Şia Özel Sayısı*, Yıl: 8, Sayı: 3, ss.183-203.
- Keskin, A. (2009), “İran-Türkiye İlişkilerine Genel Bir Bakış”, *21. YÜZYIL*.
- Kubat, M. (2004), “Selefi Perspektifin Tarihselliği”, *İslami Araştırmalar Dergisi* Cilt:17 Sayı:3, ss. 235-255.
- Kutluay, Y. (1965), *İslam ve Yahudi Mezhepleri*, Ankara, ss.216.
- Lewis, B. (2009), *Tarihte Araplar*, Çev: H. Dursun Yıldız, Ağaç Kitapevi Yayınları, İstanbul.
- Milani, M. (2016), “Saudi Arabia's Desperate Measures; The Domestic and Regional Fears Fueling Riyadh” *Foreign Affairs*, <https://www.foreignaffairs.com/articles/saudi-arabia/2016-01-10/saudi-arabias-desperate-measures>.
- Nasr, V. (2006), “When the Shiites Rise”, *Council on Foreign Relations*, Volume 85, Number 4, ss. 58-74.
- O’leary, D. L. (1968), *Arabic Thought and Its Place In History*, Routlage & Kegan Paul Ltd. Broadway House, 68-74 Carter Lane, London.
- Olidort, J. (2015), *What Is Salafism? How a Nonpolitical Ideology Became a Political Force*, *Council on Foreign Relations*.
- Onat, H. (2013), “İran İslam Devrimi ve Şiilik”, *e-makâlât Mezhep Araştırmaları*, VI/2 Güz, ss. 223-256.
- Onat, H. (1997), “Şiiliğin Doğuşu Meselesi (Birinci Asır)”, *AÜİFD*, XXXVI, ss.79-117
- Onat, H. (1992), “Şii İmamet Nazariyesi”, *A.Ü.İ.F.D.*, C. 32, ss. 89-110

- Onat, H. (1989), “Şiilik ve Günümüz Şiiliğinde Bazı Yeni Yaklaşımlar Üzerine”, *İslâmî Araştırmalar Dergisi*, 3/3, ss. 122-138.
- ÖZ. Ş. (2008), “Şia’nın Aslı ve Doğuşu Üzerine Görüşler”, *e-makâlât Mezhep Araştırmaları*, 1/2 Güz, ss. 29-47.
- Peköz, M. (2012), <http://www.sendika.org/2012/08/akp-selefililerle-kol-kola-el-kaidelesen-akp-dr-mustafa-pekoz/>.
- Sokolsky, R. (2016), “Time to Get Tough on Saudi Arabia; The Execution of Nimr al-Nimr and What to do About It” Foreign Affairs, <https://www.foreignaffairs.com/articles/saudi-arabia/2016-01-06/time-get-tough-saudi-arabia>.
- Şahin, M. (2010), “İran Dış Politikasının Dini Retoriği”, *Akademik Orta Doğu*, 2(2), ss. 9-19.
- Şeriatî, A. (1990), *Ali Şiası ve Safevî Şiası*, çev: Feyzullah Artinli, Yöneliş Yayınları, 2. Baskı. İstanbul.
- “The Sunni-Shia Divide”, <http://www.cfr.org/peace-conflict-and-human-rights/sunni-shia-divide/p33176#!/>.
- Tol, G. ve Vatanka, A. (2016), Turkey and Iran's Rekindled Courtship, Middle East Institute, <http://www.mei.edu/content/article/turkey-and-irans-rekindled-courtship>.
- Uyar, M. ve diğ. (2010), *İslam Mezhepleri Tarihi*, ed. M. Ali Büyükkara, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Watt, W. M. (1981), *İslam Düşüncesinin Teşekkül Devri*, çev: Ethem Ruhi Fırlı, Umran Yayınları, 1. Baskı, Ankara.
- Wellhausen, J. (1989), *İslamiyet’in İlk Devrinde Dini-Siyasi Muhalefet Partileri*, çev. Fikret Işıltan, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara.
- Yılmaz, C. (2011), “İran ve Suudi Arabistan’ın Bitmeyen Bölgesel Rekabeti”, *Orta Doğu Analiz*, Şubat - Cilt: 3 - Sayı: 26, ss. 53-62
- Yönem, A. (2013), “Şii-Sünni İlişkileri Bağlamında Günümüz Selefililiği”, *e-makâlât Mezhep Araştırmaları*, VI/2 Güz, ss. 195-222.
- www.aa.com.tr/tr/dunya/343591-uzmanlar-musuldaki-durumu-degerlendirdi
11.06.2014.
- www.aljazeera.com.tr/haber/erdogan-mezhepcilik-fitnedir
- www.bbc.co.uk/turkce/haberler/2014/06/140609_ruhani_gul_toplanti.shtml.
- www.bbc.com/turkce/haberler/2015/06/150619_suriye_afgan_parali_askerler.
- www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2119rank.html
- www.edition.cnn.com/2012/08/08/world/syria-iran-analysis/.
- www.ft.com/intl/cms/s/0/705f7ce4-f9c8-11e2b8ef00144feabdc0.html#axzz2ai70CJWe 31.07.2013.
- www.iha.com.tr/iran-iraka-askeri-destek-gonderdi-dunya-363486 13. 6. 2014.
- www.imam-khomeini.com/web1/turkish/showitem.aspx?cid.
- www.pewforum.org/2011/01/27/the-future-of-the-global-muslim-population/.
- www.riyad.be.mfa.gov.tr>ShowInfoNotes.aspx?ID=121158, 14.09.2008.
- www.un.org/press/en/2010/sc9948.doc.htm, 9.06.2010.

THE CLIMATE CHANGE AND ENERGY SECURITY NEXUS IN THE U.S.*

*Elif ÇOLAKOĞLU***

Alınış Tarihi: 05 Şubat 2016

Kabul Tarihi: 27 Ekim 2016

Abstract: Today, more than ever before, the changing global climate is defined as a new direct and multifaceted issue threatening the national security of all countries. Considering the effects of climate change, especially through extreme weather events, the situation seems quite serious. The future of humankind and our planet may be in jeopardy due to it. Thunders, droughts, forest fires and floods have caused environmental impairments and longer-lasting drought not recycled and this situation has adversely affected the food, water and sanitation security of millions of people and mass migration has happened for more than a decade. The worst and devastating effects of these problems that are belonged to largely the responsibility of developed countries, mostly are seen, or will see, developing countries which have scarce natural resources and limited facilities to adapt to these challenges caused by climate change. They are state's most costly and destructive natural disaster. Conversely, there are possibility which the problems created by climate change can lead to conflicts and tensions among the states and communities, especially on the world's most unstable regions, as well as threatening economic and political stability, that is, peace and tranquility.

This study is both to emphasize the close relationship between energy and climate security and put clearly forward to what extend does national security affect by climate change. Both policies are carried out over the world together. The U.S. climate security politics based on energy demand, in this framework, is to discussed and analyzed on this basis of at present in this study.

Keywords: Climate Change, Energy Security, the U.S.

ABD'DE İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ VE ENERJİ GÜVENLİĞİ BAĞLANTISI

Öz: Küresel ölçekte değişen iklim, bugün her zamankinden daha fazla, tüm ülkelerin ulusal güvenliklerini tehdit eden yeni, doğrudan ve çok yönlü bir mesele olarak tanımlanmaktadır. Özellikle aşırı hava olayları nedeniyle iklim değişikliğinin etkileri dikkate alındığında, durumun oldukça ciddi olduğu görülmektedir. İnsanlığın ve gezegenin geleceği, bundan dolayı tehlike altında olabilir. Kasırgalar, kuraklıklar, orman yangınları ve seller, geri dönüşümü mümkün olmayan çevresel bozulmalara ve uzun süren kuraklığa neden olmakta ve bu durum, milyonlarca insanın gıda, su ve sağlık koruma güvenliğini olumsuz yönde etkilemekte ve on yıldan daha fazla bir süredir kitlesel göçlere yol açmaktadır. Gelişmiş ülkelerin büyük ölçüde sorumlu olduğu bu sorunların

*This updated study was presented as a titled of "On the road to ensuring climate security..." at the Second International Congress on Urban Environmental Issues and Policies, 04-06 May 2012, Trabzon, Turkey

**Assoc. Prof. Dr. Department of Public Administration, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Atatürk University

en kötü ve yıkıcı etkileri, doğal kaynak kıtlığı yaşayan ve iklim değişikliğinin yol açtığı bu (*gibi*) sorunlarla mücadele etmede sınırlı olanaklara sahip olan gelişmekte olan ülkelerde çoğunlukla görülmekte, görülecektir. Onlar (*bu sorunlar*), ülkelerin en maliyetli ve yıkıcı doğal felaketidir. Diğer taraftan, iklim değişikliğiyle yaratılan (*bu*) sorunların, ekonomik ve siyasal istikrarı, yani barış ve huzuru, tehdit etmesinin yanı sıra, özellikle dünyanın en istikrarsız bölgelerinde, ülkeler ve topluluklar arasında çatışmalara ve gerginliklere yol açabilme olasılığı bulunmaktadır.

Bu çalışma, hem enerji ve iklim güvenliği arasındaki yakın ilişkiyi vurgulamakta ve hem iklim değişikliğinin ulusal güvenliğe ne ölçüde etkilediğini ortaya koymaktadır. Her iki politika, dünyada birlikte gerçekleştirilmektedir. Bu çalışmada enerjiye dayalı ABD'nin iklim güvenliği politikaları tartışılmakta ve bu çerçevede bugüne dayalı olarak analiz edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: İklim Değişikliği, Enerji Güvenliği, ABD.

I. Introduction: The Borders Which Are Losing Importance

The changing global climate, today, is defined as a new, direct and multifaceted issue threatening the national security of all the countries. Considering the effects of climate change, especially the extreme weather events, the situation seems quite serious as it may put the future of humankind and our planet in jeopardy. Hurricanes, droughts, forest fires and floods have caused environmental impairments and also this situation has adversely affected the food, water and sanitation security of millions of people and mass migration, has occurred for more than a decade. The terrible and devastating effects of climate change that are largely the responsibility of developed countries, mostly are seen, or will see, developing countries the most which have scarce natural resources and limited facilities to adapt to these challenges. Also, there is the possibility that problems created by climate change can lead to conflicts and tensions among states and communities, especially in the world's most unstable regions, as well as threatening economic and political stability, that is, peace and tranquility.

The common opinion published recently in reports and other documentations (The White House, 06.23.2010; CNA Analysis & Solutions, 06.23.2010) that are a roadmap for the national security, is that climate change will directly affect the U.S. national security and its overseas interests in the near future, and will create a serious security problem with the predicted effects of it including extreme weather events, drought, flooding, sea level rise, retreating glaciers, habitat shifts, and the increased spread of life-threatening diseases. It is likely to add a further complex dynamic to the drivers of social, economic and political crisis and therefore, the U.S. may experience mounting pressure to accept large numbers of immigrant and refugee populations due to these problems i.e. food shortages, water crisis and catastrophic flooding from many so-called "failed states" ("The term 'failed state' entered the U.S. diplomatic lexicon and gained wide currency in the aftermath of the Cold War.

The Clinton Administration identified failed states as one of four categories in its typology of countries comprising the post-Cold War international system-the other three being advanced industrial democracies, emerging democracies with market economies, and 'rogue states'. The administration established the State Failure Task in 1994 to examine the causes of state failure, as well as measures to ameliorate its consequences and forestall its occurrence.”; Craig, 2003: 33) or “fragile states”, especially in Latin America and Africa. All of the U.S. is likely to warm during the century, especially the western, central and eastern regions of North America (U.S. EPA, *ibid.*: 123). After Hurricane Katrina, which occurred in 2005, in the past year, 14 hurricanes occurred in the U.S. (Cumhuriyet Bilim Teknik, 2006: 4).

But this issue would be a threat that leads to further increasing and trigger of economic and political instability in some regions of the world such as in Asia, Africa and Middle East, due to their unique. It is claimed that existing problems such as poverty, social tensions, environmental degradation and the weakness of political institutions will grow deeper with climate change. These changes, according to Homer-Dixon, will affect especially agricultural production in both the developed and developing countries, especially if they increase the incidence of extreme events, i.e. droughts, floods, and heat waves (Homer-Dixon, 1999: 61). People in Mexico are already leaving the state of Oaxaca due to drought and soil erosion. Mexican rainfed maize production has decreased up to 40 percent to date. This situation also could respectively cause consistent land degradation, free trade, and the privatization of communal peasant lands, all of which could lead to grave internal conflict (Homer-Dixon, 1998: 289).

On the other hand, the close relationship between energy security - defined as “access to secure, adequate, reliable, and affordable energy supplies” (Jason Bardoff, 2010: 214) - and climate change and the U.S. national energy interests based on some regions. Until recently, climate change had actually been a relatively low priority (Revkin, 2010). In particular, they, show in detail, how climate change and energy dependence (especially on oil) (“In the U.S., energy consumption increased 1.7 percent per year on the average over the 10 years.”; Fay and Golomb, 2002: 15) create threats to its national security-military, diplomatically and economically, and why energy and climate change should not be considered separate and independent issues and instead are closely linked. That is why climate and energy security have come to be synonymous with energy independence.

This study attempts to shed light on the argument that the essence of the U.S. climate policy is based on its energy policies. This analysis formed on the basis of this idea is to explain how the U.S. energy policies have affected and determined its climate security both international and national levels. Climate security today is used as a tool on describing and explaining all the countries' foreign policy based on energy.

II. The Climate Security's Politics Based on Energy Demand

The U.S. is the world's largest energy consumer and the second largest emitter of greenhouse gases. Its share approximately corresponds to 20 percent of total consumption, and it is coming after China ("China leads the world in coal production and consumption and relies on coal for approximately 70 percent of its energy. As a result, China emits an enormous amount of carbon dioxide, and in 2007, it overtook the United States as the largest carbon emitter of the world."; Ma, 2010: 29) which has one-fifth of the world's population. It releases the greenhouse gas equivalent of over 7 billion metric tons of carbon dioxide that nearly 90 percent of these emissions are related to the production and use of petroleum, coal, and natural gas. Currently, over 77 percent of the U.S.'s electric generating capacity is based on fossil fuels and coal plants alone meet almost 50 percent of its electricity demand. (Committee on Energy and Natural Resources United States Senate, *ibid.*: 34) Moreover on one hand fuel prices increase and energy demands grow, while on the other hand available energy resources deplete. The demand for oil, for example, is expected to increase 15 percent by 2030 (The BESAC Subcommittee on Facing Our Energy Challenges in a New Era of Science, 2008: 2). If half the heavy oil and bitumen deposits in the U.S. are brought to market, they would alone satisfy the current demand for crude oil for more than 150 years (Herron and King, 08.02.2010).

Therefore, the U.S. must decrease its dependency on imported oil, use energy in the most efficient ways possible, and more importantly decrease significantly its carbon emissions, for its "energy security" (Committee on Energy and Natural Resources United States Senate, *ibid.*: 27). Overcoming these struggles will require both a sustained commitment for the long-term and quick action in the near-term. The Obama Administration (2009-Present) has shown and reiterated his commitment in this regard by reducing the U.S. dependence on oil and sharply cutting greenhouse gas emissions. During his presidential campaign, he already declared his goal is to reduce the U.S. greenhouse gas emissions 80 percent by 2050, increase the share of renewable energies to 25 percent of total energy consumption by 2025, and install emissions trading system in an entire country (Mildner and Richert, 2010: 5).

On the other hand, the U.S. requires new policies and strategies and to develop the next-generation sustainable energy technologies, such as carbon capture and sequestration; high-efficiency coal and nuclear electricity; renewable solar, wind and geothermal power generation; solar fuels and biofuels; solid state lighting; energy storage for plug-in hybrid and battery electric cars, and high-temperature superconductivity for a 21st century electric grid (Committee on Energy and Natural Resources United States Senate, *ibid.*: 27; the BESAC Subcommittee on Facing Our Energy Challenges in a New Era of Science, *ibid.*:2) that will break the U.S.'s dependence on fossil fuels. That for, it estimates that, by the year 2050, the U.S. needs to the transforming economy from one that's based on fossil fuels to one that's based on clean, low-

carbon, energy will require significant investment in the range of about \$45 trillion (Committee on Energy and Natural Resources United States Senate, 2008: 2).

III. Combat Climate Change and Energy at Home

The development of environmental management in the U.S. demonstrates that the combination of fragmentation of power at the federal level with federalism. It, that is, comprise not “in any integrated or coherent whole, but in a heterogeneous patchwork of statutes, purposes, instruments, agencies, and levels of government” (Andrews, 2006: 11). In this management, the U.S. federal government, on one hand, has taken on a powerful role in environmental policymaking; on the other hand, the state governments have delegated most policy implementation (Kelemen, 2004: 54). Even the EPA has no unique overall statute authorizing it to protect the environment (Andrews, *ibid.*: 11). This, naturally, reflects climate politics. Accordingly, while the states (According to data from the year 1999, for example, “Texas exceeds the United Kingdom and France in annual emissions, just as Ohio exceeds Taiwan, Illinois exceeds Thailand, Georgia exceeds Argentina, New Jersey exceeds Egypt, Wisconsin exceeds Pakistan, Colorado exceeds Iraq, and Massachusetts exceeds Norway.”; Rabe, 2004: 4), in particular the states of California, Washington, D.C. and New York, is significant players in interpreting, applying, enforcing, and regulating beyond the scope of federal law, the U.S. federal government mostly calls the shots by establishing main environmental quality standards and influencing conditions on the delegation of permit programs to the state governments (Engel, 2006: 1015).

Till today, the state governments have actively applied and pursued programs, and legal and policy measures to reduce emissions of greenhouse gas emissions, with mostly 80 percent below current levels by 2050 (Snyder and Binder, 2009: 242) in the long term. For this, in particular since 1998, states laws which require formal commitments in nearly every sector that generates greenhouse gas emissions and which establish specific state-based strategies, have been enacted (Rabe, 2004: 3). State initiatives to regulate greenhouse gas emissions substantially have affected the development of a federal program. They, more clearly, have facilitated compliance with a federal program by reducing the overall cost of a given level of nationwide emissions reduction and the demand for carbon-intensive energy (Snyder and Binder, 2009: 251). They include renewable electricity portfolio standards, energy efficiency portfolio standards, net metering, energy efficiency provisions in building codes, public funding or benefit programs for efficiency and renewable energy, tax incentives, and registries for early greenhouse gas reductions (Dernbach and Kakade, 2008: 15-18). As an example, the State of California which is dependent on imported power for approximately 30 percent of its needs and has a commitment to a 25 percent cut in greenhouse gas emissions by 2020 (Erspamer and Sprengel,

08.18.2010), based on the state's Global Warming Solutions Act of 2006, known as AB 32, has applied an effective market-based program to implement the statewide cap (Engel, 2006: 1016). The impetus behind the ballot initiative, the greenhouse gas emissions law that is the strictest in the nation (Roosevelt, 2010a: AA4), is the oil industry, which has contributed more than three-quarters of the \$3.1 billion to getting it passed and it requires establishment a state-wide cap on emissions of greenhouse gas emissions (Hiltzik, 2010: B; Roosevelt, 2010b: AA4). Compared to the other states, the State of California, especially, is recognized as a driving force and a leader in state, regional and federal climate change policy making (Carlarne, 2008: 1372). It, for instance, signed a cooperative arrangement with the U.K. to share information and markets in greenhouse gas credits (Office of the Governor, 2010). It seems to be quite stable on climate change which its program related to electricity supply and demand has a particularly 33 percent target by 2011 (Farber, 2008).

Conversely, these initiatives, also, are carried out at regional level. The Regional Greenhouse Gas Initiative (RGGI), which showing the mechanics of developing a cap-and-trade program for carbon dioxide, is one of them. It is formed by ten northern states - the states of Connecticut, Delaware, Main, New Hampshire, New Jersey, New York, Vermont, Massachusetts, Rhode Island, and Maryland -, has developed a model rule to establish a cap and trade program for electric utilities. Thus and so, it is to succeed a 10 percent reduction in carbon dioxide emissions from covered facilities from 2015 to 2018. (Dernbach and Kakade, 2008: 119) The State of New York, hereof, has the programs that have the effect of reducing greenhouse gas emissions from the power sector include RGGI, a direct emission reduction program and non-regulatory efforts such as the renewable performance standard of 25 percent by 2013 and the state's goal of achieving a 15 percent reduction in electricity use by 2015 (Snyder and Binder, 2009: 242). It aims to reduce greenhouse gas emissions by 30 percent below 1990 levels by the year 2030 (Hildreth et al., 2009: 82). The other examples of multistate cooperation include The West Coast Governors' Global Warming Initiative (the states of California, Oregon and Washington, D.C.), Southwest Climate Change Initiative (the states of Arizona and New Mexico), Powering the Plains Initiative (the states of North and South Dakota, Iowa, Minnesota, Wisconsin and Manitoba) and Western Regional Climate Action Initiative (the state of Arizona, New Mexico, Oregon, Washington, D.C. and California). The seven U.S. states, with Canadian provinces, that comprise the Western Climate Initiative reflect diverse geographies, industries, climates, populations, and energy and transportation infrastructure, (Western Climate Initiative, 2010) with an agreement to collectively reduce their emissions through a regional cap-and-trade program similar to the Kyoto Protocol's framework (Long, 2008: 187). These programs generate little in terms of technology development or adoption, and they obtain

only symbolic reductions in greenhouse gas emissions concerning even a modest federal program (Adelman, 2010: 216).

Given looking of how climate change is taken addressing at the federal level, the U.S. does not lean towards, particularly due to the energy crisis. Of course, the federal government has an official climate change policy. It, particularly, is remarkable that many states have taken direct regulatory action to fill the vacuum left by the U.S.'s refusal to participate in the Kyoto Protocol (Ferrey and Queen, 2008: 211). To date, in the U.S., almost every state, and also local governments, had taken steps of some kind to address this issue. The State of California, for example, as noted, is profoundly considering a market-based cap-and-trade program to reduce greenhouse gases, which could potentially be linked to the EU's Emissions Trading Scheme or to other carbon markets outside the U.S. (Chamerinsky et al., 2008: 57). But, climate policies at state level, as noted above, solemnly is implemented, although there are no take any responsibility concerning this issue on international level. According to Holland, generally, the conflict over environmental policies and practices does not arise from the struggle for power between federal and state governments in their constitutionally assigned sphere. On the contrary, to him, in many disputes, the provinces are substitutes for locally based economic interests and the federal government is a surrogate for those associations willing to put environmental protection ahead of economic growth and development. (Holland, 1996: 15) As it is, given thinking in respect to the federal-state relations, the following questions come to mind: "What is the extend of federal power over the climate change?", or it may be asked "What is the power of the federal constitutional limits?" Overall, there can have trouble with three issues in terms of this issue: The Commerce Clause, the treaty power, and the Congress's power under Art. IV-3(2) to "make all needful rules and regulations" governing the U.S. property (Lieberman, 1999: 168).

IV. The Commerce Clause Limits on State Action: The Commerce-Power Doctrine

The U.S. Constitution empowers and provides the branches - the legislature, the executive and the judiciary - to place checks on each other's exercise of these powers. This principle - separation of powers - has figured out environmental management, thereby climate change management. The separation of legislative and executive power has encouraged the U.S. Congress to draft detailed environmental legislations aimed at limiting executive discretion, while safeguarding judicial independence and encouraging courts to play an active role in the regulatory process. These dynamics, conversely, have limited the discretion of state governments in implementing federal laws. (Kelemen, *ibid.*: 55) Given looking to the U.S. Constitution, it will be seen that it originally did not mention environmental policy directly or indirectly. But, under the Tenth Amendment, the authority and responsibility to make

environmental policy, the state governments were entitled by the authority and responsibility to make environmental policy. (Kelemen, *ibid.*: 56) It, which is part of the Bill of Rights, explains that the federal government, only, is limited to the powers granted in the U.S. Constitution, by providing that powers not granted to the federal government nor prohibited to the states by the Constitution of the United States are reserved to the states or the people. Also, there are clauses related to taxing (art. I, sec. 8), spending (art. I, sec. 8), commerce (art. I, sec. 8), treaty making (art. II, sec. 2), federal property (art. IV, sec. 3) and federal supremacy (art. VI, sec. 2) among the federal constitutional powers. State power has been limited by these clauses which judicially figured out federalism doctrines derived from the U.S. Constitution (Hodas, 2009: 385). But, on the contrary, there is the commerce power versus state rights. The states, otherwise, have police power (power to protect the health, safety, welfare & morals of a state's citizens), spending power and power to regulate land use. (Coenen, *ibid.*, 178-196; Fitzgerald, *ibid.*: 20-21)

The primary constitutional basis for climate change management at federal level is the commerce clause. The so-called the dormant Commerce Clause grants that the U.S. Congress the power and the right to regulate interstate commerce, and it limits the power of the states to erect barriers against interstate trade (art. 1, sec. 8). The cooperation between the federal government and the executive branch individual states is based on this clause that is the foundation for all of the federal government's powers to legislate and regulate and lists all of the areas that are under the unique judicial power of the U.S. Congress (Mildner and Richert, *ibid.*: 16). It is not grant of power to the federal courts or a restriction on state legislation. This was, basically, targeted at prohibiting discriminatory prices or exclusionary laws which would protect local business from competition by interstate firms (Andrews, *ibid.*: 60). The aim of this clause, according to Schultz et al., is to open the U.S. markets in order that the large nation would effectively become a solitary free-trade zone (2010: 178). In the area of environmental management, it is the most important of all of the U.S. Congress's powers, out of virtually all federal environmental laws are adopted by the U.S. Congress under its authority (Hudson, 2010: 34). The NEPA and other major environmental laws, for instance, have been enacted under the Commerce Power and present no direct difficulties. But the U.S. Congress has no power more sweeping than that of regulating commerce. (Lieberman, *ibid.*: 168, 254)

Since 19th century, by the U.S. Supreme Court, it has constructed as preventing certain kinds of state legislation, even when the U.S. Congress has kept silent. Diverse doctrinal statements have been benefited in an effort to support legal intervention, while the restrictions have been subject to changing formulations. (Farber, *ibid.*) The court has long constrained state initiatives that both burden interstate commerce and discriminate against commerce that originates in another state. This has mostly caused federal preemption, through

state policy initiative is prevent by what in effect translates to a federal capture of the policy area said. (Rabe, *ibid.*: 163) It has been interpreted to prevent states from regulating interstate commerce, which is commonly known as the dormant Commerce Clause. As the U.S. Supreme Court put forward in *Gibbons v. Ogden*, “when a state proceeds to regulate commerce... among the several States, it is exercising the very power that is granted to Congress.” Under this clause, courts will invalidate state laws that discriminate against or unduly burden the interstate flow of commerce. This negative aspect of this clause forbids economic protectionism - that is, “regulatory measures designed to benefit in-state economic interests by burdening out-of-state competitors.” (Erspamerand Sprenkel, *ibid.*: 2; Gavit, 1932: 10-12) It, according to Chemerinsky et al., is an unwritten consistent extension of the U.S. Congress’s power that prevents states from usurping the U.S. Congress’s authority to regulate interstate commerce (2008: 53).

According to Lieberman, the U.S. Congress and the president, under the commerce clause, have considerable authority to provide for the national security, although their power has limits (1999: 314). Therefore, there are preponderant both of them on issues related to energy and climate security. Federal system in which the relationship have shaped in this framework, constrains on state greenhouse gas statutes might arise from the dormant commerce clause. It may limit a state’s suppleness to develop and promote renewable energy production, and many of mechanism to subsidize renewable energy generators, can conflict with this clause (Stiles, *ibid.*: 36, 68). This clause concerns might be serious when states are regulating electric utilities by favoring in-state electricity generators over in-state suppliers. Conversely, states may, *de jure*, use their traditional power to regulate natural electricity monopolies without violating it, even if out-of-state suppliers of electricity may incidentally be adversely affected. Thus, a state may impose an externality valuation in regulating utilities, just so the valuation does not discriminate against interstate commerce or out-of-state interests. Nor may state regulatory control of electric utilities be used to reduce trading of sulphur dioxide emissions permissions under the Clean Air Act, even if a downwind state believes that trades by in-state utilities to utilities in up-wind states will have a direct, reverse impact on air quality in the down-wind state. Therefore, unless state statutes, regulations, or executive orders that require consideration of greenhouse gas emissions effects (which may comprise outside the state’s borders) in integrated resource planning and rate-making are designed to discriminate against interstate commerce or unduly burden interstate commerce they would not appear to raise dormant commerce clause questions. (Hodas, *ibid.*: 386)

V. Conclusions: The Challenge has to go on and on

The catastrophic consequences of climate change are already becoming national security threats to the U.S. and its overseas interests, especially from

extreme weather events that directly affect the U.S. homeland and countries of strategic concern. Because, as noted above, in the 20th century the U.S.'s driving force was powered by relatively inexpensive domestic fossil fuels; however, today, it imports approximately 60 percent of its oil, draining financial resources from its economy and leaving it vulnerable to volatility in oil prices (Committee on Energy and Natural Resources United States Senate, *ibid.*: 6). Therefore, the U.S. is taking a hard look at the possible security implications resulting from it, which is one of the great challenges of our times, and accordingly, is trying to establish policies, the main objective of which is to create an effective, efficient, and economically beneficial climate change and clean energy strategy. Multilayered action and a comprehensive strategy are required, but they must be evaluated and integrated within a whole and along with national security documents.

Conversely, a question comes to mind at this point: "How willing is the U.S. to do this?" Because, the dilemma is compounded by differences in expectation between state and federal authorities. The U.S. states play an important role for the realization of concrete climate protection activities and initiatives. These climate and energy policies are to apply by complementing a federal program with programs and policies at the local, state and national levels. On the demand side, the U.S. as a nation state does not want to take a responsibility and an obligation, rather wanted to refrain from being part of any action which has binding and restrictive effects, particularly on the international stage, although the issue has a primary importance and showing the degree of U.S. leadership on this issue. For instance, even the U.S., in particular, refrains from signing the Kyoto Protocol which is an internationally stringent treaty. Although the U.S. has returned to the multilateral climate negotiations, the Obama Administration is not still willing to binding itself to a set of regulations (Mildner and Richert, *ibid.*: 5). Also, even if the U.S. Congress passed it, ratifying an internationally binding treaty will remain almost impossible, because this would require a majority of 67 percent vote in the U.S. Senate (Mildner and Richert, *ibid.*: 6). Moreover, the Democratic supporters of it in the U.S. Senate gradually have lost their supermajority, especially after the oil spill in the Gulf of Mexico (Gold and Casselman, 2010: A1; Martin and White, 2010: B2; CNN Politics, 2010; Mildner and Richert, *ibid.*: 6).

On the other hand, it is clear that the most probable threats to the U.S. in coming decade are climate change and energy security policies. From this aspect, its national interest goal set, the pursued strategy, and reorganization and integration of existing foreign affairs activities will be essential. But, these policies should not a more insecure atmosphere for those regions which have a higher probability of conflicts and tensions. Also, all regulations must become more effective especially for multinational companies which are only driven profit by a motive due to their very nature and only accept natural resources as economic goods (Colakoglu, 2008: 52). If the goal is a sustainable national

security, this issue should be comprehended as a multi-dimensional concept. The U.S., more clearly, should not pursue climate politics only on the basis of certain political and economical policies of lobbies, particularly in the Middle East. It must produce the solutions according to economic, political and economic realities of these regions which are shown in documents related to national security. At this point, the importance of bilateral and multilateral cooperatives is emerging between regional states, especially in the energy field.

References

- Adelman, D. E. (2010). "Climate Change, Federalism, and Promoting Technological Change", Alyson C. Flournoy and David M. Driesen (ed.) *Beyond Environmental Law: Policy Proposals for a Better Environmental Future* (New York: Cambridge University Press), pp. 199-221.
- Andrews, R. N.L. (2006). *Managing the Environment, Managing Ourselves: A History of American Environmental Policy* (New Haven: Yale University Press).
- Bardoff, J. et al. (2010). "Understanding the Interaction between Energy Security and Climate Change Policy", Carlos Pascual and Jonathan Elkind (ed.), *Energy Security: Economics, Politics, Strategies, and Implications*, Washington, D.C.: Brookings Institution Press, pp. 209-248.
- Carlarne, C. (2008). "Notes from a Climate Change Pressure-Cooker: Sub-Federal Attempts at Transformation Meet National Resistance in the USA", *Connecticut Law Review*, Vol. 40, No. 5, pp. 1351-1409.
- Chemersinsky, E.; B. Daniels; B. Hardy; T. Profeta; C. H. Schroeder and N. S. Siegel (2008). "Environmental Law Reporter: California, Climate Change, and the Constitution", *Environmental Forum - The Policy Journal of the Environmental Law Institute*, Vol. 25, No. 4, pp. 50-63.
- CNA Analysis & Solutions, *Powering America's Defense: Energy and the Risks to National Security*, retrieved June 23, 2010, from <http://www.greenbiz.com/sites/default/files/document/PoweringAmericasDefense.pdf>.
- CNN Politics, CNN Poll: Most Americans applaud Democrats' loss of supermajority, (February 05, 2016), retrieved October 10, 2010, from <http://politicalticker.blogs.cnn.com/2010/01/25/cnn-poll-most-americans-applaud-democrats-loss-of-supermajority/>.
- Colakoglu, E. (2008). *Suya Erisim Baglaminda Su Guvenligi*, unpublished Ph.D. thesis, The Ankara University Faculty of Political Sciences the Political Sciences and Public Administration.
- Committee on Energy and Natural Resources United States Senate, *Future Energy Needs: One Hundred Tenth Congress, Second Session to Receive Testimony on the Challenges to Meeting Future Energy Needs*

and to Developing the Technologies for Meeting Increased Global Energy Demand in the Context of the Need to Address Global Climate Change (Washington: U.S. Government Printing Office, June 25, 2008).

- Committee on Energy and Natural Resources United States Senate, *Proposals on Energy Research and Development: One Hundred Eleventh Congress, Receive Testimony Regarding Draft Legislative Proposals on Energy Research and Development* (Washington: U.S. Government Printing Office, March 5, 2009).
- Craig, J. R. (2003). *Dwight D. Eisenhower National Security Conference 2003* (Washington, D.C., September 25-26, 2003) (Washington, D.C.: Special Publications, CMH Pub 70-90-1, 2004).
- Cumhuriyet Bilim Teknik* (January 14, 2006), "Kasırgalar ve Seller 2006'da da Bekleniyor", Year: 19, No: 982, p. 4.
- Dernbach, J. C. and S. Kakade, "Climate Change Law: An Introduction", *Energy Law Journal*, Vol. 29, No. 1 (2008), pp. 1-31.
- Engel, K. (2006). "State and Local Climate Change Initiatives: What is Motivating State and Local Governments to Address a Global Problem and What Does This Say About Federalism and Environmental Law?", *The Urban Lawyer*, Vol. 38, No.4, pp. 1015-1029.
- Erspamer, G. and S. Sprenkel (2007). "The Commerce Clause Implications of California's Climate Change Initiatives", Morrison Foerster retrieved August 18, 2010, from <http://www.mofo.com/pubs/xpqPublicationDetail.aspx?xpST=PubDetail&pub=6300>.
- Farber, D. A. (2008). "UC Berkeley Public Law Research Paper No: 1081664: Climate Change, Federalism, and the Constitution", Rehnquist Center, retrieved August 22, 2010, from <http://www.rehnquistcenter.org/Climate%20Change%20and%20Federalism%20REV.pdf>.
- Fay, J. A. and D. S. Golomb (2002). *Energy and the Environment* (New York: Oxford University Press).
- Ferrey, S. and C. A. Queen (2008). "Carbon Regulation in the United States", Paul Q. Watchman (ed.), *Climate Change: A Guide to Carbon Law and Practice* (London: Globe Business Publishing Ltd.), pp. 211-227.
- Fitzgerald, E. A. (1996). "The Constitutional Division of Powers with Respect to the Environment in the United States", Kenneth M. Holland; F. L. Morton; Brian Galligan (ed.) *Federalism and the Environment: Environmental Policymaking in Australia, Canada, and the United States* (Westport: Greenwood Press), pp. 19-36.
- Gavit, B. C. (1932). *The Commerce Clause of the United States Constitution* (Bloomington: The Principia Press, Inc.).
- Gold, R. and B. Casselman, "On Doomed Rig's Last Day, A Divisive Change of Plan", *The Wall Street Journal*, August 26, 2010, p. A1.

- Herron, E. H. and S. D. King (2004). "Heavy Oil as the Key to U.S. Energy Security", Petroleum Equities Inc., (retrieved August 2, 2010), from <http://www.petrolemequities.com/cgi-bin/site.cgi?p=energysecurity.html&t=5>.
- Hildreth, R. G.; D. R. Hodas; N. A. Robinson and J. G. Speth (2009). *Climate Change Law: Mitigation and Adaptation* (Minnesota: Thomson Reuters).
- Hiltzik, M. (2010). "Oil Industry Drives Prop. 23 Campaign", *Los Angeles Times* (July 28, 2010), p. B.
- Holland, K. M. (1996). "Introduction", Kenneth M. Holland; F. L. Morton; Brian Galligan (ed.), *Federalism and the Environment: Environmental Policymaking in Australia, Canada, and the United States* (Westport: Greenwood Press), pp. 1-15.
- Homer-Dixon, T. F. (1998). "Environmental Scarcities and Violent Conflict: Evidence from Cases", Ken Conca and Geoffrey D. Dabelko (ed.), *Green Planet Blues: Environmental Politics from Stockholm to Kyoto* (Boulder: Westview Press), pp. 287-297.
- Homer-Dixon, T. F. (1999). *Environment, Scarcity, and Violence* (Princeton: Princeton University Press).
- Hodas, D. (2009). "State Law Responses to Global Warming: Is it Constitutional to think Globally and Act Locally? -2003", Richard G. Hildreth; David R. Hodas; Nicholas A. Robinson; James Gustave Speth (ed.) *Climate Change Law: Mitigation and Adaptation* (Minnesota: Thomson Reuters).
- Hudson, B. (2010). "Commerce in Commons: A New Conception of Environmental and Natural Resources Regulation under the Commerce Clause", *Stetson University College of Law Legal Studies Research Paper Series - Research Paper No. 2010-07*, pp. 1-33.
- Kelemen, R. D. (2004). *The Rules of Federalism: Institutions and Regulatory Politics in the EU and Beyond* (Cambridge: Harvard University Press).
- Lieberman, J. K. (1999). *A Practical Companion to the Constitution: How the Supreme Court has ruled on Issues from Abortion to Zoning* (Berkeley & Los Angeles: University of California Press).
- Long, A. (2008). "International Consensus and U.S. Climate Change Litigation", *William & Mary: Environmental Law & Policy Review*, Vol. 33, pp. 177-218.
- Martin, H. and R. D. White (2010). "Oil Spill's Toll on Tourism Estimated at \$22.7 Billion", *Los Angeles Times* (July 23, 2010), p. B2.
- Ma, Y. (2010). "China's View of Climate Change", *Policy Review: A Publication of the Hoover Institution* (June & July 2010), No. 161, pp. 27-43.
- Mildner, S.-A. and J. Richert (2010). *Obama's New Climate Policy: Opportunities and Challenges of Climate Policy Change in the U.S.*

- (Stiftung Wissenschaft und Politik German Institute for International and Security Affairs (SWP) Research Paper: Berlin).
- Office of the Governor, Press Release: Gov. Schwarzenegger, British Prime Minister Tony Blair Sign Historic Agreement to Collaborate on Climate Change, Clean Energy, retrieved August 13, 2010, from <http://gov.ca.gov/index.php/press-release/2770/>.
- Rabe, B. G. (2004). *Statehouse and Greenhouse: The Emerging Politics of American Climate Change Policy* (Washington, D.C.: Brookings Institution Press).
- Revkin, A. C. (2009). "Climate, Security and Politics", *The New York Times*, (August 9, 2009), retrieved June 11, 2010, from <http://dotearth.blogs.nytimes.com/2009/08/09/climate-security-and-politics/>.
- Roosevelt, M. (2010a). "Judge Alters Prop. 23 Label", *Los Angeles Times* (August 4, 2010), p. AA4.
- Roosevelt, M. (2010b). "Prop. 23 Backers Sue Over Wording", *Los Angeles Times* (July 29, 2010), p. AA4.
- Schultz, D.; J. R. Vile and M. D. Deardorff (2010). *Constitutional Law in Contemporary America: Institutions, Politics, and Process* (New York: Oxford University Press).
- Snyder, J. and J. Binder (2009). "The Changing Climate of Cooperative Federalism: The Dynamic Role of the States in a National Strategy to Combat Climate Change", *Journal Environmental Law*, Vol. 27, pp. 231-260.
- The BESAC Subcommittee on Facing Our Energy Challenges in a New Era of Science (2008). *New Science for a Secure and Sustainable Energy Future: A Report from the Basic Energy Sciences Advisory Committee* (U.S. Department of Energy).
- The Economist, "Reason, Politics, and Global Warming" (September 3, 2010), retrieved February 5, 2016, from http://www.economist.com/blogs/democracyinamerica/2010/09/proposition_23.
- The White House, National Security Strategy, retrieved June 23, 2010, from http://www.whitehouse.gov/sites/default/files/rss_viewer/national_%20security_strategy.pdf.
- U.S. EPA, "Proposed Endangerment and Cause or Contribute Findings for Greenhouse Gases Under Section 202 (a) of the Clean Air Act", Richard G. Hildreth; David R. Hodas; Nicholas A. Robinson; James Gustave Speth (ed.), *Climate Change Law: Mitigation and Adaptation* (Minnesota: Thomson Reuters, April 24, 2009).
- Western Climate Initiative, Clean Energy: Creating Jobs, Protecting the Environment, (May 2010), retrieved August 13, 2010, from <http://www.westernclimateinitiative.org/component/remository/function/startdown/256/>.

ÜRETİM İŞLETMELERİNDE ARAŞTIRMA VE GELİŞTİRME (AR-GE) GİDERLERİNİN MUHASEBELEŞTİRİLMESİ

*Abdulkadir ALBEZ**

Alınış Tarihi: 11 Şubat 2016

Kabul Tarihi: 25 Ekim 2016

Öz: Bugün bütün dünyada gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de Ar-Ge faaliyetlerine dünyayla rekabete ve ekonomik kalkınmaya yaptığı katkı nedeniyle büyük önem verilmektedir. Bu itibarla ülkemizde devlet tarafından Ar-Ge faaliyetlerinin artırılması ve geliştirilmesi için pek çok araç kullanılarak önemli teşvikler sağlanmaktadır. Dolayısı ile son yıllarda özel sektörün Ar-Ge yatırımlarında büyük artışlar olmuştur. Bu çalışmanın amacı, özellikle üretim işletmelerinde Ar-Ge giderlerinin muhasebeleştirilmesinde yaşanabilecek sorunların çözümüne katkıda bulunmaktır.

Anahtar Kelimeler: Ar-Ge Giderleri, Ar-Ge Muhasebesi

THE ACCOUNTING OF RESEARCH AND DEVELOPMENT (R&D) EXPENSES IN PRODUCTION ENTERPRISES

Abstract: Today, great importance is given to due to the contribution in the R&D activities to compete with the world and to economic development in our country as well as developed and developing countries in all over the world. In this regard, the important incentives for using many tools for increasing and improving of R&D activities are provided by the state in our country. Therefore, in recent years, the R&D investments of the private sector has been a great increase in. The aim of this study is particularly to contribute to the solution of problems that may arise in accounting of R & D expenditure in manufacturing enterprises.

Keywords: R & D Expenses, R & D Accounting

I. Giriş

Günümüz bilgi çağında uluslararası alanda rekabet edebilmenin önemli koşulu, bilgiye yatırım yapmaktır. Bilgiye yatırım denilince ilk akla gelen kavram Araştırma ve Geliştirme 'Ar-Ge'dir.

Ar-Ge; işletmelerde yeni ürün ve üretim süreçlerinin ortaya çıkarılmasına yönelik sistemli ve yaratıcı çalışmalardır. Ar-Ge bilim ve teknolojinin gelişmesini sağlayacak yeni bilgileri elde etmek veya mevcut bilgilerle yeni malzeme, ürün ve araçlar üretmek, yazılım üretimi dâhil olmak üzere yeni sistem, süreç ve hizmetler oluşturmak veya mevcut olanları geliştirmek amacı ile yapılan düzenli çalışmalardır (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, 2004:10). Ar-Ge harcamaları günümüz ekonomi dünyasının itici gücü ve ulusal rekabet ortamında önemli desteklerinden biridir. Ar-Ge harcamaları fabrikaya, hizmete, iş dünyasına, ihracata milli gelire, eğitime, yönetime ve diplomasiye yansıyan çok yönlü bir temel kavramdır. Ayrıca dünyadaki

*Yrd. Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi, Aşkale Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Bölümü.

gelişmiş ülkeler ile gelişmekte olan ülkeler arasındaki farkı ortaya koyan önemli bir göstergedir. Dünyadaki Ar-Ge harcamaları ile ülkelerin gelişmişlik düzeyi arasında doğrudan bir ilişki bulunmaktadır.

Dünya genelinde Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinde, özellikle Çin başta olmak üzere Asya ülkelerinin gelişimi dikkat çekmektedir. 2014 yılında milli gelir büyüklüğü 14 trilyon USD'yi aşan Çin ekonomisi dünyada ABD ekonomisinin ardından ikinci sırada yer almaktadır. Çin'in toplam Ar-Ge harcaması 2014 yılında 284 milyar USD, araştırmacı sayısı ise bir milyon kişinin üzerindedir. 30-40 yıl önce Türkiye ile benzer bir ekonomik yapıya sahip olduğu ifade edilen ve sıklıkla karşılaştırma yapılan Güney Kore 2014 yılında 63 milyar USD Ar-Ge harcaması yapmıştır. Türkiye'nin 2014 yılı Ar-Ge harcaması ise 11 milyar USD olmuştur (www.battelle.org/docs/tpp/2014_global_rd_funding_forecast.pdf;4.5.2016).

Son on yıllık dönemde Türkiye ekonomisi makroekonomik istikrarın tesisi bakımından güçlü bir performans sergilemiştir. Bu dönemde, Ar-Ge alanında da önemli gelişmeler kaydedilmesine karşılık Türkiye, Ar-Ge harcamaları ve rekabetçilik açısından halen dünyada üst sıralarda yer alamamaktadır. Dinamik bir nüfus yapısına sahip olan Türkiye'nin hedeflediği gibi 2023 yılı itibarıyla küresel anlamda ilk on ekonomi arasında yer alabilmesi, 25 bin USD'lik kişi başına milli gelir ve 500 milyar USD'lik ihracat hedefine ulaşabilmesi için Ar-Ge ve inovasyon alanlarında atılım yaparak üretim yapısında bir dönüşüm gerçekleştirmesi gerekmektedir.

Türkiye'de Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge harcaması 2014 yılında bir önceki yıla göre %6,31 artarak 17 milyar 598 milyon TL olarak hesaplanmıştır. Bir önceki yıl %0,95 olan Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge harcamasının Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) içindeki payı 2014 yılında %1,01'e yükselmiştir. Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge harcamalarında ticari kesim %49,77 ile en büyük paya sahipken bunu %40,5 ile yükseköğretim kesimi ve %9,6 ile kamu kesimi takip etmiştir. Bir önceki yıl ticari kesim %47,5 ile yine ilk sırada yer alırken, bunu %42,1 ile yükseköğretim, %10,4 ile kamu kesimi takip etmiştir. (<http://www.tuik.gov.tr>; 5.5.2016).

Türkiye'de Tam Zaman Eşdeğeri (TZE) cinsinden 2014 yılında toplam 115.444 kişi Ar-Ge personeli olarak çalışmıştır. Bir önceki yıla göre TZE cinsinden Ar-Ge personeli sayısında %2,2 artış olmuştur. Ar-Ge personelinin sektörler itibarı ile dağılımı ise, TZE cinsinden toplam Ar-Ge personelinin 2014 yılında %53,65'i ticari kesimde, %35,76'si yükseköğretim kesiminde ve %10,59'ı kamu kesiminde yer almıştır (<http://www.tuik.gov.tr>;6.5.2016).

İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS) 1. düzeye göre 2014 yılında Ar-Ge harcamalarının en yüksek olduğu bölge %26,4 ile Ankara, Konya ve Karaman'ın dahil olduğu Batı Anadolu Bölgesi (TR5) iken, bunu %22,7 ile Doğu Marmara (TR4) ve %21,6 ile İstanbul (TR1) Bölgesi takip etmiştir. (<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri>;7.5.2016).

Günümüzde hem ülkeler hem de işletmeler rakiplerinden bir adım daha önde olabilmek için Ar-Ge faaliyetlerine büyük kaynaklar aktarmaktadırlar. Araştırma ve geliştirme faaliyetleri işletmelere sağladığı avantajlar yanında çok büyük maliyetleri de beraberinde getirmektedir. Özellikle bir AR-GE faaliyetinin uzun zaman alma olasılığı ve başarılı bir netice vermesinin de herhangi bir garantisi olmayışı, işletmeleri bu tür faaliyetlerde bulunmaktan uzak tutan etmenler olarak sıralanabilir. Tüm bu yaşananlar, Ar-Ge harcamalarının nasıl kaydedilmesi gerektiği sorununu da gündeme getirmektedir. İşletmelerin mali tablolarında ciddi bir konumda bulunan Ar-Ge harcamalarının işletmeler tarafından farklı biçimlerde kaydedilmesi, işletmeyle ilgilenen tarafların yanlış ve tutarsız bilgilendirilmelerine yol açacağından, dünyada ve Türkiye’de bu konuyla ilgili düzenlemeler getirilerek yapılacak farklı uygulamalar bir standart altına alınmaya çalışılmaktadır (Yardımcıoğlu, Demirel ve Özer; 2008: 44).

Bu çalışmada Ar-Ge giderlerinin muhasebeleştirilmesi üretim işletmeleri açısından ele alınmaktadır. Bu amaçla öncelikle Türkiye Muhasebe Standartları, Uluslararası Muhasebe Standartları ve vergi mevzuatında Ar-Ge giderleri ile ilgili yapılan düzenlemeler incelenecektir. Bir örnek üzerinden, üretim işletmelerinde Ar-Ge giderlerinin muhasebeleştirilmesinde bazı hususlar açıklanacaktır.

II. Muhasebe Standartları ve Vergi Mevzuatı Açısından Araştırma Ve Geliştirme Giderlerine İlişkin Düzenlemeler

A. Türkiye Muhasebe Standartları ve Uluslararası Muhasebe Standartları Kapsamında Ar-Ge Giderlerine İlişkin Düzenlemeler

Ar-Ge faaliyetlerinin muhasebeleştirilmesiyle ilgili olarak gerek ulusal gerekse uluslararası standartlar bulunmaktadır. 9 No.lu Uluslararası Muhasebe Standardı, “Araştırma ve Geliştirme Maliyetlerinin Muhasebeleştirilmesi” Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (IASB) tarafından söz konusu faaliyetlerin muhasebeleştirilmesi için ilk kez 1978’de kabul edilmiş ve 01.01.1980 tarihinde yürürlüğe girmiştir. İlerleyen zamanlarda değişikliğe uğrayan standart, 01.01.1999’da yürürlüğe giren UMS-38 “Maddi Olmayan Varlıklar” standardıyla yürürlükten kaldırılmıştır. Söz konusu standart, 31.03.2004 tarihinde revize edilerek bir önceki standart olan UMS-9’un yerini almıştır (Saban ve Genç; 2005:1253).

Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu, 01.01.1980 tarihinde “UMS- 9 Araştırma Geliştirme Faaliyetlerinin Muhasebeleştirilmesi” ve 01.01.1997 tarihinde “UMS-4 Amortismanların Muhasebeleştirilmesi” standartlarını kabul etmiştir. Temmuz 1998 tarihinde Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu tarafından 38 no.lu Maddi Olmayan Duran Varlıklar standardı kabul edilmiş ve 1 Ocak 1999’da uygulanmaya başlanmıştır. Bu standart UMS-4 “Amortismanların Muhasebeleştirilmesi” ve UMS-9

“Araştırma Geliştirme Faaliyetlerinin Muhasebeleştirilmesi” standartların yerine geçmiştir (Şengel; 2009: 924).

38 numaralı Türkiye Muhasebe Standardı (TMS), Ar-Ge maliyetlerinin muhasebeleştirilme esaslarının belirtilmesinde yürürlükten kalkan 15 numaralı standart ile öz olarak aynı esasları barındırmaktadır. Bunun yanında 38 numaralı TMS, maddi olmayan duran varlıklarla alakalı uluslararası düzenlemeleri getiren UMS-38 ile de paralellik arz etmektedir. Ayrıca Sermaye Piyasası Kurulu, Sermaye Piyasasında Muhasebe Standartları Hakkında Tebliğ (Seri XI, No:25) 15.11.2003 tarihli ve 25290 sayılı mükerrer Resmi Gazete’de yayınlamıştır. Tebliğ’deki 8. Kısım Maddi Olmayan Duran Varlıklarla ilgilidir. Seri: XI, No:25 Tebliği’ni yürürlükten kaldıran Seri: XI, No:29 "Sermaye Piyasasında Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği" 09.04.2008 tarih ve 26842 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

UMS-38 ve TMS -38’in 1’nci paragrafına göre standardın amacı, başka bir standartta özel hüküm bulunmayan maddi olmayan duran varlıklarla ilgili muhasebeleştirme yöntemlerini belirlemektir. Bu standart; işletmenin bir maddi olmayan duran varlığı sadece ve sadece belirlenmiş kriterlerin sağlanmış olması durumunda muhasebeleştirmesini zorunlu kılar. Bu standart, ayrıca, maddi olmayan duran varlıkların defter değerinin nasıl ölçüleceğini belirleyip, maddi olmayan duran varlıklarla ilgili bazı özel açıklamalar yapılmasını gerektirir.

İşletmelerin bilançolarının anlamlı olabilmesi için maddi olmayan varlık grubunun dikkatli oluşturulmasını, bu kapsamda hangi varlıkların yer alacağını, hangilerinin yer almayacağını, aktife giriş ve çıkış zamanlarının nasıl belirleneceğini daha önemli hale getirmektedir. Standartta (Örten, Kaval, Karapınar; 2009: 590);

-Maddi olmayan varlıklar kapsamına nelerin gireceğini ve nelerin girmeyeceğini,

-Bunların ne zaman ve hangi değerler ile bilançonun aktifine alınacaklarını,

-Aktife alındıktan sonraki dönemlerde değerlemelerinin nasıl yapılacağını,

-Finansal tablo dipnotlarında nelerin açıklanacağını kurala bağlamak amaçlanmaktadır.

UMS-38 ve TMS-38 standardına göre; “Araştırma; bilimsel veya teknik açıdan değeri olan yeni bir bilgiye ulaşmak amacıyla diğerlerinden ayrı ve planlı bir şekilde yapılan arama faaliyetidir.” Araştırma faaliyetleri ile ilgili örnekler şunlardır:

-Yeni bilgi elde edilmesine yönelik faaliyetler,

-Araştırma bulguları ve diğer bilgilerin uygulanmasına yönelik olarak değerlendirme ve nihai seçim araştırması,

-Malzeme, aygıt, ürün, süreç, sistem veya hizmetler için alternatif araştırması,

-Yeni veya geliştirilmiş malzeme, aygıt, ürün, süreç, sistem veya hizmetlerin olası alternatiflerinin oluşturulması, tasarlanması, değerlendirilmesi ve nihai seçimi.

UMS-38 ve TMS-38 standardına göre; “Geliştirme; arama faaliyeti sonucunda bulunan bilginin üretim veya diğer satış planlarında kullanılabilir hale getirilebilmesi için, ticari üretim ya da kullanıma başlamadan önce, yeni veya önemli ölçüde geliştirilmiş malzeme, aygıt, ürün, süreç, sistem ya da hizmetlerin üretim planı veya tasarımında araştırma sonuçları yada diğer bilgilerin uygulanmasıdır”.

Geliştirme faaliyetleri ile ilgili örnekler şunlardır:

-Üretim ve kullanım öncesi prototip modellerin tasarımı, yapımı ve test edilmesi,

-Yeni teknoloji içeren alet, model ve kalıpların tasarımı,

-Ticari üretim açısından ekonomik olmayan bir ölçekteki pilot tesisin tasarlanması, inşası, çalışması,

-Yeni veya geliştirilmiş malzeme, aygıt, ürün, süreç, sistem veya hizmetler için karar verilmiş bir alternatifin tasarımı, inşası ve denenmesi.

Araştırma safhasında (veya işletme bünyesinde yürütülen bir projenin araştırma safhasında) herhangi bir maddi olmayan varlık mali tablolara alınmaz. Araştırma safhasında, maddi olmayan varlığın, gelecekte ekonomik fayda sağlayıp sağlayamayacağını belirlemek mümkün olmadığından, yapılan araştırmaya ilişkin harcamalar (veya işletme bünyesinde yürütülen bir projenin araştırma safhasında yapılan harcamalar) gerçekleştiği anda gider olarak mali tablolara alınır.

Geliştirme safhası, işletme tarafından oluşturulacak varlığa ilişkin kesin kararın verilmesinden sonraki çalışmaları kapsar. Standarda göre, geliştirme çalışmaları neticesinde ortaya çıkan varlığın “Maddi olmayan duran varlık” olarak muhasebeleştirilebilmesi için aşağıdaki şartların tamamının karşılanması gerekir;

a) Maddi olmayan varlığın kullanıma veya satışa hazır hale gelebilmesinin teknik olarak mümkün olması,

b) İşletmenin maddi olmayan varlığı tamamlama ve bu varlığı kullanma veya satma niyetinin bulunması,

c) Maddi olmayan varlığı kullanma veya satma imkanının bulunması,

d) Maddi olmayan varlığın muhtemel ekonomik faydayı nasıl oluşturacağını belirli olması, ayrıca, maddi olmayan varlığın çıktısının veya maddi olmayan varlığın kendisinin bir piyasasının olması veya işletme bünyesinde kullanılacaksa maddi olmayan varlığın kullanılabilir olması,

e) Geliştirme safhasını tamamlamak ve maddi olmayan varlığı kullanmak veya satmak için yeterli teknik, mali ve diğer kaynakların mevcut olması,

f) Geliştirme sürecinde maddi olmayan varlıkla ilgili yapılan harcamaların güvenilir bir biçimde ölçülebilir olması.

Diğer taraftan TMS-38’de, işletme içinde yaratılan marka, ticari başlık, yayın hakları, müşteri listeleri gibi kalemlerin “Maddi olmayan duran varlık” olarak muhasebeleştirilemeyeceği belirtilmiştir. Bunlar için yapılan harcamaların doğrudan söz konusu kalemlerle ilişkilendirilmesi mümkün bulunmadığından, ayrı birer varlık olarak kaydedilmesi kabul edilmemektedir. Ancak bu tür kalemlerin dışarıdan elde edilmesi durumunda, ilgili bölümlerde yapılan açıklamalar çerçevesinde “Maddi olmayan duran varlık” olarak kabul edilebileceği açıktır. İşletme içinde yaratılan maddi olmayan duran varlığın maliyetine, söz konusu kalemin “Maddi olmayan duran varlık” olarak kabul edilebilmesi için gerekli şartların sağlandığı tarihten itibaren yapılan harcamalar girmektedir.

Bu harcamalara şu örnekler verilebilir;

-Maddi olmayan duran varlığın oluşturulmasında kullanılan veya tüketilen malzeme ve hizmet maliyetleri;

-Maddi olmayan duran varlığın oluşturulmasından kaynaklanan çalışanlara sağlanan faydalara ilişkin maliyetler (TMS-19 Standardında belirtildiği biçimde);

-Yasal hakkın tesciline yönelik ödemeler,

-Maddi olmayan duran varlığın oluşturulmasında kullanılan patent ve lisansların itfa payları.

Araştırma safhasındaki harcamalar ve geliştirme safhasından sonraki harcamalar maliyetle ilişkilendirilmez. Bu harcamalara şu örnekler verilebilir;

-Varlığın kullanıma hazır hale getirilmesi ile doğrudan ilgili olmayan satış ve yönetim giderleri ile diğer genel giderler;

-Varlığın amaçlanan performansına ulaşmasından önce meydana gelen verimsizlikler ve ilk faaliyet zararları,

-Varlığın kullanımı için personele verilen eğitim harcamaları.

B. Vergi Mevzuat Kapsamında Ar-Ge Giderlerine İlişkin Düzenlemeler

Vergi Usul Kanunu (VUK)’nun 269. maddesinde gayrimenkullerin değerlendirilmesine ilişkin olarak, iktisadi işletmelere dahil bilumum gayrimenkullerin maliyet bedeli ile değerlendirileceği hükme bağlanmış olup, ayrıca, gayrimenkullerin mütemmim cüzleri ve teferruatı, tesisat ve makinalar ve gemiler ve diğer taşıtlar gibi “gayri maddi hakların” da gayrimenkuller gibi değerlendirileceği belirtilmiştir. Gayri maddi hakların neleri kapsadığı hususunda ise söz konusu Kanun’da herhangi bir düzenleme yer almamaktadır. Bununla birlikte, Kanun’un 315. maddesinin verdiği yetkiye istinaden yayımlanan ve mükelleflerce kullanılacak amortisman oranlarını belirleyen 339 ve 365 Sıra Numaralı VUK Genel Tebliği ile değişik 333 sıra numaralı Genel Tebliğ eki listenin 55. sırasında gayri maddi iktisadi kıymetler; İşletmenin mevcut değeri, imtiyaz hakları (Franchising), patent, formül, dizayn, örnek kalıp, teknik bilgi (Know-how), format, telif hakkı ve benzeri kalemler, lisans, kullanım hakkı ve izni veya devlet kurum ve kuruluşları tarafından verilen diğer haklar (işletme

hakkı gibi) ve bunların benzerleri şeklinde örneklendirilmiştir. Söz konusu listede peştemallıklar da gayri maddi iktisadi kıymet olarak farklı bir orana tabi tutulmuştur.

İşletme tarafından kendi bünyesinde yaratılan gayri maddi iktisadi kıymetlere ilişkin olarak ise Kanun'da bir açıklık bulunmamaktadır. Bununla birlikte, 5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu'nun 10/a maddesinde belirtilen Ar-Ge indirimine ilişkin olarak 1 Seri No.lu KVK Genel Tebliği'nde yapılan açıklamalarda kurumların, hesap dönemi içerisinde gayri maddi hakka yönelik yaptıkları araştırma ve geliştirme harcamalarının tamamını aktifleştirmek zorunda oldukları, ancak gayri maddi hakka yönelik olmayan ve Vergi Usul Kanunu hükümleri çerçevesinde aktifleştirilmesi gerekmeyen harcamaların doğrudan gider yazılabileceği belirtilmiştir. Tebliğ'de yer alan açıklamalardan, kurumlarca Tebliğ'de belirtilen düzenleme çerçevesinde yürütülen araştırma ve geliştirme faaliyetleri sonucunda elde edilen patent, lisans ve benzeri gayri maddi hakların ayrı birer varlık olarak aktifleştirilmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Söz konusu hakların maliyet bedeli, yine aynı Tebliğ'de belirtilen harcamalardan oluşacaktır.

5746 sayılı Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun kapsamında, teknoloji merkezlerinde, Ar-Ge merkezlerinde, kamu kurum ve kuruluşları ile kanunla kurulan vakıflar tarafından veya uluslararası fonlarca desteklenen Ar-Ge ve yenilik projelerinde, rekabet öncesi işbirliği projelerinde ve teknogirişim sermaye desteklerinden yararlananlarca gerçekleştirilen Ar-Ge ve yenilik harcamalarının tamamı, 500 ve üzerinde tam zaman eşdeğer Ar-Ge personeli istihdam eden Ar-Ge merkezlerinde ayrıca o yıl yapılan Ar-Ge ve yenilik harcamasının bir önceki yıla göre artışının yarısı, 5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanununun 10 maddesine göre kurum kazancının ve 193 sayılı Gelir Vergisi Kanununun 89. maddesi uyarınca ticari kazancın tespitinde indirim konusu yapılacaktır. Ayrıca bu harcamalar, 213 sayılı Vergi Usul Kanununa göre aktifleştirilmek suretiyle amortisman yoluyla itfa edilecek, bir iktisadi kıymet oluşmaması halinde ise doğrudan gider yazılacaktır. Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerinde bulunanların 5746 sayılı kanuna istinaden; kamu kurum ve kuruluşları, kanunla kurulan vakıflar ile uluslararası fonlardan aldıkları destekleri özel bir fon hesabında tutmaları gerekmektedir. Ancak bu fon, 193 sayılı Kanun ve 5520 sayılı Kanuna göre vergiye tabi kazancın ve ilgili yılda yapılan Ar-Ge harcaması tutarının tespitinde dikkate alınmayacaktır. Bu fonun, elde edildiği hesap dönemini izleyen beş yıl içinde sermayeye ilâve dışında herhangi bir şekilde başka bir hesaba nakledilmesi veya işletmeden çekilmesi halinde, zamanında tahakkuk ettirilmeyen vergiler ziyaa uğratılmış sayılacaktır.

VUK'nda amortisman ayırma yöntemi olarak normal amortisman veya azalan bakiyeler usulü olmak üzere iki yöntem belirlenmiştir. İktisadi kıymetlerin faydalı ömürleri ve uygulanacak olan normal amortisman oranları, Maliye Bakanlığı'nca yayımlanan 333, 339 ve 365 Sıra No.lu VUK Genel

Tebliğleri ile belirlenmiştir. 333 sıra no.lu VUK Genel Tebliği'nde Ar-Ge harcamaları için faydalı ömür 5 yıl olarak belirlendiğinden, aktifleştirilen Ar-Ge harcamaları % 20 oranı esas alınmak suretiyle amortismanına tabi tutulacaktır. Haklarla ilgili 15 yıllık itfa süresinin uygulanması söz konusu değildir.

C. Genel olarak Ar-Ge Teşvikleri Ve İşletmelerin Ar-Ge Departmanı Kurmalarına Yönelik Teşvikler

5520 Sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu Kapsamında Ar-Ge İndirimi

5746 Sayılı Kanun Kapsamında Sağlanan Destek ve Teşvikler

1-Ar-Ge İndirimi

2.Gelir Vergisi Stopajı Teşviki

3.Sigorta Primi İşveren Payı Desteği

4.Damga Vergisi İstisnası

4691 Sayılı Kanun Kapsamında Sağlanan Destek ve Teşvikler

Kurumlar vergisi istisnası

Gelir vergisi istisnası

Sigorta primi desteği

KDV istisnası

Nakit Destek Programları

-Ulusal Programlar:

TÜBİTAK-TEYDEB Destek Programları

TTGV (Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı) Ar-Ge Proje Destekleri

San-Tez Destek Programı

KOSGEB Destek Programları

-Uluslararası Programlar:

Avrupa Birliği (AB HORIZON 2020 Programı)

Eureka ve Eurostars

Bugünün iş dünyasında yenilik, bir kerelik değil tekrarlanabilir, sistemleştirilebilir ve şirketlerin yapısına yerleştirilebilir bir süreçtir. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, ülkemizdeki yenilikçi kültürün reel sektörde bir yaşam tarzı haline dönüşmesi için çalışmalar yapmaktadır. Bakanlık, yüksek katma değerli, ileri teknoloji ürünleri geliştirebilmek için üniversite-sanayi iş birliğine, bunun ara yüzleri olan Teknoparklara, Ar-Ge merkezleri ve Teknoloji Transfer Ofisleri gibi ekosistemin geneline yönelik çok çeşitli destek ve eğitim programları yürütmektedir.

Bakanlığın internet sayfasında, Ar-Ge merkezlerine Ar-Ge indirim, gelir vergisi stopajı teşviği, sigorta prim desteği ve damga vergisi istisnası gibi çeşitli destekler sağlandığı belirtilmektedir. Ayrıca, Ar-Ge merkezleri için yasal sınır olan 50 Ar-Ge personeli sayısı 30'a indirilerek, özellikle orta ölçekteki firmaların da Araştırma Geliştirme merkezleri kurabilmeleri kolaylaştırılmıştır. 30 Ar-Ge personeli istihdam edebilecek olan firmaların Ar-Ge merkezi kurarken, daha küçük firmaların da teknoparklara yönlendirilmesi sağlanmaktadır. Düzenlemeyle 150 olan Ar-Ge merkezi sayısı hızla

artarak 215'e ulaşmıştır. 2014 yılı içinde bakanlık toplamda 24 Ar-Ge merkezi belgesi verirken, 2015'de 9,5 aylık sürede verilen Ar-Ge Merkezi belgesi sayısı 50 olmuştur (<http://www.alomaliye.com/2015/10/14/ar-ge-merkezleri-sayimiz-215e-ulasti/>).

5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanun'un 1 Seri No.lu Genel Tebliği'nde; Ar-Ge indirimi için mükelleflerin Ar-Ge departmanı kurmaları ve Ar-Ge'de görev alan personelin tam zamanlı çalışması halinde söz konusu personel giderinin Ar-Ge harcaması olarak kabul edilebileceği belirtilmektedir. 5746 sayılı Kanun'un ilgili Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerinin Desteklenmesine İlişkin Uygulama ve Denetim Yönetmeliği'nde ise ayrı bir Ar-Ge departmanı kurulmasına gerek olmadığı ve personelin de Ar-Ge projesinde kısmi yani adam/ay oranına göre çalışabileceği, çalışılan kısma isabet eden personel giderinin Ar-Ge harcamasına dâhil edebileceği belirtilmektedir.

Ar-Ge departmanının görevi, işletmenin gerek mevcut çalışma konularıyla ve gerekse çalışma sahalarına girebilecek konularla ilgili, dünyadaki gelişmeleri takip ederek teknolojik entegrasyonu sağlamak, ayrıca işletmenin faaliyet alanı ile ilgili yeni sistemler ve teknolojilerle yeni projelerin geliştirilmesi ile mevcut sistem ve ürünlerin geliştirilmesi, aynı zamanda işletme içindeki tüm grupların ve birimlerin bilgi birlikteliği, yönetimi, işletimidir. ARGE birimlerinin başlıca çalışma konuları;

-Yeni proje ve ürünlerin araştırılması, yaratılması, mevcut proje ve ürünlerin geliştirilmesi, iyileştirilmesi ile dünyadaki teknolojik gelişmelerin izlenerek uyarlanması ve entegrasyonu çalışmaları,

-İşletmelerin ihtiyaç duyduğu araştırma ve geliştirme çalışmalarının projelendirilmesi, yürütülmesi, sonuçlandırılması ve hayata geçirilmesi,

-İşletmedeki departmanlar arası bilgi transfer format ve standartlarının tesis edilerek uygulanması koordinasyonunun sağlanması,

-Şirket otomasyonunu artırıcı veya şirket gelişmesini yönlendirici yeni projelerin önerilmesi, hayata geçirilmesi ve Departmanlardaki işleyişinin izlenmesi, otomasyonu artırıcı şirket içi yazılımların geliştirilmesi, mevcut sistemlerle entegrasyonu, yazılım ve donanımların performanslı bir şekilde sürekli çalışır durumda tutulması, bilgisayar ağının işletilmesi,

-Donanım ve yazılımların veya yeni teknolojik makinelerin kullanımı konusunda eğitimler düzenlenmesi, kullanım kılavuzlarının hazırlanması, sayısal arşiv, yedekleme, sayısal ve çizgisel proje çıktılarının alınması,

-Kurumlar, şirketler ve araştırmacılarla ulusal ve uluslararası ilişkiler kurulması, bilgilerin toplanması, yetkililere aktarılması v.b.

III. Araştırma Geliştirme Giderlerinin Muhasebeleştirilmesi

Tekdüzen Muhasebe Sitemine göre muhasebe kayıtlarında, işletmede yeni ürün ve teknolojiler oluşturulması, mevcutların geliştirilmesi ve benzeri amaçlarla yapılan her türlü harcamalardan aktifleştirilen kısmının izlendiği 263. Araştırma Ve Geliştirme Giderleri hesabı kullanılmaktadır (Kula, 2012: 246;

Akdoğan ve Sevilengül, 1999: 271). Araştırma ve geliştirme giderlerinin maliyet unsurları, bu işlemlerle ilgili malzeme, işçilik, personel ücretleri, bu alandaki araç ve gereçlerin kullanım giderleri, amortismanları ve diğer benzer kalemlerden oluşur (Demir, 1995: 448-451). Maliyet unsurları bu hesaba borç kaydedilir. VUK'da açık olarak belirtilmemiş olmasına rağmen, Ar-Ge harcamaları 282.madde kapsamında değerlendirilebilir ve aktifleştirme ya da gider yazma yollarından biri izlenebilir. Vergi mevzuatında dolayısıyla tekdüzen kapsamında, araştırma ve geliştirme giderleri arasında bir ayırım yapılmamıştır. Ayrıca dönem gideri olarak ya da aktifleştirme isteğe bırakılmıştır. Hiç kuşkusuz, bu da dönem karının farklı sonuçlanmasına neden olacaktır. Eğer aktifleştirme yolu seçilirse, maliyet tutarı beş yılda amortismanına tabi tutulacaktır. Araştırma ve geliştirme giderleri, VUK uygulamasında genel yaygın yaklaşım ile mukayyet değerle değerlendirilmektedir (Demir, 1995: 448). Dönem sonunda raporlamada kolaylık sağlamak bakımından kayıtlama aşamasında alt hesaplarda "araştırma giderleri" ve "geliştirme giderleri" ayırımı yapılmalıdır. Bu hesaplara gider çeşitleri 7/A ve 7/B seçeneklerine göre de ayrıca yardımcı alt hesaplar kullanılır.

A. İşletmede Araştırma Geliştirme Departmanı Bulunması Durumunda

Ar-Ge Giderlerinin muhasebeleştirilmesine ilişkin bir örnek aşağıdaki gibidir.

Örneğin; A A.Ş. üretmekte olduğu mamul grubuna eklemek istediği iki ayrı mamul ile ilgili olarak aynı zamanda iki ayrı proje hazırlamıştır. Birinci proje X mamulü, ikinci proje ise Y mamulü geliştirilmesi ile ilgilidir. Şirketin ar-ge departmanında bu proje çalışmaları için bir dönem boyunca yapılan giderler aşağıdaki gibidir:

Tablo 1. Ar-Ge Departmanı Giderleri

Gider Türü	Proje-1	Proje-2	Proje dışı
İlk Madde ve Malzeme	4.500,00	1.900,00	300,00
Personel Giderleri	15.500,00	9.500,00	4.500,00
Dışardan Sağlanan Fayda ve Hizmet	875,00	700,00	500,00
Çeşitli Giderler	1.500,00	800,00	600,00
Vergi Resim ve Harçlar	200,00	100,00	75,00
Amortisman Gideri	4.700,00	2.200,00	1.900,00
TOPLAM	27.200,00	15.200,00	7.875,00

Proje kapsamında yapılan harcamalar MSUGT'ne göre 263 ARAŞTIRMA GELİŞTİRME GİDERLERİ hesabının alt hesaplarında aktifleştirilir.

Büyük Defter kayıtları:

263.10 Proje 1	263.20 Proje 2
27.200,00	15.200,00
Proje dışı harcamalar doğrudan gider (750 AR-GE GİDERİ) olarak yazılacaktır.	

Proje 1 başarılı bulunmuş X mamulünün üretimine başlanmıştır. Proje 2 ise başarılı bulunmamıştır. Dolayısıyla aktifleştirilen Proje 2 aşağıdaki gibi dönem gideri olarak kaydedilmelidir.

750 ARAŞTIR.VE GELİŞT.GİDERİ	15.200,00	
263 ARAŞT.GEL.GİD.		15.200,00
263.20 Proje 2		

Örnekteki aktifleştirilen Araştırma Geliştirme giderinin itfası aşağıdaki gibi olacaktır.

Öncelikle Proje 1 ile geliştirilen mamulden bir yılda ne kadar üretileceği planlanmalıdır.

X mamulü yıllık üretim kapasitesi 12.000 adet olacağı tahmin edilmiştir.

İtfa süresi 5 yıl olacağına göre, 5 yılda toplam (12.000 x 5) 60.000 adet X mamulünün üretileceği tahmin edilmektedir. Böylece birim başına düşen Ar-Ge gideri hesaplanabilir.

$$27.200 / 60.000 = 0,45333 \text{ TL/adet}$$

Aylık dönemler itibariyle üretim miktarına göre amortisman gideri kaydedilerek maliyete eklenir.

Ocak ayı üretim miktarı 970 adet olduğu kabul edilirse aşağıdaki gibi kaydedilir:

730 GENEL ÜRETİM GİDERİ	439,73	
730. 60 Amortisman Ve Tük.Payları		439,73
268 BİRİKMİŞ AMORT.TÜK.PAY.		
268.30 Ar-Ge Gid.Amortismanı		
970 ad. X 0,45333 TL/ad.= 439,73		

Günlük olağan Ar-Ge faaliyetlerine ait harcamalar yapıldıkları dönemde gider olarak dikkate alınmalıdır.

B. İşletmede Araştırma Geliştirme Departmanı Bulunmaması Durumu

Ar-Ge çalışmalarında nitelikli araştırma iş gücü yanında özel laboratuvar, makine ve teçhizata da gereksinim duyulmaktadır. Çalışma ortamını oluşturan

özel laboratuvar, makine ve teçhizatın toplandığı yere "Teknopark", "araştırma parkı", "ileri teknoloji geliştirme merkezi" gibi isimler verilmektedir. Teknoparklar AR-GE çalışmalarının yapıldığı yerlerdir. Teknopark olmadan AR-GE çalışması yapmak hemen hemen olanaksızdır. Ülkemizde halen faaliyet gösteren teknoparkları; TÜBİTAK-MAM Teknoparkı (TÜBİTAK Marmara Araştırma Merkezi), Orta Doğu Teknik Üniversitesi -Teknokent, İzmir Teknoparkı (İTAŞ) olmak üzere üç tanedir. Her üçünün de amacı AR-GE çalışmalarına olanak sağlamaktır.

Ar-ge departmanı bulunmayan işletmeler ar-ge faaliyetlerini yukarıda belirtilen kurumlar aracılığı ile gerçekleştirirler.

Örneğin; AB İşletmesi X ve Y projeleri olmak üzere 2 adet proje yaptırmıştır. X Projesi için 45.000,00 TL + 4.500,00 TL KDV; Y Projesi için 37.500,00 TL + 3.750,00 TL KDV İş bankası mevduat hesabından ödenmiştir.

191 İNDİRİLECEK KDV HS	8.250,00	
263 AR-GE GİDERLERİ HS	82.500,00	
263.10 X Projesi		
263.20 Y Projesi		
102 BANKALAR HS		90.750,00
102.25 İş Bankası Mvd.Hs.		

Proje Y'nin başarısız ve kullanılamaz bir proje olduğu belirlenmiştir. Bu durumda, Y projesinin maliyeti ilgili döneme zarar olarak kaydedilecektir.

Ancak, hangi zarar kalemine yazılacağı tartışma konusudur.

a) Birinci seçenek faaliyet gideri olarak kabul edilmesi.

750 AR-GE GİDERLERİ HS	37.500,00	
263 AR-GİDERLERİ HS		37.500,00
263.20 Y Projesi		

b) İkinci seçenek olağan gider/zarar olarak kabul edilmesi.

659 DİĞ.FAAL.OLAĞ.GİD.ZAR.	37.500,00	
659.Ar-Ge Giderleri		
263 AR-GİDERLERİ HS		37.500,00
263.20 Y Projesi		

c) Üçüncü Seçenek olağandışı gider/zarar olarak kabul edilmesi.

689 DİĞ.FAAL.OLAĞ.DIŞI GİD.ZAR.	37.500,00	
689.Ar-Ge Giderleri		
263 AR-GİDERLERİ HS		37.500,00
263.20 Y Projesi		

Bir araştırma geliştirme faaliyetinin başarısız olmasını hiçbir işletme istemez ve beklemez. Dolayısıyla, beklenmeyen Ar-ge giderinin Olağandışı Gider ve Zararlara kaydedilmesi en uygun seçenek olacaktır.

X Projesi ise, katkı yaptığı mamulün maliyetine atılarak beş yıl içinde amorti edilecektir. X Projesinin A mamulün kalitesine katkı yapmıştır. A mamulünün yıllık üretim kapasitesi 12.000 adet, 5 yıllık 60.000 adettir.

İşletmenin Ocak ayı A mamulü üretimi 950 adet olmuştur. Bu durumda Ocak ayı X projesi ile ilgili amortisman kaydı aşağıdaki gibi olacaktır.

730 GENEL ÜRETİM GİDERLERİ	712,50	
730.07 Amortisman ve Tük Payl.		
730.07.260 Y Proj. Amor.ve Tük.P.		
268 BİRAMOR.VE TÜK.PAY.		712,50
268.33 X Projesi		
45.000/60.000=0,75 TLx950=712,50 TL		

IV. Sonuç

Bilgi çağının yaşandığı ve küresel rekabetin her alanda kendini hissettirdiği günümüzde işletmelerin varlıklarını sürdürmelerinin koşulu olarak yenilikçi olmaları ve katma değeri yüksek mal ve hizmetler üretmeleri gerekmektedir. Ülkelerin başarısında Araştırma ve Geliştirme faaliyetlerine verilen önem ve bu kapsamda sağlanan destek ve teşvikler önemli rol oynamaktadır.

İşletmelerde Ar-Ge harcamalarının artmasıyla, Ar-Ge harcamalarının muhasebeleştirilme ilke ve esasları da önemli hale gelmiştir. Ar-Ge harcamaları, bilançoda aktifleştirilebildiği gibi, gelir tablosunda da gider olarak kaydedilebilmektedir Her iki durumun da mali tabloların görünümüne ve faaliyet sonuçlarına etkisi farklı olmaktadır. Ar-Ge harcamalarının muhasebeleştirilmesi ile ilgili ilke ve kurallar 38 numaralı “Maddi Olmayan Duran Varlıklar” başlıklı Uluslararası Muhasebe Standartlarında yer almaktadır.

Ar-Ge harcamalarının doğrudan giderleştirilmesi ya da aktifleştirilerek amortisman yoluyla itfa edilmesi konusunda farklı düzenlemeler mevcuttur. Şöyle ki, 38 Seri No.lu Muhasebe Standardında ve 9 No.lu Uluslararası Muhasebe Standardında araştırma ve geliştirme kavramlarının ayrı ayrı tanımı

yapılmış ve yapılan harcamaların aynı anlama gelmedikleri ifade edilmiştir. Bu ayırım, söz konusu harcamaların muhasebeleştirilmesinde de farklılık yaratmıştır. Oysa, Kurumlar Vergisi Kanunu'nda söz konusu harcamalar Ar-Ge harcaması olarak tek bir kavram olarak tanımlanmış ve muhasebeleştirme aşamasında araştırma ya da geliştirme harcaması olarak fark gözetmeksizin, tüm harcamaların aktifleştirmesini zorunlu tutulmuştur. Ancak, gayrimaddi hakka yönelik olmayan ve Vergi Usul Kanunu hükümleri çerçevesinde aktifleştirilmesi gerekmeyen harcamalar doğrudan gider yazılabilecektir. Bu uygulamayla, konuya vergisel açıdan yaklaşmış ve araştırma harcamalarıyla her ne kadar gelecekte bir iktisadi kıymet elde edilip edilmeyeceği belirsiz de olsa işbu harcamaların gider olarak dikkate alınmayacağı belirtilmiştir. Ancak, mükellefin ileriki yıllarda Ar-Ge faaliyetlerinden/projeden vazgeçmesi durumunda ya da sonuç alınamayacağının kesinleşmesi halinde aktifleştirilen tutarın tümü ilgili dönemde doğrudan gider olarak dikkate alınabilecektir. Faaliyetlerin/projenin maddi ya da gayrimaddi bir kıymetle sonuçlanması durumunda, ilgili kıymet 333, 339 ve 365 Sıra No.lu VUK genel tebliği uyarınca belirlenen itfa ömrüne göre amortismanına tabi tutulacaktır.

TMS-38'de, Ar-Ge departmanları tarafından yapılacak faaliyetler "araştırma" ve "geliştirme" faaliyetleri olarak ayrı ayrı ele alınmaktadır. Ar-Ge faaliyetlerinde böyle bir ayırma gidilmesinin sebebi; araştırma çalışmaları neticesinde beklenen sonuçların elde edilemeyeceği gerçeğidir. Araştırma faaliyetleri sonucunda yeni bir ürün ya da sistem yaratılması kesin olmadığından dolayı araştırma harcamaları aktifleştirilmemeli, doğrudan gider olarak kaydedilmelidir. Araştırma gideri ile geliştirme giderleri birbirlerinden ayrıştırılabiliyor ise, araştırma gideri aktifleştirilemez iken, geliştirme gideri aktifleştirilebilir. Ar-Ge harcamalarından ekonomik fayda sağlanacağı düşünüyor ve bu fayda ölçülebiliyorsa aktifleştirilebilir, aksi durumda gider yazılır.

Yukarıda özetle anlatılan Ar-Ge düzenlemelerindeki farklılıklar, çok fazla sayıda konuyu da içerisinde barındırdığından (vergi teşvikleri, nakit teşvikler vb.), özellikle muhasebecilerin hatalı kayıt yapmalarına neden olabilecektir. Günümüzde önem kazanan Ar-ge giderlerinin muhasebeleştirilmesiyle ilgili düzenlemelerde birlik sağlanması sorunların giderilmesindeki temel noktadır.

Çalışmada özel olarak üretim işletmelerinin Ar-ge giderlerinin kaydedilmesinde dikkate alınması gereken bazı konular üzerinde durulmuştur.

5520 Sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu'na ve 5746 Sayılı Ar-Ge Kanunu'na göre TÜBİTAK ve benzeri kurumlarca sağlanan ulusal ve uluslararası hibe ve geri ödemeli teşviklerin muhasebeleştirilmesinde farklı uygulamalar olduğu görülmektedir. Hibe destekleri bir gelir değil bir sermaye desteği niteliği taşıdığından dolayı sermayeye eklenmesi uygun olacaktır.

5520 Sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu'na ve 5746 Sayılı Ar-Ge Kanunu'na göre, Ar-Ge ve yenilik giderlerinin, işletmelerin diğer üretim

faaliyetlerine ilişkin harcamalarından ayrıştırılarak, Ar-Ge indiriminin doğru hesaplanmasını sağlayacak şekilde muhasebeleştirilmesi gereklidir. Ayrıca, SGK İşveren Teşvik ve Gelir Vergisi istisnasının uygulanabilmesi için de Ar-Ge muhasebesinin ayrı tutulması zorunludur. Ar-Ge indiriminin doğru uygulandığına dair Vergi Dairesine verilecek olan YMM Tasdik Raporu veya Tam Tasdik Raporunun ilgili bölümünde Ar-Ge indirimlerinin belirtilmesi için Ar-Ge muhasebesi önem taşımaktadır.

Kaynaklar

- Akdoğan, N. ve Sevilengül, O. (1999) Tekdüzen Muhasebe Sistemi Uygulaması, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Demir, A. (1995) Tekdüzen Muhasebe Sistemi, Çağdaş Müşavirlik Pazarlama ve Ticaret Ltd. Şti., İstanbul.
- Erkiletlioğlu, H. (2013), Dünya’da ve Türkiye’de Ar-Ge Faaliyetleri, İktisadi Araştırmalar Bölümü, İş bankası yayını.
- Kula, V. (2012) Bilanço Eşitliği Temelinde Finansal Muhasebeye Giriş, Kocatepe Akademik Yayınevi, Afyonkarahisar.
- Yardımcıoğlu, M., Demirel N. ve Özer V., (2008) Araştırma ve Geliştirme Harcamalarının ve Maddi Olmayan Duran Varlıkların, TMS-38, Tekdüzen Muhasebe Sistemi ve SPK Tebliği’ne Göre Muhasebeleştirilmesi İşlemlerinin Karşılaştırılması, İSMMO Mali Çözüm, Yıl:18, Sayı:85, s.43-58.
- Remzi Örtten, Hasan Kaval ve Aydın Karapınar, (2009) Türkiye Muhasebe-Finansal Raporlama Standartları Uygulama ve Yorumları, 3. Basım, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Saban, M. ve Genç M., (2005) Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerinin IAS-38 Maddi Olmayan Duran Varlıklar Kapsamında Muhasebeleştirilmesi, Mali Çözüm, Sayı: 70.
- Şengel, S., (2009) “Maddi Olmayan Duran Varlıklar TMS 38”, UFRS-UMS Uyumlu Türkiye Muhasebe Standartları Uygulaması, Ed: Necdet Sağlam, Salim Şengel ve Bünyamin Öztürk, 3. Basım, Ankara: Maliye ve Hukuk Yayınları, Nisan.
- TOBB (Türkiye Odalar Ve Borsalar Birliği) (2004). Teknoloji Geliştirme ve Yenilik Destekleri Rehberi, TOBB Yayınları, Sayı: 3, Ankara.
- 4691 Sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu.
- 5746 Sayılı Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun.
- Gelir Vergisi Kanunu.
- Katma Değer Vergisi Kanunu.
- Kurumlar Vergisi Kanunu.
- Kurumlar Vergisi Kanunu 1 Seri No.lu Genel Tebliğ.

Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliğleri (Sıra No: 1-2-3). Resmi Gazete,
Sayı: 23513, Tarih: 4.11.1998.
Araştırma-Geliştirme (AR-GE) Yardımına ilişkin Tebliğ (Tebliğ No: 98/1 O).
<http://www.alomaliye.com/2015/10/14/ar-ge-merkezleri-sayimiz-215e-ulasti/>.
http://www.battelle.org/docs/tpp/2014_global_rd_funding_forecast.pdf.
<http://www.tuik.gov.tr>.

ÖRGÜTSEL DEĞİŞİM SİNİZMİ: ÖLÇEK GELİŞTİRME, GÜVENİLİRLİK VE GEÇERLİLİK ÇALIŞMASI

*Ebru TOLAY**

*Olca SÜRGEVİL DALKILIÇ***

*Oytun BORAN SEZGİN****

Alınış Tarihi: 03 Mart 2016

Kabul Tarihi: 07 Aralık 2016

Öz: Bu çalışmanın amacı, en başarılı değişim çabalarını dahi engelleyici rol oynayan ve “değişime karşı kötümser bakış açısı” şeklinde tanımlanan “örgütsel değişim sinizmi” olgusunu ölçmeye yönelik Türk çalışma koşullarına uygun bir ölçme aracı geliştirmektir. Madde havuzu oluşturulması, kapsam geçerliliği, uygulama, yapı geçerliliği ve ölçek güvenilirliği hesaplanması aşamalarından oluşan çalışmanın, sunduğu ölçme aracı sayesinde, değişime yönelik sinizm konusu ile ilgili çalışacak araştırmacılara ve örgütsel değişim uygulamacılarına katkı sağlaması umulmaktadır.

Çalışmada odak grup ve mülakat verilerine dayanarak geliştirilen ölçek, daha sonra farklı iş kollarında ve işletmelerde görev yapan, alt ve orta kademe yöneticiler ile yönetici olmayan 255 çalışan üzerinde test edilmiştir. Gerçekleştirilen açımlayıcı faktör analizi sonucuna göre, üç faktör ve 15 maddeden oluşan bir soru formuna ulaşılmıştır. Yönetimsel, deneyimsel ve edinimsel sinizm olarak isimlendirilen bu faktörlere ilişkin iç tutarlılık katsayıları sırasıyla, .89, .82 ve .85 olarak bulunmuştur. Açımlayıcı faktör analizi sonrasında ölçeğe ait faktörlerin, varyansı yaklaşık %65 oranında açıkladığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Değişim Sinizmi, Ölçek Geliştirme, Geçerlilik, Güvenilirlik.

ORGANIZATIONAL CHANGE CYNICISM: SCALE DEVELOPMENT, VALIDITY AND RELIABILITY

Abstract: The purpose of this study is to develop a measurement tool in the context of Turkish workplace for “organizational change cynicism” phenomenon which can be defined as “a negative or pessimistic perspective towards organizational change”. This study follows the stages of creating item pool, content validity, survey, construct validity and measurement reliability. Developed measurement tool may contribute the researchers and practitioners who work in the organizational change field.

Item pool of “Organizational change cynicism” scale is developed via focus group and interview data. 255 employees responded the survey. The scale has 3 dimensions which are named as *managerial*, *experiential* and *acquisitional change cynicism* and 15 items with respect to exploratory factor analysis. Internal reliability of 3 dimensions are respectively as .89, .82, .85 and the explained total variance is about 65%.

Keywords: Organizational Change Cynicism, Scale Development, Validity, Reliability.

*Yrd. Doç. Dr. Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü

**Doç. Dr. Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü

***Ar. Gör. Dr. Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü

I. Giriş

İş yaşamında sinizm ya da örgütsel sinizm olgusu, yerli ve yabancı literatürde, farklı meslek grupları açısından tanımlanmaya ve farklı kavramlarla ilişkileri incelenmeye çalışılan bir konu olmakla birlikte (bknz: Albrecht ve Travaglione, 2003; Andersson, 1996; Arslan, 2012; Beer vd., 2005; Bommer vd., 2004; Boyalı, 2011; Bryne ve Hochwater, 2008; Candan, 2013; Cole vd., 2006; Çarıkcı vd., 2013; Dean vd., 1998; Erbil, 2013; Guastello vd., 1992; Johnson ve O’Leary-Kelly, 2003; Kalağan ve Güzeller, 2010; Karacaoğlu ve İnce, 2013; Roger, 1995; Rubin vd., 2009; Yıldız, 2013) örgütsel değişime yönelik sinizmi ele alan çalışmaların göreceli olarak daha sınırlı olduğu dikkat çekmektedir (Bknz: Atwater vd., 2000; Bordia vd., 2011; Brown ve Cregan, 2008; Özen Kutanis ve Dikili, 2010; Stanley vd., 2005; Turan, 2011).

Örgüt yazınındaki bağlamıyla sinizm konusunun belli başlı beş odak çerçevesinde açıklandığı görülmektedir. Bunlar; *kişilik odağı*, *toplum odağı*, *mesleki sinizm odağı*, *işgören sinizmi odağı* ve *örgütsel değişim odağıdır* (Dean vd., 1998: 344). Çalışanların değişime direnç eğilimlerini en iyi açıklayan değişken olduğu iddia edildiğinden (Stanley vd., 2005) ‘örgütsel değişime yönelik sinizm’in özel bir çalışma alanı olarak ele alınıp incelenmesinin yararlı olacağı söylenebilir. Günümüz iş dünyasının en önemli gerçeklerinden biri olan değişimler karşısında, örgüt üyelerinin sahip olduğu olumsuz bakış açısını yansıtan bu kavramın, gerek akademisyenler gerekse uygulamadaki yöneticiler tarafından anlaşılması ve yönetilmesi oldukça önemlidir.

Bu doğrultuda, çalışmada öncelikle örgütsel değişim sinizmi ile ilgili kavramsal çerçeve sunulmakta ve farklı araştırmacılar tarafından örgütlerde sinizm olgusunu ölçmek amacıyla geliştirilmiş çeşitli ölçme araçları hakkında bilgi verilmektedir. Daha sonra, Türk kültürüne uyumlu bir örgütsel değişim sinizmi ölçeği geliştirme yolunda izlenen adımlar, yapılan analizler ve elde edilen bulgular ayrıntılı biçimde açıklanmaktadır.

II. Kavramsal Çerçeve: Örgütsel Değişim Sinizmi

Örgütsel Değişim Sinizmi (Organizational Change Cynicism), “örgütsel değişimleri gerçekleştirmekten sorumlu olanların isteksiz ve/veya yetkinliği olmayan kişiler olarak görülmeleri sebebiyle, değişim çabalarına karşı sahip olunan kötümser bakış açısı” olarak tanımlanmaktadır (Wanous vd., 2000: 133). Wanous ve arkadaşları (1994: 269), örgütlerdeki değişim çabalarındaki başarısızlığın, daha çok, geçmişteki değişim girişimlerinin başarısız olmasından ve çalışanların gelecek değişim çabalarına karşı sinik tutumlar geliştirmesinden kaynaklandığını ifade etmişlerdir. Örgüt içerisinde yaygın bir sinizmin yerleşmesi durumunda ise en doğru değişim çabaları gerçekleşse dahi, bu değişim, sinizm tarafından engellenecektir.

Örgütsel değişim sinizmi ile ilgili araştırmalarda, çalışanların doğrudan değişim sinizmi algılarının ölçülmesinde kullanılabilecek tek ölçme aracının Wanous, Reichers ve Austin (1994) tarafından geliştirilen ve .86 güvenilirliğe

sahip olduğu tespit edilen “Örgütsel Değişime Yönelik Sinizm Ölçeği (Cynicism About Organizational Change-CAOC)” olduğu söylenebilir. Bu ölçeğin yabancı literatürdeki kullanımı, ülkemize kıyasla daha yaygın olmakla birlikte (bkz. Abraham, 2000; Avey vd, 2008, 2010; Barton ve Ambrossini, 2013; Bommer vd., 2005; Bordia vd., 2011; Watt ve Piotrowski, 2008; Williams vd., 2011), ülkemizde sinizm konusu ile ilgilenen araştırmacıların genellikle Wrightsman (1991) tarafından geliştirilen “Genel Sinizm Ölçeği” (Erdost vd., 2007; Arslan, 2012; Karacaoğlan Aslan ve Boylu, 2014) ile Brandes (1997) ve Brandes vd. (1999) tarafından geliştirilen “Örgütsel Sinizm Ölçeği”ni (Erdost vd., 2007; Turan, 2011; Arslan, 2012; Boyalı, 2011; Karacaoğlu ve İnce, 2012; Karacaoğlan Aslan ve Boylu, 2014) tercih ettikleri dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, literatürde sinizm ve sinizm türleri ile ilgili olarak geliştirilmiş bazı ölçekler Tablo 1’de özetlenmektedir.

Tablo 1: Sinizm Araştırmalarında Kullanılan Ölçme Araçları

ÖLÇME ARAÇLARI	ARAŞTIRMACILAR
Kişilik Odaklı Sinizm: Karşıtlık Ölçeği	Cook ve Medley (1954): 50 ifade, $\alpha = .86$
Toplumsal / Kurumsal Odaklı Sinizm: Sinizm Ölçeği	Kanter ve Mirvis (1989): 7 ifade, $\alpha = .78$
Meslek Odaklı Sinizm: Çalışma Sinizmi	Niederhoffer (1967) O’Connell, Holzman & Armandi, 1986: 9 ifade, $\alpha = .87$
İşgören Odaklı Sinizm: İşgören Sinizmi	Andersson (1996) Andersson ve Bateman (1997): 7 ifade, $\alpha = .92$
Örgütsel Değişim Çabaları Odağı: Örgütsel Değişime Yönelik Sinizm Ölçeği	Wanous, Reichers ve Austin (1994): 8 ifade, $\alpha = .86$ Reichers, Wanous ve Austin (1997) Wanous, Reichers ve Austin (2000)
Örgütsel Sinizm Ölçeği	Vance, Brooks ve Tesluk (1997): 9 ifade, $\alpha = .84$ Güzeller ve Kalağan (2008) tarafından Türkçe’ye uyarlama (9 ifade, $\alpha = .83$)
Örgütsel Sinizm Ölçeği: Bilişsel, Duygusal, Davranışsal Örgütsel Sinizm Alt boyutları	Wrightsman (1991) Brandes (1997) Dean, Brandes ve Dharwadkar (1998) Brandes, Dharwadkar ve Dean (1999) Erdost, Karacaoğlu ve Reyhanoğlu (2007) Türkçe’ye uyarlama; Karacaoğlu ve İnce (2012) Türkçe formun geçerlilik ve güvenilirlik testi: 13 ifade, $\alpha = .91$

*Bu Tablo; Dean, Brandes ve Dharwadkar (1998); Güzeller ve Kalağan (2008); Karacaoğlu ve İnce (2012)’den yararlanarak geliştirilmiştir.

Tablo 1'den görüldüğü üzere, genel olarak sinizmi ya da sinizm türlerini ölçmeye yönelik farklı araçlar bulunmakla birlikte, doğrudan örgütsel değişim sinizmini ölçen tek bir ölçme aracı bulunmaktadır. Wanous, Reichers ve Austin (1994) tarafından geliştirilen bu ölçeğin ülkemizdeki kullanımının ise yaygın olmadığı söylenebilir. Bu durum, sinizm olgusunun ülkemizde son yıllarda ilgi görmeye başlayan bir konu olmasına karşılık, örgütsel değişime yönelik sinizmin yeterince tanınmaması ile açıklanabilir. Bu nedenle, örgütsel değişime yönelik sinizm ölçeğinin Türk kültürüne uygunluğuna ilişkin bir öngöründe bulunmak pek mümkün görünmemektedir.

Bu çerçevede, örgütsel değişimlerin başarısını yakından ilgilendiren, çalışanların örgütsel değişime yönelik sinik tutum ve davranışlarını ölçmeye yönelik; Türk kültürüne uyumlu ve daha kapsamlı bir ölçme aracına gereksinim duyulduğu düşünülmektedir. Literatürdeki bu ihtiyaçtan hareketle, çalışmanın amacı, orta ve alt kademe yöneticiler ile yönetici olmayan personelin, örgütsel değişimlere karşı sinik tutum ve davranışlarını belirlemeye yönelik, Türk çalışma yaşamına ve kültürüne uyumlu yeni bir *Örgütsel Değişim Sinizmi Ölçme Aracı* geliştirmektir.

III. Araştırmanın Yöntemi

Çalışanların iş yaşamlarında karşılaştıkları değişimlere yönelik sinik tutumlarını tespit etmeyi hedefleyen ölçme aracının geliştirilmesinde; madde havuzu oluşturulması, kapsam geçerliliği, uygulama, yapı geçerliliği (açımlayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi) ve ölçek güvenilirliği hesaplanmasını içeren beş aşamalı bir süreç izlenmiştir.

A. Madde Havuzu Oluşturma Aşaması

İlk aşamada, 'örgütsel sinizm' ve 'örgütsel değişime yönelik sinizm' literatüründe karşılaşılan ve benzer nitelikli araştırmalarda kullanılan *ölçme araçları* incelenmiştir (bknz. Brown ve Cregan, 2008; Dean vd., 1998; Kalağan ve Güzeller, 2010; Reichers vd., 1997; Wanous vd., 1994, 2000).

Araştırmacıların, araştırma dizisinin ilk aşamasında gerçekleştirmiş oldukları odak grup çalışması ve derinlemesine mülakatlardan oluşan nitel çalışmanın verilerinden yararlanılarak bir *madde havuzu* oluşturulmuştur (Sezgin, Tolay ve Sürgevil, 2016). Daha sonra, araştırmacılar tarafından farklı sektörlerde yönetici konumunda çalışmayan kişilerle *derinlemesine mülakatlara* devam edilerek toplam 10 derinlemesine mülakat verisi sağlanmıştır. Derinlemesine mülakatlara, cevaplar belli bir doygunluk noktasına erişene kadar (konunun yeni ve farklı boyutlarını temsil eden cevapların yakalanamadığı nokta) devam edilmiştir. Böylece, araştırma dizisinin ilk aşamasında gerçekleştirilen *nitel çalışma (odak grup ve derinlemesine mülakatlar)* ve daha sonra devam edilen *derinlemesine mülakatlardan* elde edilen verilerden ve örgütsel değişim sinizmi ile doğrudan ya da dolaylı olarak ilgisi olduğu düşünülen mevcut *ölçme araçlarındaki ifadelerden* (Brooks ve

Vance, 1991; Wanous vd., 2000) yararlanılarak 57 maddelik bir taslak ölçek hazırlanmıştır.

B. Kapsam Geçerliliği Tespit Aşaması

Ölçülmek istenen özellikler için kullanılan maddelerin nicelik ve nitelik olarak yeterliliğini ifade eden kapsam geçerliliğini belirlemede sıkça kullanılan yöntemlerden biri *uzman görüşlerine* başvurmaktır. Bu çerçevede, taslak ölçek haline getirilmiş 57 maddelik ifade havuzunun, örgütsel değişime yönelik sinizm tutumlarını belirlemede kullanılıp kullanılmayacağı konusunda, yönetim-organizasyon alanında çalışan 5 uzman ile 1 ölçme ve değerlendirme uzmanının görüşleri alınmıştır.

Her bir uzmandan, 57 maddelik soru formundaki ifadeleri örgütsel değişim sinizmine uygunluğu açısından önem derecelerine göre 1-10 ölçeğinde değerlendirmeleri istenmiş; ayrıca kendilerinden yeni madde önerileri talep edilmiştir. Uzman görüşlerinin değerlendirilmesi aşamasında, uzmanların maddelere verdikleri puanların yüzdesel ağırlıkları hesaplanmıştır. Her bir maddeye ilişkin tüm uzman görüşlerinin yüzdesel ağırlıklarının ortalamaları alınmış ve böylece uzmanlara göre örgütsel değişim sinizmini temsil eden en önemli maddeler belirlenmiştir. Ayrıca uzmanların yeni madde önerileri dikkate alınmış ve uzmanlara göre birbiriyle aynı anlam taşıdığı düşünülen ifadeler de tekrar gözden geçirilmiştir.

Ardından, ölçek maddeleri bir ölçme ve değerlendirme uzmanına iletilmiş; maddelerin dil bütünlüğü ve ölçme gücü hakkındaki değerlendirmeleri alınmıştır. Tüm bu değerlendirmeler ışığında ölçeğe son hali verilmiştir (bkz. Tablo 2). Uygulama aşamasına hazır olan ve toplam 23 maddeden oluşan ölçme aracı, "*kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, ne katılıyorum ne katılmıyorum, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum*" şeklinde 5'li Likert tipi ölçek kullanılarak derecelendirilmiştir.

C. Uygulama Aşaması

Survey yönteminin uygulandığı bu aşamada, veri toplama tekniği olarak yazılı soru sorma kullanılmıştır. Verilerin analizinde SPSS 20 ve Lisrel 8.80 programlarından yararlanılmıştır.

Uygulama aşamasında, geliştirilen ilk ölçek (bkz. Tablo 2), *kolayda örnekleme* yöntemiyle ulaşılan, farklı iş kollarında ve işletmelerde görev yapan, *alt ve orta kademe yöneticiler ile yönetici olmayan 260 çalışana* uygulanmış; geçerli 255 soru formu analizlere dahil edilmiştir.

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde, çalışanların %58'i erkek ve %42'si kadın; %32'si 30 yaş ve altı, %58'i 30-39, %8'i 40-49 ve %3'ü 50-59 yaş aralığında; %7'si lise, %12'si önlisans, %47'si lisans, %27'si yüksek lisans, %7'si doktora eğitim düzeyine sahiptir. Katılımcıların %36'sı 6 yıl ve aşağısında, %33'ü 6-10 yıl, %17'si 11-15 yıl, %9'u 16-20 yıl, %5'i 20 yıldan daha fazla iş tecrübesine sahiptir. Ayrıca %61'i 6 yıl ve aşağısında, %22'si 6-10 yıl, %11'i 11-15 yıl, %4'ü 16-20 yıl arasında ve %2'si de 20 yıldan fazla bir süreden beri mevcut kurumunda çalışmaktadır.

Tablo 2: Örgütsel Değişim Sinizmi Ölçeğine İlişkin İfadeler

1. İşyerimdeki değişim çabaları başarısızlıkla sonuçlanır.
2. İşyerimdeki değişimler çalışanları olumsuz etkiler.
3. İşyerimdeki değişimlerde çalışanların yararı gözetilmez.
4. İşyerimde gerekli olmadığı halde değişime gidilir.
5. İşyerimdeki iyileştirme planları, bir anlam ifade etmez.
6. İşyerimdeki değişimler, beraberinde birçok sorun getirir.
7. İşyerimdeki değişimlerin başarılı olacağına inanırım. (T)
8. İşyerimdeki yöneticiler, değişimi yönetecek yetkinlikte değildirler.
9. İşyerimdeki yöneticiler, değişim konusunda samimi değildirler.
10. İşyerimdeki yöneticiler, değişimi “yapmış olmak için” yaparlar.
11. İşyerimdeki yöneticiler, değişimi art niyetli amaçları için kullanırlar.
12. İşyerimdeki yöneticiler, “ya değişimi uygula ya da işten ayrıl” mesajı verirler.
13. İşyerimdeki yöneticiler, aslında değişmeyi gerçekten istemezler.
14. İşyerimdeki yöneticiler, değişimin yararına inanmazlar.
15. İşyerimdeki yöneticilerin, değişimin hedefleri konusundaki sözleri ile değişimin sonuçları tutarsızdır.
16. İşyerimdeki değişimlerin sonunda, beklentilerimin çok azı gerçekleşir.
17. İşyerimdeki değişimler iş yükümü artırır.
18. İşyerimdeki değişimlerin bana bir faydası yoktur.
19. İşyerimdeki değişimler yüzünden sahip olduklarımı yitiririm.
20. İşyerimdeki değişimlerin, eksik yanlarımı ortaya çıkarmasından çekinirim.
21. İşyerimdeki değişimler huzurumu kaçıır.
22. İşyerimdeki değişimler rahatımı bozar.
23. İşyerimdeki değişimler yüzünden belirsizlik yaşarım.

D. Yapı Geçerliliği Tespit Aşaması

Açımlayıcı faktör analizi, güvenilirlik ve korelasyon analizlerinin yapıldığı bu aşamada, ölçeğin yapı geçerliliğini belirleyebilmek için uygulamadan elde edilen veriler üzerinde öncelikle *açımlayıcı faktör analizi* gerçekleştirilmiştir. Verilerin analizlere uygunluğunu ölçmek için bütün maddeler güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur. Bu noktada, ‘İşyerimdeki değişimlerin, eksik yanlarımı ortaya çıkarmasından çekinirim’ ve ‘İşyerimdeki değişimler iş yükümü artırır’ ifadeleri, güvenilirliği düşürdüğü için madde havuzundan çıkarılmıştır. Bu işlemde sonra maddelerin bütünü Cronbach Alpha değeri 0,939 olarak belirlenmiştir.

Gerçekleştirilen açımlayıcı faktör analizleri sonrasında ‘İşyerimdeki yöneticiler, değişimi yönetecek yetkinlikte değildirler’, ‘İşyerimdeki iyileştirme planları, bir anlam ifade etmez’, ‘İşyerimdeki yöneticilerin, değişimin hedefleri konusundaki sözleri ile değişimin sonuçları tutarsızdır’, ‘İşyerimde gerekli olmadığı halde değişime gidilir’ ve ‘İşyerimdeki değişimlerin bana bir faydası yoktur’ ifadeleri, 2 ya da daha fazla faktöre yakın yüklerle (0.10’den daha az) dağıldığı için analiz dışında bırakılmıştır.

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda gerçekleştirilen boyut içi güvenilirlik analizi sonrasında, “İşyerimdeki yöneticiler, ‘ya değişimi uygula ya da işten ayrıl’ mesajı verirler” maddesi de boyut içi güvenilirliği düşürdüğü için analiz dışında bırakılmıştır. Bu maddenin analiz dışında tutulmasıyla boyut içi güvenilirlik 0,880’den 0.893’e yükselmiştir. Geri kalan 15 madde tekrar faktör analizine tabi tutulmuştur. Bu analize ilişkin sonuçlar Tablo 3’te gösterilmektedir. Açımlayıcı faktör analizine göre Keiser-Meyer-Olkin değeri 0,905 olarak tespit edilmiştir. Bartlett testine göre sonuçlar 0,000 düzeyinde anlamlıdır. Üç boyutun toplam varyansı açıklama yüzdesi ise % 64.91 olarak belirlenmiştir. İlk boyut % 24.418, ikinci boyut % 20.762 ve üçüncü boyut % 19.730 ile örgütsel değişim sinizmi olgusunu açıklamaktadırlar.

İlk boyut, çalışanların, yöneticilerinin değişimi yönetmelerindeki eksikliklerine bağlı olarak değişime yönelik olumsuz bakış açılarını içerdiği için “yönetimsel değişim sinizmi”; ikinci boyut, değişimin geçmişte yarattığı olumsuz sonuçların şekillendirdiği olumsuz bakış açılarını içeren maddeleri barındırdığı için “deneyimsel değişim sinizmi” ve üçüncü boyut ise değişimin çalışanın huzurunu, rahatını etkileyerek sahip olduklarını kaybetme duygusuyla olumsuz bir bakış açısı yaratması sebebiyle “edinimsel değişim sinizmi” olarak adlandırılmıştır.

Tablo 3: Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Maddeler	Boyutlar ve Faktör Yükleri		
	1 YDS*	2 DDS	3 EDS
İşyerimdeki yöneticiler, aslında değişmeyi gerçekte istemezler.	0,847		
İşyerimdeki yöneticiler, değişimin yararına inanmazlar.	0,841		
İşyerimdeki yöneticiler, değişim konusunda samimi değildirlirler.	0,762		
İşyerimdeki yöneticiler, değişimi art niyetli amaçları için kullanırlar.	0,722		
İşyerimdeki yöneticiler, değişimi “yapmış olmak için” yaparlar.	0,702		
İşyerimdeki değişimler çalışanları genellikle olumsuz etkiler.		0,731	
İşyerindeki değişimlerin başarılı olacağına inanırım. (T)		0,648	
İşyerimdeki değişim çabaları başarısızlıkla sonuçlanır.		0,636	
İşyerimdeki değişimlerde çalışanların yararı gözetilmez.		0,614	
İşyerimdeki değişimler, beraberinde birçok sorun getirir.		0,598	
İşyerimdeki değişimlerin sonunda, beklentilerimin çok azı gerçekleşir.		0,590	
İşyerimdeki değişimler rahatımı bozar.			0,883
İşyerimdeki değişimler huzurumu kaçırır.			0,830
İşyerimdeki değişimler yüzünden belirsizlik yaşarım.			0,757
İşyerimdeki değişimler yüzünden sahip olduklarımı yitiririm.			0,605

*YDS: Yönetimsel Değişim Sinizmi, DDS: Deneyimsel Değişim Sinizmi, EDS: Edinimsel Değişim Sinizmi

Açımlayıcı faktör analizi sonrası, ölçek güvenilirliğini test etmek amacıyla maddelerin *Cronbach-Alfa güvenilirlik katsayısı* ve *madde-toplam test puanı korelasyonu* hesaplanmıştır.

Boyut içi *güvenilirlik analizi* sonuçlarına göre yönetsel değişim sinizmi boyutunun güvenilirliği 0,893, deneyimsel değişim sinizmi boyutunun güvenilirliği 0,822 ve edinimsel değişim sinizmi boyutunun güvenilirliği 0,854 olarak belirlenmiş ve boyutların güvenilirliklerinin yüksek olduğu saptanmıştır.

Boyut-madde korelasyonu analizi sonrasında, her bir maddenin boyutu ile arasındaki korelasyonun 0,20'den büyük olması beklenmektedir. Tablo 4 incelendiğinde, bütün boyutların, maddeleri ile korelasyonu 0,615 ile 0,873 arasında gerçekleştiği için boyut içerisindeki maddeler, boyut ile anlamlı ve yüksek derecede ilişkili bulunmuştur.

Tablo 4: *Boyut-Madde Korelasyonu*

Maddeler	Boyutlar ve Korelasyon Katsayıları		
	1 YDS*	2 DDS	3 EDS
İşyerimdeki yöneticiler, aslında değişmeyi gerçekten istemezler.	0,815		
İşyerimdeki yöneticiler, değişimin yararına inanmazlar.	0,823		
İşyerimdeki yöneticiler, değişim konusunda samimi değildirler.	0,850		
İşyerimdeki yöneticiler, değişimi art niyetli amaçları için kullanırlar.	0,800		
İşyerimdeki yöneticiler, değişimi “yapmış olmak için” yaparlar.	0,845		
İşyerimdeki değişimler çalışanları genellikle olumsuz etkiler.		0,788	
İşyerindeki değişimlerin başarılı olacağına inanırım. (T)		0,615	
İşyerimdeki değişim çabaları başarısızlıkla sonuçlanır.		0,700	
İşyerimdeki değişimlerde çalışanların yararı gözlemlenmez.		0,748	
İşyerimdeki değişimler, beraberinde birçok sorun getirir.		0,727	
İşyerimdeki değişimlerin sonunda, beklentilerimin çok azı gerçekleşir.		0,775	
İşyerimdeki değişimler rahatımı bozar.			0,853
İşyerimdeki değişimler huzurumu kaçıtır.			0,837
İşyerimdeki değişimler yüzünden belirsizlik yaşıyorum.			0,726
İşyerimdeki değişimler yüzünden sahip olduklarımı yitiririm.			0,873

*YDS: Yönetimsel Değişim Sinizmi, DDS: Deneyimsel Değişim Sinizmi, EDS: Edinimsel Değişim Sinizmi

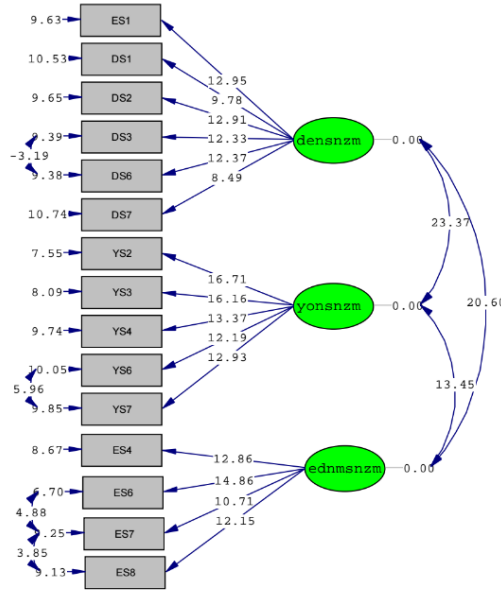
Açımlayıcı faktör analizinden sonra yapı geçerliliğinin sağlanması için Lisrel 8.80 programından faydalanarak *doğrulayıcı faktör analizleri* uygulanmıştır. Yapılan ilk analiz sonrası programın önerileri doğrultusunda dört kere hata modifikasyonu gerçekleştirilmiştir. Kikare/serbestlik derecesi oranında 3,252'den 2,108'e kadar bir gerileme sağlanarak model daha anlamlı

hale getirilmiştir. Bu modifikasyondan sonra program herhangi bir hata modifikasyonu önermediği için model iyileştirmesi sonlandırılmıştır. Gerçekleştirilen hata modifikasyonları sonucunda Kikare/serbestlik derecesi oranlarındaki iyileşmeler Tablo 5'te gösterilmektedir.

Tablo 5: 1. Düzey Doğrulamalı Faktör Analizi Model İyileştirmeleri

Model	Ki Kare Değeri	Serbestlik Değeri	Kikare/serbestlik derecesi
Model 1	282.91	87	3.252
1. iyileştirme	218.86	86	2.536
2. iyileştirme	206.17	85	2.426
3. iyileştirme	188.71	84	2.247
4. iyileştirme	174.96	83	2.108

Birinci düzey doğrulamalı faktör analizi sonucunda elde edilen değerler incelendiğinde, bütün maddelerin R^2 değerleri istenen değer olan 0,25 üzerinde bulunmuştur. Boyut ile korelasyonları 0,50'nin üzerinde ve T değerleri 1,96'nın üzerinde tespit edilerek modelin anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Şekil 1'de doğrulamalı faktör analizi sonuçları gösterilmektedir.



Chi-Square=174.96, df=83, P-value=0.00000, RMSEA=0.066

Şekil 1: 1. Düzey Doğrulamalı Faktör Analizi Sonuçları

1. Düzey doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen uyum iyiliği indislerinin de iyi ve kabul edilebilir uyum değerlerine sahip oldukları saptanmıştır (bkz. Tablo 6).

Tablo 6: 1. Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İyiliği İndisleri

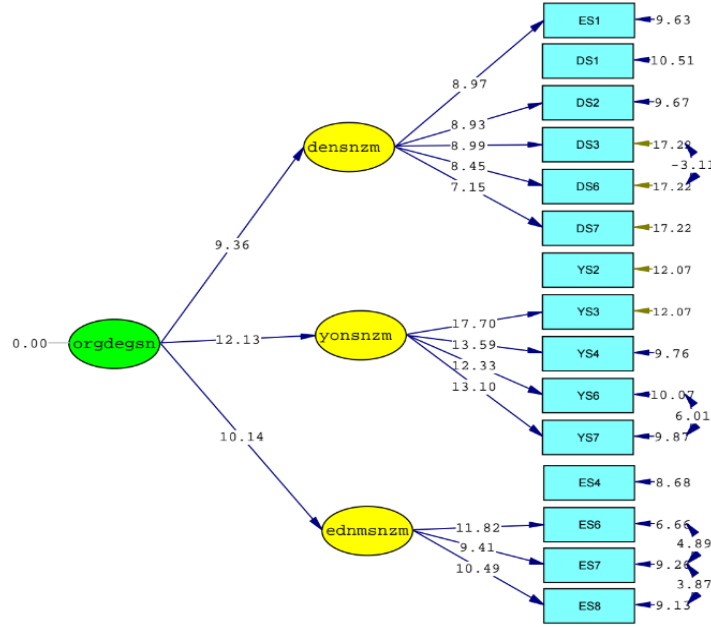
İndis	Değer	Olması Gereken	Sonuç
X^2/df	174.96/83= 2.107	< 2	Kabul Edilebilir Uyum
NFI	0,96	> 0,90	İyi Uyum
NNFI	0,97	> 0,90	İyi Uyum
CFI	0,98	> 0,90	İyi Uyum
IFI	0,98	> 0,90	İyi Uyum
AGFI	0,88	> 0,90	Kabul Edilebilir Uyum
GFI	0,98	> 0,90	İyi Uyum
RMSEA	0,066	< 0,05	Kabul Edilebilir Uyum
RMR	0,057	< 0,05	Kabul Edilebilir Uyum

Birinci düzey doğrulayıcı analizi sonrasında boyutların temel kavram ile ilişkisini ortaya koymak adına ikinci düzey doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Model Lisrel programının önerileri doğrultusunda 4 kere hata modifikasyonu ile düzeltilmiş ve ki kare/serbestlik derecesi iyi uyuma çok yakın olan 2.075'e kadar düşürülmüştür. Gerçekleştirilen iyileştirmeler sonucundaki Kikare/Serbestlik derecesi Tablo 7'de görülmektedir.

Tablo 7: 2. Düzey Doğrulayıcı Faktör Model İyileştirmeleri

Model	Ki Kare Değeri	Serbestlik Değeri	Kikare/serbestlik derecesi
Model 1	288.42	90	3.205
1. iyileştirme	221.88	89	2.493
2. iyileştirme	208.86	88	2.347
3. iyileştirme	191.18	87	2.198
4. iyileştirme	178.45	86	2.075

İkinci düzey doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen yapısal eşitlik modeli ve anlamlılık değerleri Şekil 2'de gösterilmiştir.



Chi-Square=178.45, df=86, P-value=0.00000, RMSEA=0.065

Şekil 2: 2. Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

2. düzey doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen uyum iyiliği indislerinin de iyi ve kabul edilebilir uyum içerisinde değerlerine sahip oldukları saptanmıştır (bkz. Tablo 7).

Tablo 7: 2. Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İyiliği İndisleri

İndis	Değer	Olması Gereken	Sonuç
X^2/df	178.45/86= 2.075	< 2	Kabul Edilebilir Uyum
NFI	0,96	> 0,90	İyi Uyum
NNFI	0,97	> 0,90	İyi Uyum
CFI	0,98	> 0,90	İyi Uyum
IFI	0,98	> 0,90	İyi Uyum
AGFI	0,88	> 0,90	Kabul Edilebilir Uyum
GFI	0,91	> 0,90	İyi Uyum
RMSEA	0,065	< 0,05	Kabul Edilebilir Uyum
RMR	0,057	< 0,05	Kabul Edilebilir Uyum

Birinci düzey ve ikinci düzey doğrulayıcı faktör analizleri sonuçlarının da modelin anlamlı olduğunu göstermesi sonucunda *boyutlar arası korelasyon testi* gerçekleştirilmiştir. Ölçek içi boyutların korelasyonunun çok yüksek olmaması istenmektedir ($< 0,700$). Tablo 8’de görülebileceği üzere, boyutlar arası korelasyonlar orta seviyede olup belirtilen üst sınırın altında kalmaktadır.

Tablo 8: *Boyutlar Arası Korelasyon Analizi*

Boyutlar	Yönetsel Değişim Sinizmi	Deneyimsel Değişim Sinizmi	Edinimsel Değişim Sinizmi
Yönetsel Değişim Sinizmi	-		
Deneyimsel Değişim Sinizmi	.662**	-	
Edinimsel Değişim Sinizmi	.510**	.623**	-

** p < 0.01

IV. Sonuç ve Değerlendirme

Örgütsel değişim sinizmi olgusunu ölçmeye yönelik olarak Türk çalışma koşullarıyla uyumlu bir ölçek geliştirilmesinin Örgütsel Davranış, Örgüt Geliştirme ve Değişim Yönetimi alanlarına ve bu alanda çalışan araştırmacılara katkı sağlaması öngörülmektedir. Örgütsel değişim sinizmi ile ilgili olarak araştırmacılar tarafından araştırma dizisinin ilk aşamasında gerçekleştirilen nitel çalışmada (Sezgin, Tolay ve Sürgevil,2016); örgütsel değişim sinizminin özelde Türk çalışma koşullarından ve konu ile ilgili genel yazından farklılaşan boyutları olabileceği belirtilmiştir. Bu çalışmada ise örgütsel değişim sinizminin Türk iş yaşamına özgü farklılaşan boyutları üzerinde tartışmak ve buna uygun yeni bir yapı önermek mümkün olmuştur. Türk kültürü ile uyumlu; geçerliliği ve güvenilirliği yüksek bu ölçme aracının, konuyla ilgili gelecekte yapılacak araştırmaları destekleyerek alan yazınının zenginleşmesine katkı sağlaması umulmaktadır.

Örgütsel değişim sinizmini ölçmeye yönelik böylesi bir araç ile örgütsel değişimler karşısında çalışanların sinik tutumlara sahip olup olmadıkları konusunda yapılacak araştırmalarda daha geçerli ve güvenilir bilgiler elde edileceği düşünülmektedir. Kuşkusuz bu tür araştırmaların sonuçlarına göre, yöneticilerin izleyecekleri yollar ve kullanacakları yöntemler, gelecekteki örgütsel değişimlerin başarısına katkı sağlayabilir.

Bunların yanı sıra, örgütsel değişim sinizmi ile ilgili yabancı literatürde, çalışanların örgütsel değişimlere yönelik sinik tutum ve davranışlarının nedenleri hakkında kavramsal düzeyde tahminlerde bulunulduğu ancak; mevcut ölçme araçlarının bu nedenleri saptamada yetersiz kaldığı görülmektedir. Bu çalışmada geliştirilen ölçme aracı ile örgütsel değişim sinizminin 3 alt boyutu olduğu ve çalışanların değişime yönelik sinik tutumlarının, (i) yöneticilerinin isteksiz ve yetersiz olduğuna inanmalarından (yönetimsel değişim sinizmi), (ii) yaşadıkları olumsuz değişim tecrübelerinden (deneyimsel değişim sinizmi) ve (iii) değişimlerin yol açtığı ‘rahatını’ ve ‘kazanımlarını’ yitirme kaygılarından

(edinimsel değişim sinizmi) kaynaklandığı örgütsel olarak da desteklenmiş olmaktadır. Araştırma sonucunda saptanan örgütsel değişim sinizmi alt boyutlarından *yönetimsel değişim sinizmi*, çalışanların, yöneticilerinin değişimi yönetmelerinde istek ve yeterlilik konularındaki eksikliklerine bağlı olarak değişime yönelik olumsuz bir bakış açısına sahip olduklarını ifade etmektedir. *Deneyimsel değişim sinizmi*, geçmişte yaşanan değişimlerin olumsuz sonuçlarının yarattığı negatif bakış açısını yansıtmaktadır. *Edinimsel değişim sinizmi* ise değişimlerin, çalışanların huzurunu ve rahatını etkileyerek o güne kadar elde ettikleri kazanımları kaybetme duygusuyla değişime karşı olumsuz bir bakış açısı geliştirmelerini belirtmektedir. Bu alt boyutlar açısından da, çalışmanın konu ile ilgili literatüre katkı sağladığı düşünülmektedir.

Bu bağlamda, yeni ölçme aracının ülkemizde farklı örneklerle test edilmesi; hem genel olarak Örgütsel Değişim Sinizmi ölçeğinin hem de mevcut araştırma ile ortaya çıkan alt boyutlarının, farklı değişkenlerle ilişkilerinin araştırılması, hem örgütsel değişim sinizmi literatürünün zenginleşmesine hem de ölçme aracının geçerliliği ve güvenilirliği konusunda daha sağlam bulgulara ulaşılmasına yardımcı olacaktır. Bu bakımdan, konu ile ilgilenen araştırmacılara bu alanda uygulamalar yapmaları önerilebilir.

Diğer taraftan, çalışmanın bir kısıtı olarak değerlendirilebilecek bir husus, ölçeğin kolayda örnekleme yöntemi ile test edilmiş olmasıdır. Bu nedenle, hangi sektörlerde ve/veya meslek kollarında çalışan bireylerin örgütsel değişim sinizm düzeylerinin daha yüksek olduğuna dair bir karşılaştırma yapmak mümkün olmamıştır. Farklı örneklerle üzerinde çalışmanın, bu tarz karşılaştırmalar yapmak açısından da alan yazınına önemli katkılar sağlayacağı ileri sürülebilir.

Son olarak, mevcut ölçeğin kültürlerarası karşılaştırmalar yapmaya olanak tanıyacak biçimde farklı ülke örnekleri üzerinde de denenmesi önerilebilir. Araştırmacıların araştırma dizisinin bir sonraki aşamasını da teşkil eden bu öneri, ölçeğin uluslararası kullanıma sunulması gibi önemli bir amaca da hizmet edecektir.

Kaynaklar

- Abraham, R. (2000) "Organizational Cynicism: Bases and Consequences", *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, 126(39), ss.269-292.
- Albrecht, S., ve Travaglione, A. (2003) "Trust in Public-Sector Senior Management", *International Journal of Human Resource Management*, 14(1), ss.76-92.
- Andersson, L. M. (1996) "Employee Cynicism: An Examination Using a Contract Violation Framework", *Human Relations*, 49(11), ss.1395-1418.

- Andersson, L. M. ve Bateman, T. S. (1997) "Cynicism in Workplace: Some Causes and Effects", *Journal of Organizational Behavior*, 18, ss.449-469.
- Arslan, E. T. (2012) "Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Akademik Personelinin Genel ve Örgütsel Sinizm Düzeyi", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13(1), ss.12-27.
- Atwater, L. E., Waldman, D. A., Atwater, D., ve Cartier, P. (2000) "An Upward Feedback Field Experiment: Supervisors' Cynicism, Reactions, and Commitment to Subordinates", *Personnel Psychology*, 53(2), ss.275-297.
- Avey, J. B., Wernsing, T. S., ve Luthans, F. (2008) "Can Positive Employees Help Positive Organizational Change? Impact of Psychological Capital and Emotions on Relevant Attitudes and Behaviors", *The Journal of Applied Behavioral Science*, 44(1), ss.48-70.
- Avey, J. B., Luthans, F., ve Youssef, C. M. (2010) "The Additive Value of Positive Psychological Capital in Predicting Work Attitudes and Behaviors", *Journal of Management*, 36(2), ss.430-452.
- Barton, L. C., ve Ambrosini, V. (2013) "The Moderating Effect of Organizational Change Cynicism on Middle Manager Strategy Commitment", *The International Journal of Human Resource Management*, 24(4), ss.721-746.
- Beer, M., Voelpel, S. C., Leibold, M., ve Tekie, E. B. (2005) "Strategic Management As Organizational Learning: Developing Fit And Alignment Through A Disciplined Process", *Long Range Planning*, 38(5), ss.445-465.
- Bommer, W. H., Rubin, R. S., ve Baldwin, T. T. (2004) "Setting the Stage for Effective Leadership: Antecedents of Transformational Leadership Behavior", *The Leadership Quarterly*, 15(2), ss.195-210.
- Bommer, W. H., Rich, G. A. ve Rubin R. S. (2005) "Changing Attitudes about Change: Longitudinal Effects of Transformational Leader Behavior on Employee Cynicism about Organizational Change", *Journal of Organizational Behavior*, 26, ss.733-753.
- Bordia, P., Restubog, S. L. D., Jimmieson, N. L., ve Irmer, B. E. (2011) "Haunted By The Past: Effects Of Poor Change Management History On Employee Attitudes and Turnover", *Group & Organization Management*, XX(X), ss.1-32.
- Boyalı, H. (2011) Örgütsel Sinizm ve İş Tatmini Arasındaki İlişkiler: Karaman'daki Bankalar Üzerinde Bir Uygulama, (Yayımlanmamış Doktora Tezi) Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Brandes P. (1997) Organizational Cynicism: Its Nature, Antecedents, and Consequences, (Unpublished Doktoral Thesis, University of Cincinnati).

- Brown, M., ve Cregan, C. (2008) "Organizational Change Cynicism: The Role of Employee Involvement", *Human Resource Management*, 47(4), ss.667-686.
- Byrne, Z. S., ve Hochwarter, W. A. (2008) "Perceived Organizational Support and Performance: Relationships Across Levels of Organizational Cynicism", *Journal of Managerial Psychology*, 23(1), ss.54-72.
- Candan, H. (2013) "Örgütsel Sinizm ve İşgören Performansına Olası Etkileri", *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), ss.181-194.
- Cole, M. S., Bruch, H., ve Vogel, B. (2006) "Emotion As Mediators of The Relations Between Perceived Supervisor Support and Psychological Hardiness on Employee Cynicism", *Journal of Organizational Behavior*, 27(4), ss.463-484.
- Çarıkcı, İ. H., Bektaş, M. ve Turak, B. (2013) "Örgüt Çalışanları, Örgütsel Sinizm ve Örgütsel Bağlılık: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Büro Çalışanlarına Yönelik Bir Alan Araştırması", *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Büro Yönetimi Özel Sayısı, 1, ss.117-189.
- Dean, J. W., Brandes, P., ve Dharwadkar, R. (1998) "Organizational Cynicism", *Academy of Management Review*, 23(2), ss.341-352.
- Erbil, Seval (2013) Otel İşletmelerinde Çalışanların Örgütsel Sinizm Algılarının İşten Ayrılma Niyetine Etkisi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Erdost, H.E., Karacaoğlu, K. ve Reyhanoğlu, M. (2007) "Örgütsel Sinizm Kavramı ve İlgili Ölçeklerin Türkiye'deki Bir Firmada Test Edilmesi", *15. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı*, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, ss.514-524.
- Guastello, S. J., Rieke, M. L., Guastello, D. D., ve Billings, S. W. (1992) "A Study of Cynicism, Personality, And Work Values", *The Journal of Psychology*, 126(1), ss.37-48.
- Güzeller, C. Ve Kalağan, G. (2008) "Örgütsel Sinizm Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması ve Çeşitli Değişkenler Açısından Eğitim Örgütlerinde İncelenmesi", *16. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı*, İstanbul Kültür Üniversitesi, İstanbul, ss.87-94.
- Johnson, J. L., ve O'Leary- Kelly, A. M. (2003) "The Effects of Psychological Contract Breach and Organizational Cynicism: Not All Social Exchange Violations are Created Equal", *Journal of Organizational Behavior*, 24(5), ss.627-647.
- Kalağan, G., ve Güzeller, C. O. (2010) "Öğretmenlerin Örgütsel Sinizm Düzeylerinin İncelenmesi", *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 27, ss.83-97.
- Karacaoğlan Aslan, F. ve Boylu, Y. (2014) "Örgütsel Sinizm ve Psikolojik Sözleşme İhlali Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir

- Araştırma”, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 1(2), ss.33-45.
- Karacaoğlu, K. ve İnce, F. (2012) “Brandes, Dharwadkar ve Dean’in (1999) Örgütsel Sinizm Ölçeği Türkçe Formunun Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması: Kayseri Organize Sanayi Bölgesi Örneği”, *Business and Economics Research Journal*, 3(3), ss.77-92.
- Karacaoğlu, K., ve İnce, A. G. F. (2013) “Pozitif Örgütsel Davranışın Örgütsel Sinizm Üzerindeki Etkileri: Kayseri İlindeki İmalat Sanayi İşletmelerinde Bir Uygulama”, *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*,18(1), ss.181-202.
- Özen Kutaniş, R. ve Dikili, A. (2010) “Değişim Boyutuyla Örgütlerde Sinizm”, D. E. Özler (editör), *Örgütsel Davranışta Güncel Konular*, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa, ss. 269-285.
- Reichers, A. E., Wanous, J. P., ve Austin, J. T. (1997) “Understanding and Managing Cynicism About Organizational Change”, *The Academy of Management Executive*, 11(1), ss.48–59.
- Rogers, R. W. (1995) “The Psychological Contract of Trust–Part I”, *Executive Development*, 8(1), ss.15-19.
- Rubin, R. S., Dierdorff, E. C., Bommer, W. H., ve Baldwin, T. T. (2009) “Do Leaders Reap What They Sow? Leader And Employee Outcomes of Leader Organizational Cynicism About Change”, *The Leadership Quarterly*, 20(5), ss.680-688.
- Sezgin, O. B., Tolay, E. ve Sürgevil, O. (2016) “Örgütsel Değişim Sinizmi: Çalışanların Değişime Karşı Tutumlarının İncelenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma”, *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 12(45), ss.411-438.
- Stanley, D. J., Meyer, J. P., ve Topolnytsky, L. (2005) “Employee Cynicism and Resistance to Organizational Change”, *Journal of Business and Psychology*,19(4), ss.429-459.
- Turan, Ş. (2011) “Küreselleşme Sürecinde Örgütsel Değişimi Etkileyen Bir Unsur Olarak Örgütsel Sinizm ve Karaman İli Kamu Kurumlarında Bir Uygulama”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Wanous, J. P., Reichers, A. E., ve Austin, J. T. (1994) “Organizational Cynicism: An Initial Study”, *Academy of Management Proceedings*, 1, ss.269-273.
- Wanous, J. P., Reichers, A. E., ve Austin, J. T. (2000) “Cynicism About Organizational Change: Antecedents, and Correlates”, *Group & Organization Management*, 25(2), ss.132–153.
- Watt, J. D., ve Piotrowski, C. (2008) “Organizational Change Cynicism: A Review of The Literature and Intervention Strategies”, *Organization Development Journal*, 26(3), ss.23-31.

- Williams, E. A., Pillai, R., Deptula, B., ve Lowe, K. B. (2011) “The Effects of Crisis, Cynicism About Change, and Value Congruence on Perceptions of Authentic Leadership and Attributed Charisma in the 2008 Presidential Election”, *The Leadership Quarterly*, 23(3), ss.324-341.
- Yıldız, K. (2013) “Örgütsel Bağlılık ile Örgütsel Sinizm ve Örgütsel Muhalefet Arasındaki İlişki”, *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8(6), ss.853-879.

TÜRKİYE’DE DIŞ TİCARET VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİLERİ: TODA-YAMAMOTO NEDENSELLİK ANALİZİ (1971-2014)

*Uğur Korkut PATA**

Alınış Tarihi: 22 Nisan 2016

Kabul Tarihi: 12 Aralık 2016

Öz: 1980 sonrası Türkiye’nin dış ticaret politikasındaki yapısal değişiklikler nedeniyle dış ticaret, Türkiye’nin ekonomik büyümesinde önemli bir belirleyici haline gelmiştir. Bundan dolayı çalışmada, Türkiye’de dış ticaret ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiler incelenmektedir. Çalışmada 1971-2014 döneminde ihracat, ithalat ve toplam dış ticaret ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiler Toda-Yamamoto nedensellik testi, genelleştirilmiş etki-tepki ve varyans ayrıştırma analizleri ile ele alınmaktadır. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre kısa dönemde ihracat, ithalat ve dış ticarettten ekonomik büyümeye doğru pozitif tek yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir nedensellik ilişkisi söz konusudur. Dolayısıyla çalışmanın bu sonuçları, Türkiye ekonomisi için hem ihracata dayalı büyüme hem de ithalata dayalı büyüme hipotezlerinin geçerli olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Dış Ticaret, Ekonomik Büyüme, Nedensellik Analizi.

THE RELATIONSHIP BETWEEN FOREIGN TRADE AND ECONOMIC GROWTH IN TURKEY: TODA YAMAMOTO CAUSALITY ANALYSIS (1971-2014)

Abstract: Due to major structural changes in foreign trade policy of Turkey after the 1980, foreign trade has become an important determinant of Turkish economic growth. Therefore, this study investigates the relationship between foreign trade and economic growth in Turkey. In this study the relationships between exports, imports, foreign trade and Turkey’s economic growth are investigated for the period of 1971-2014 by the Toda-Yamamoto causality test, generalized impulse response and variance decomposition analysis. According to the findings obtained from study, there is a positive unidirectional and statistically significant causality relationship from export, import and foreign trade to economic growth in the short run. Therefore, the results of this study show that both export led growth and import led growth hypotheses are valid for the Turkish economy.

Keywords: Foreign Trade, Economic Growth, Causality Analysis.

I. Giriş

Ekonomik anlamda küreselleşmenin önemli bir boyutunu, ticaretin küreselleşmesi oluşturmaktadır. 1947 yılında imzalanan Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT) ile 1995 yılında faaliyete başlayan Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ), dünya ticaretinin son yıllarda gelişmesine önemli katkılar sağlamıştır. Ticari anlamda küreselleşmenin ikinci büyük dalgası olarak görülen içinde bulunduğumuz bu dönem, ülkelere bir takım önemli fırsatlar sunabildiği gibi önemli tehditleri de bünyesinde barındırmaktadır.

* Arş. Gör. Karadeniz Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü

Küreselleşmenin fırsatlarından yararlanmak isteyen az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, dış ticaret yoluyla önemli kazanımlar elde eden ve “Asya Kaplanları” olarak isimlendirilen ülkelerin başarılı büyüme performanslarını kendilerine örnek almaktadır. Özellikle 1980’li yıllardan sonra çoğu az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, dış ticaretin ülkelerin refahını artıracaklarını ileri süren Klasik İktisat görüşünü benimseyecek şekilde ticari liberalizasyon uygulamalarına yönelmiş ve böylece dünya ekonomisine daha fazla eklenmişlerdir. Dış ticaretin hem ihracat hem de ithalat yoluyla ekonomik büyümeyi olumlu etkileyeceği görüşü literatürde sırasıyla ihracata dayalı büyüme ve ithalata dayalı büyüme olarak isimlendirilmektedir. İhracata dayalı büyüme görüşüne göre ihracat, yurtiçi ekonomide uyuracağı verimlilik artışı ve bağlantı etkileri vasıtasıyla ekonomik büyümeye ivme kazandıracaktır. İthalata dayalı büyüme görüşüne göre ise aramalı, hammadde ve yatırım malları ithalata, ekonomi için gerekli girdilerin teminini sağlayarak büyümeyi uyaracaktır. Literatürde dış ticaretin bu olumlu etkilerine rağmen, konuyu ampirik olarak test eden çalışmaların bulgularından hareketle evrensel-genel geçerliliğe sahip bir sonuca ulaşmak mümkün değildir.

Türkiye, Dünya’daki gelişmelere paralel olarak önce GATT anlaşmasını kabul etmiş ve daha sonra Avrupa Ekonomi Topluluğuna tam üye olmak için 1963 yılında Ankara Anlaşmasını imzalamıştır. Böylece bu iki anlaşma ile Türkiye, Dünya ekonomisi ile entegre olma yönünde irade beyanında bulunmuş ve 24 Ocak 1980 Kararları ile dış ticarete önemli serbestleşmeye giderek ihracata dayalı büyüme politikalarına hız vermiştir. Bu gelişmeler neticesinde Türkiye ekonomisinde dış ticaretin önemi giderek artmış ve Türkiye’nin ekonomik büyümesi ile dış ticareti arasındaki ilişkiler daha fazla tartışılır olmaya başlamıştır. Son yıllarda verilere ulaşabilmenin kolaylaşması ile ekonometride yaşanan gelişmeler, Türkiye ekonomisi için dış ticaret ve ekonomik büyüme ilişkilerini test eden çalışmalardan oluşan ampirik bir literatürün belirginleşmesine yol açmıştır. Söz konusu bu literatürde tam anlamıyla bir görüş birliğinden bahsetmek mümkün değildir. Bu çalışmanın amacı, 1970 sonrası Türkiye’nin dünya ekonomisine entegre olma çabalarının etkilerini, ekonomik büyüme ve dış ticaret ilişkileri özelinde irdelemektir.

Bu amaç doğrultusunda çalışma giriş bölümünü takiben dört ana başlık altında oluşturulmuştur. Çalışmanın ikinci kısmında dış ticaret ve ekonomik büyüme ilişkilerini teorik ve uygulamalı olarak ele alan çalışmalara yer verilmiştir. Çalışmanın üçüncü kısmında ise veri seti ve değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler sunulmuştur. Çalışmanın dördüncü bölümü, ampirik analizleri ve bulguları içerirken çalışmanın son kısmında ise ulaşılan bulgular değerlendirilmiş ve sonuç sunulmuştur.

II. Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme: Teorik ve Ampirik Literatür

Dış ticaretin ülkelerin refahını artırdığına dair Klasik görüş, bazı iktisatçılar vasıtasıyla günümüze kadar etkisini sürdürmüştür. Bu bağlamda

1980'lerden sonra büyüme literatüründe daha fazla kabul görmeye başlayan içsel büyüme teorileri, dış ticaretin dinamik etkileri üzerine dikkatleri çekerek, toplam faktör verimlilikleri ve bilgi birikimiyle ekonomik büyümeyi ilişkilendirmektedir (Gerni vd., 2008: 5). Diğer taraftan Post Keynesyen yaklaşımlar ise ekonominin talep yönüne ağırlık vererek, dış ticaret ve büyüme ilişkilerinin anlaşılmasında iç tasarruf ve bütçe kısıtlarının yanında ödemeler bilançosu sınırlandırmalarına da özel bir önem vermektedir (Jayme, 2001: 13-21).

Bununla birlikte dış ticaretin ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini ihracat üzerinden açıklamaya çalışan çalışmalar, ağırlıklı olarak ihracattan kaynaklan verimlilik ve bağlantı etkilerine vurgu yapmaktadır (Feder, 1983: 59-66). Diğer taraftan ithalat ve büyümeyi ilişkilendiren son dönemdeki çalışmalar ise aramalı ve sermaye malı ithalatının en uygun girdi çeşitliliğini sağlayarak (Grosman ve Helpman, 1991) ve sermayenin nispi fiyatını düşürmesiyle yatırım maliyetlerini azaltarak (Mazumdar, 1996) ekonomik büyümeyi uyaracağını ifade etmektedir. Bununla birlikte dış ticaret ve ekonomik büyüme ilişkilerine yönelik bu teorik açıklamalardan evrensel geçerliliğe sahip bir uzlaşıya varmak mümkün görünmemektedir.

Literatürdeki bulgular, konu ile ilgili tam bir görüş birliğini sağlayacak nitelikte değildir. Ele alınan ülke, yöntem, dönem ve değişken farklılıkları nedeniyle bulgular birbirinden farklılaşabilmektedir. Benzer durum, Türkiye ekonomisi için de geçerlidir. Türkiye ekonomisinde dış ticaret ve ekonomik büyüme ilişkilerini, ele alan oldukça fazla sayıda çalışma söz konusudur. Ancak bu çalışmada sadece hem ithalat hem de ihracat değişkenlerini birlikte ele alan toplamda 15 ampirik çalışmanın bulgularına yer verilmektedir. İncelenen çalışmalarda nedenselliğin yönü hakkında bir uzlaşıya varılamamışsa da Türkiye için dış ticaret ile ekonomik büyüme arasında bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Tuncer (2002) 1980-2000 döneminde yıllık veriler kullanarak gerçekleştirdiği çalışmada, SUR ve OLS yöntemleri ile çözümlenmiş TY Granger nedensellik testi ile hem sabitli hem de sabitli doğrusal trendli olarak çözümlendiği VAR modellerinin sonucunda, yatırım katılmayan VAR modelinde gayri safi yurtiçi hasıla ve ithalat arasında çift yönlü, gayrisafî yurtiçi hasıladan ihracata ve ihracattan ithalata doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu belirlemiştir. Özer ve Erdoğan (2006) 1987-2006 döneminde yıllık veriler kullanarak gerçekleştirdikleri çalışmada Granger nedensellik analizi ile kısa dönemde ihracattan gayri safi yurtiçi hasıla ile ithalata ve ithalattan gayri safi yurtiçi hasılaya doğru tek yönlü bir nedenselliğin olduğunu tespit etmiştir.

Çeştepe, Yıldırım ve Bayar (2007) 1974-2011 döneminde yıllık veriler kullanarak gerçekleştirdikleri çalışmada, TY Granger nedensellik testi ile kısa dönemde gayri safi yurtiçi hasıladan ihracata ve ithalattan ihracata doğru bir nedensellik olduğunu tespit etmişlerdir. Kurt ve Terzi (2007) 1989-2003 döneminde üçer aylık veriler kullanarak üç ayrı Kısıtsız VAR modeli ile

gerçekleştirdikleri çalışmada kısa dönemde ihracattan GSYİH ve ithalata doğru tek yönlü, ithalat ile gayri safi yurtiçi hasıla arasında çift yönlü bir nedensellik olduğunu belirlemişlerdir. Gerni vd. (2008), 1980-2006 dönemi yıllık verilere dayalı büyüme eşitliğinin tahmininde ihracatın ekonomik büyümenin önemli bir determinantı olduğunu tespit etmişlerdir. Daha sonra modele ithalat değişkeninin eklenmesi durumunda ithalatın Türkiye'nin ekonomik büyümesini uyaran anlamlı bir değişken olduğu tespiti yanında ihracatın anlamlı etkilerini kaybettiği tespit etmişlerdir. Aynı çalışmada yapılan Granger nedensellik analizinde ise ihracattan ve ithalattan GSYİH'ya tek yönlü ve yine ihracattan ithalata doğru tek yönlü bir nedensellik bulmuşlardır. Aktaş (2009) 1996-2006 döneminde aylık veriler kullanarak Johansen eşbütünleşme testi ve hata düzeltme modeli ile gerçekleştirdiği çalışmada uzun dönemde seriler arasında bir eşbütünleşme olduğunu belirlemiş ve kısa dönemde ithalat ile ihracat, ithalat ile gayrisafi yurtiçi hasıla ve ihracat ile gayrisafi yurtiçi hasıla arasında iki yönlü bir nedensellik olduğunu tespit etmiştir. Gül ve Kamacı (2012) gelişmiş ülkeler için 1980-2010, gelişmekte olan ülkeler için 1993-2010 döneminde yıllık veriler kullanarak Pedroni eşbütünleşme ve Granger nedensellik testleriyle Türkiye ile analize dahil edilen gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için ithalat ve ihracattan büyümeye doğru tek yönlü bir nedenselliğin olduğunu belirlemişlerdir. Aytaç ve Akduğan (2012) 2001-2011 döneminde üçer aylık veriler kullanarak Granger nedensellik testi, Johansen eşbütünleşme, etki-tepki ve varyans ayrıştırma analizleri ile ithalattan ihracat ve gayrisafi yurtiçi hasılaya, ihracattan gayri safi yurtiçi hasılaya doğru bir nedensellik olduğunu tespit etmişlerdir.

Saraç (2013) 1998-2011 döneminde üçer aylık verilerle gerçekleştirdiği çalışmada Markov rejim değişimi ve MSIA(M)-ARX(p) modelleri ile Türkiye ekonomisi için genişleme ve daralma dönemlerinde ithalat ve ihracattan gayri safi yurtiçi hasılaya doğru tek yönlü bir nedenselliğin olduğunu belirlemiştir.

Aksu (2014) 1960-2009 döneminde yıllık veriler kullanarak gerçekleştirdiği çalışmada Granger ve TY-Granger nedensellik testleri ile ithalat ile gayrisafi yurtiçi hasıla arasında çift yönlü, ihracattan ithalata doğru tek yönlü bir nedenselliğin olduğunu tespit etmiştir. Nural ve Akduğan (2014) 1923-2011 döneminde yıllık veriler kullanarak gerçekleştirdikleri çalışmada Johansen eşbütünleşme ve TY Granger nedensellik testleri sonucunda değişkenler arasında bir eşbütünleşik vektör bulmuşlardır. Kısa dönemde 1980 öncesinde ihracattan ithalat ve gayrisafi yurtiçi hasılaya, gayri safi yurtiçi hasıladan ithalata doğru tek yönlü, 1980 sonrasında sadece ithalattan gayrisafi yurtiçi hasılaya doğru tek yönlü bir nedensellik olduğunu tespit etmişlerdir. Uçan ve Koçak (2014) 1990-2011 döneminde üçer aylık veriler kullanarak gerçekleştirdikleri çalışmada, Johansen eşbütünleşme testi, hata düzeltme modeli ve Granger nedensellik testi sonucunda ithalattan ihracata ve ihracattan gayrisafi yurtiçi hasılaya doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu belirlemişlerdir. Korkmaz ve Aydın (2015) 2002-2014 döneminde üçer aylık veriler kullanarak gerçekleştirdikleri çalışmada kısıtsız VAR analizi sonucunda

ithalat ve gayrisafi yurtiçi hasıla arasında çift yönlü bir nedensellik olduğunu tespit etmişlerdir. İhracat ile gayrisafi yurtiçi hasıla arasında herhangi bir ilişki bulamamışlardır. Özgür (2015) 1980-2014 döneminde üçer aylık veriler ile gerçekleştirdiği çalışmada ARDL, sınır testi ve hata düzeltme modeli sonucunda uzun dönemde sadece ithalat ile ihracatın bağımlı değişken olduğu modellerde bir eşbütünleşme olduğunu tespit etmiş, kısa dönemde ithalat ile ihracat ve ithalat ile gayri safi yurtiçi hasıla arasında çift yönlü bir nedensellik olduğunu belirlemiştir. Tapşın (2015) 1974-2011 döneminde yıllık veriler kullanarak gerçekleştirdiği çalışmada TY Granger nedensellik yöntemiyle kısa dönemde ithalattan ihracata ve gayri safi yurtiçi hasıladan ithalata doğru tek yönlü, gayrisafi yurtiçi hasıla ile ihracat arasında çift yönlü bir nedensellik olduğunu tespit etmiştir.

Tablo 1: Dış Ticaret ile Ekonomik Büyüme İlişkisini İnceleyen Çalışmalar

Yazar (Yıl)	Dönem	Yöntem	Nedensellik
Tuncer (2002)	1980-2000	Toda-Yamamoto, Standart VAR (SUR)	IM \leftrightarrow Y, IM \rightarrow EX Y \rightarrow EX
Özer ve Erdoğan (2006)	1987-2006	Granger Nedensellik	IM \rightarrow Y, EX \rightarrow Y, EX \rightarrow IM
Çeştepe, Yıldırım ve Bayar (2007)	1974-2011	Toda-Yamamoto	Y \rightarrow EX, IM \rightarrow EX
Kurt ve Terzi (2007)	1989Q1-2003Q4	Standart VAR	IM \leftrightarrow Y, EX \rightarrow Y, EX \rightarrow IM
Gemi vd. (2008)	1980-2006	Granger Nedensellik	IM \rightarrow Y, EX \rightarrow Y, EX \rightarrow IM
Aktaş (2009)	1996M1- 2006M12	Johansen Eşbütünleşme, ECM	IM \leftrightarrow Y, EX \leftrightarrow IM, Y \leftrightarrow EX
Gül ve Kamacı (2012)	1980-2010 1993-2010	Pedroni Eşbütünleşme, Granger Nedensellik	IM \rightarrow Y, EX \rightarrow Y
Aytaç ve Akduğan (2012)	2001Q1-2011Q3	Granger Nedensellik, Standart VAR	IM \rightarrow EX, IM \rightarrow Y, EX \rightarrow Y
Saraç (2013)	1998Q2-2011Q4	Markov Rejim Değişimi Yöntemi	IM \rightarrow Y, EX \rightarrow Y
Aksu (2014)	1960-2009	Toda-Yamamoto	IM \leftrightarrow Y, EX \rightarrow Y
Nural ve Akduğan (2014)	1923-2011	Johansen Eşbütünleşme, Toda- Yamamoto	EX \rightarrow IM, EX \rightarrow Y IM \rightarrow Y
Uçan ve Koçak (2014)	1990Q1-2011Q4	Johansen Eşbütünleşme, ECM, Granger Nedensellik	Y \rightarrow EX, IM \rightarrow EX
Korkmaz ve Aydın (2015)	2002Q2-2014Q2	Standart VAR	IM \leftrightarrow Y
Özgür (2015)	1980Q1-2014Q4	ARDL, Sınır Testi, ECM	IM \leftrightarrow Y, EX \leftrightarrow IM,
Tapşın (2015)	1974-2011	Toda-Yamamoto	EX \leftrightarrow Y, IM \rightarrow EX, Y \rightarrow IM

* IM: İthalat, EX: İhracat, Y: GSYİH, ECM: Hata düzeltme modeli, SUR: Görünürde İlişkisiz Regresyon.

Tablo 1’de verilen dış ticaret ve ekonomik büyüme ilişkilerini hem ithalat hem de ihracatla birlikte test eden çalışmaların bulguları genel olarak değerlendirildiğinde, çalışmalarda kullanılan ekonometrik yöntem, değişkenler ve ele alınan dönemdeki farklılaşmaya bağlı olarak, ilişkilerin yönü hakkında bir görüş birliği oluşmamıştır. Bazı çalışmalarda, dış ticaret değişkenleri ile büyüme arasında iki yönlü nedensel bir ilişki belirlenmişken, bazı çalışmalarda ise değişkenler arasında tek yönlü bir nedensel ilişki olduğuna ulaşılmıştır.

Bu çalışmanın amacı, 1971-2014 dönemi verilerini dikkate alarak ampirik literatüre katkıda bulunmaktır. Ayrıca bu çalışmada Türkiye üzerine yapılan çalışmalardan farklı olarak nedensellik ilişkilerinin yönünün belirlenmesine ek olarak, ilişkinin işareti de (pozitif veya negatif) ortaya konulmuştur. Son olarak bu çalışma, mevcut çalışmalardan farklı olarak ihracat-büyüme ve ithalat-büyüme ilişkilerinin yanında toplam dış ticaret (ihracat+ithalat) ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkileri de ampirik olarak test etmektedir.

III. Veri Seti ve Tanımlayıcı İstatistikler

Bu çalışmada GATT Sözleşmesi’nin imzalanması ve AET’ye tam üyelik sürecini belirleyen Ankara Anlaşması’nın uygulamaya geçmesiyle dış ticaret politikalarında yapısal dönüşüm işaretleri veren Türkiye ekonomisinde dış ticaret ve ekonomik büyüme ilişkileri ampirik olarak test edilmektedir. Çalışmada özellikle Ankara Anlaşması kapsamında Türkiye’nin AET üyesi ülkeler menşeli sanayi ürünleri üzerinden aldığı gümrük vergilerinde indirimle gitme yükümlülüklerini yerine getirdiği Geçiş Dönemini düzenleyen “Katma Protokol” sonrası dönem dikkate alınmıştır.

1970 yılında Türkiye’nin [ihracat], (ithalat) ve toplam mal ticaretinin GSYİH içindeki payı sırasıyla sadece [%4], (%7) ve %11 iken, bu değer 1980’de [%4], (%12) ve %16’ya, 1990’da [%8], (%15) ve %23’e, 2000’de [%11], (%20), %31 ve son olarak 2014’de ise [%20], (%30) ve %50’ye ulaşmıştır. Bu gelişmeler, Türkiye’nin giderek dışa açıldığını ve Dünya ekonomisi ile daha fazla ticari anlamda entegre olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla yaşanan bu gelişmeler, Türkiye’nin ekonomik büyümesinde dış ticaretin etkilerinin araştırılmasını çekici hale getirmektedir.

1971-2014 dönemini kapsayan bu çalışmada, logaritmik dönüşümleri gerçekleştirilerek analize dahil edilen değişkenlerden EX mal ihracatını, IM mal ithalatını, FT toplam mal ticaret hacmini (ihracat (EX)+ithalat(IM)) ve Y ise gayri safi yurtiçi hasılayı göstermektedir. Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK)’den elde edilen değişkenler, dolar cinsinden olup, (2009=100) dolar bazlı GSYİH deflatörü ile reel hale getirilmiş ve analizler Eviews 9, Rats 8 ve Stata 12 paket programları ile gerçekleştirilmiştir.

Tablo 2, değişkenler arası korelasyon katsayıları ile bazı tanımlayıcı istatistikleri içermektedir. Tablo 2’deki korelasyon katsayıları dikkate

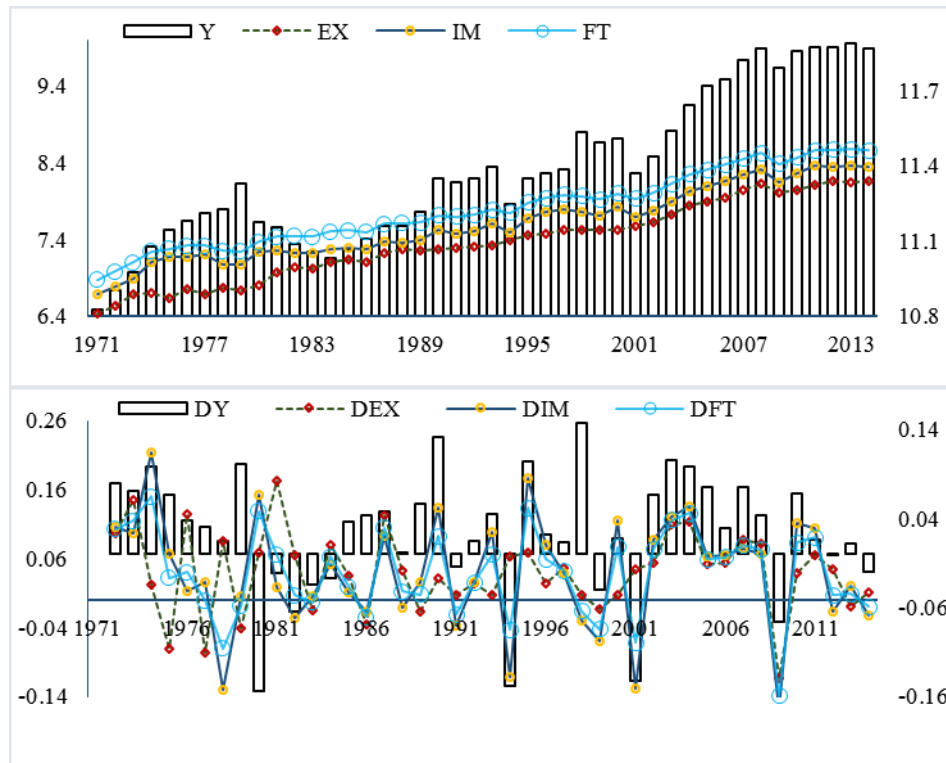
alındığında, üç dış ticaret değişkeni ve Y arasında pozitif ve oldukça yüksek bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Serilerin tanımlayıcı istatistiklerine bakıldığında ise JB p-değeri %10 anlamlılık düzeyinden yüksek olduğundan serilerin normal dağılıma sahip olduğunu öne süren sıfır hipotezi reddedilmemiştir. Ayrıca serilerin eğikliklerinin 0'a ve basıklıklarının 2'ye yakın olması serilerin dağılımlarının simetrik olduğunu göstermektedir.

Tablo 2: Pearson Korelasyon Matrisi ve Bazı Tanımlayıcı İstatistikler

Değişken	LEX	LIM	LY	LFT	Eğik	Basık	JB (p-değeri)
LEX	1	0,98 ^a	0,93 ^a	0,99 ^a	0,03	1,93	2,11 (0,35)
LIM	0,98 ^a	1	0,97 ^a	0,99 ^a	0,17	2,05	1,86 (0,39)
LY	0,93 ^a	0,97 ^a	1	0,96 ^a	0,34	2,05	2,49 (0,29)
LFT	0,99 ^a	0,99 ^a	0,96 ^a	1	0,14	2,00	1,97 (0,37)

* a: %1'de anlamlı.

Şekil 1'de 4 değişkenlerin seviyesinde ve birinci farkında grafikleri gösterilmektedir. Seviyesinde değişkenler belirli bir artış trendine sahipken, birinci farkında serilerde herhangi bir uzun seyirli artış ve azalış trendi gözlenmemektedir.



Şekil 1: Serilerin Seviyesinde ve Birinci Farkında Dağılımları

IV. Ekonometrik Yöntem ve Ampirik Bulgular

A. ADF, PP ve DF-GLS Birim Kök Testleri

ADF (Genişletilmiş Dickey Fuller) birim kök testi (1981) DF (Dickey Fuller) testine ek olarak hata terimlerinin (ε_t değişkeni) otokorelasyonsuz ve sabit varyanslı yani temiz dizi özelliğini sağlaması için tahmin edilen denklemde bağımlı değişkenin uygun gecikmeli değerlerinin bağımsız değişken olarak modele eklenmesi ile geliştirilmiş birim kök testidir. Otokorelasyon sorununun olmadığı minimum gecikme uzunluğu, ADF birim kök testi denkleminin optimal gecikme uzunluğu olmaktadır. Bu test sabit varyans ve ilişkisiz hata terimleri varsayımlarını temel almaktadır. Model A sabitsiz, B sabitli, C sabitli+trendli ADF testlerini göstermekte ve bütün modellerde δ katsayısının sıfırdan farklı olup olmadığı sınımlanmaktadır. Phillips-Perron (1988) birim kök testi ise ADF testinin tamamlayıcısı niteliğinde olup, kurulan modeller bu testle benzerdir. Phillips-Perron testinde ADF testindeki t-istatistiği $Z_\alpha = T(\delta-1)$ -CF şeklinde parametrik olmayan bir test istatistiğine dönüştürülmüş ve ADF testine göre daha az kısıtlayıcı varsayımlar ele alınmıştır. Test edilen dış ticaret değişkenleri ile örneklendirilmiş üç model aşağıda gösterildiği gibidir;

$$\Delta EX_t = \delta EX_{t-1} + \omega_i \sum_{i=1}^m \Delta EX_{t-i} + \varepsilon_t \quad \text{Model A (1)}$$

$$\Delta IM_t = \beta_0 + \delta IM_{t-1} + \omega_i \sum_{i=1}^m \Delta IM_{t-i} + \varepsilon_t \quad \text{Model B (2)}$$

$$\Delta FT_t = \beta_0 + \beta_1 t + \delta FT_{t-1} + \omega_i \sum_{i=1}^m \Delta FT_{t-i} + \varepsilon_t \quad \text{Model C (3)}$$

Sıfır hipotezi reddedildiğinde yani δ katsayısının sıfırdan farklı olduğu durumda, hesaplanan ADF test istatistiği mutlak değer olarak tablo kritik değerinden büyük olduğunda serinin durağan olduğu belirlenmektedir. Elliot-Rothenberg tarafından geliştirilen DF-GLS birim kök testi, DF birim kök testinin genelleştirilmiş en küçük kareler yöntemi (GEKK) ile çözülmüş halidir.

Tablo 3: Birim Kök Testi Sonuçları

Testler	ADF		PP		DF-GLS	
	Sabit	Sabit+T	Sabit	Sabit+T	Sabit	Sabit+T
Y	-1,04	-2,21	-1,07(3)	-2,47 (3)	0,31 (0)	-2,17
EX	-0,94	-3,22	-0,95 (1)	-3,30 (2)	0,90 (3)	-3,09
IM	-1,16	-3,34	-1,16 (1)	-3,46 (3)	0,68 (0)	-3,02
FT	-1,13	-3,20	-1,13 (0)	-3,32 (2)	1,12 (0)	-2,83
ΔY	-6,65 ^a	-6,57 ^a	-6,65 (2) ^a	-6,57 (2) ^a	-6,16 (0) ^a	-6,48 ^a
ΔEX	-7,20 ^a	-7,13 ^a	-7,24 (1) ^a	-7,16 (1) ^a	-6,32 (0) ^a	-6,98 ^a
ΔIM	-7,15 ^a	-7,08 ^a	-7,26 (3) ^a	-7,15 (2) ^a	-6,61 (0) ^a	-7,00 ^a
ΔFT	-6,37 ^a	-6,32 ^a	-6,40 (3) ^a	-6,33 (3) ^a	-5,65 (0) ^a	-6,17 ^a

* () SIC'ye göre uygun gecikme uzunluğu, ^a: %1 anlamlılık düzeyi. PP birim kök testinde () Newey West optimal band genişliği.

ADF ve DF-GLS'nin sabitli+trendli modelinde değişkenler uygulanan birim kök testinde SIC kriteri ile belirlenen optimal gecikme uzunluğu 0 olarak belirlenmiştir. Tablo 3'te ADF, PP ve DF-GLS birim kök testlerine göre tüm değişkenler, %1 anlamlılık düzeyinde birinci farkında durağandır.

B. Zivot-Andrews Birim Kök Testi

ADF, PP ve DF-GLS birim kök testleri yapısal kırılmalara yer vermemektedir. Perron (1989,1990)'un geliştirmiş olduğu birim kök testinde yapısal kırılmalar dışsal ve önceden belirlenerek modele dahil edildiğinden birçok eleştiriye uğramıştır. Zivot ve Andrews (1992)'in geliştirmiş oldukları birim kök testi Perron (1989, 1990)'un geliştirmiş olduğu birim kök testinden yapısal kırılmanın içsel olarak tahmin edilmesi ve gerçekleşen kırılma zamanının ekonomide önceden bilinmemesi yönleriyle ayrılmaktadır. Yapısal kırılma dışsal olarak alındığında test sonucu serinin durağan olduğu lehine olabilmektedir. Tek kırılmalı ZA birim kök testi üç model olmak üzere aşağıdaki şekilde çözümlenmektedir (Zivot-Andrews, 1992, 253-254).

$$Y_t = \alpha + \beta t + \delta y_{t-1} + \theta_1 DU(\lambda)_t + \sum_{i=1}^k n_i \Delta y_{t-i} + u_t \quad \text{Model A (4)}$$

$$Y_t = \alpha + \beta t + \delta y_{t-1} + \theta_2 DT(\lambda)_t + \sum_{i=1}^k n_i \Delta y_{t-i} + u_t \quad \text{Model B (5)}$$

$$Y_t = \alpha + \beta t + \delta y_{t-1} + \theta_1 DU(\lambda)_t + \theta_2 DT(\lambda)_t + \sum_{i=1}^k n_i \Delta y_{t-i} + u_t \quad \text{Model C (6)}$$

Model A düzeyde, Model B eğimde ve Model C ise düzeyde+eğimde meydana gelen yapısal kırılmaları içermekle birlikte, birçok iktisadi seri sadece Model A ve C ile modellenebileceğinden dolayı Model B genelde ampirik çalışmalarda kullanılmamaktadır. Modellerde α sabit terimi, Δ fark işlemcisini, $t=1,2,3,\dots,T$ zamanı, $\lambda=T_b/T$ ($\lambda \in (0,15, 0,85)$) T_b modelde içsel olarak belirlenen kırılma noktasıdır. DU $t > T_b$ olduğunda 1 tersi durumda 0 değerini alan ve trendde meydana gelen yapısal kırılmayı gösteren kukla değişkendir. DT kukla değişkeni ise $t > T_b$ olduğunda $t-T_b$ tersi durumda ise 0 değerini almaktadır. Δy_{t-i} terimi denklemdaki oluşabilecek olan otokorelasyon sorununu gidermek için modele dahil edilen bağımlı değişkenin gecikmeli değerleridir.

Y_{t-1} değişkeninin katsayısı (δ)'nın en küçük t-istatistiği değerine sahip olduğu tarih modelde yapısal kırılma noktası olarak belirlenir ve t-istatistiği tablo kritik değeri ile karşılaştırılarak tek yapısal kırılmalı birim kökün var olup olmadığına karar verilir. Sıfır hipotezi Y_t değişkeninin yapısal kırılma olmadan birim köklü, alternatif hipotez ise serinin içsel olarak belirlenen bir yapısal kırılma ile birlikte durağan olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 4'te %5 anlamlılık düzeyinde IM ve FT değişkenleri sadece model A da seviyesinde, Y ve EX değişkenleri hem model A da hem de model C de δ katsayısının t istatistiklerinin mutlak değerleri tablo kritik değerinden

büyük olduğundan dolayı birinci farkında bir yapısal kırılma ile durağan tespit edilmiştir. ADF, PP, DF-GLS ve yapısal kırılmaları dikkate alan ZA birim kök testleri sonucunda değişkenlerin birinci farkında durağan olduğu maksimum bütünleşme derecelerinin bir olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4: Zivot Andrews Birim Kök Testi Sonuçları

k=4	Y		EX		IM		FT	
	Model A	Model C	Model A	Model C	Model A	Model C	Model A	Model C
TB	1980	1980	2004	2004	2004	2004	2004	2004
k*	0	0	0	0	0	0	0	0
α	4,51 4,66	4,86 4,75	3,64 4,24	3,59 4,23	4,37 5,09	4,30 4,84	4,53 5,36	4,40 5,09
β	0,01 4,86	0,02 2,18	0,02 3,93	0,02 3,97	0,02 4,43	0,02 4,29	0,02 4,84	0,02 4,67
δ	-0,41 -4,59	-0,44 -4,67	-0,55 -4,17	-0,54 -4,17	0,6 -5,02 ^b	-0,62 -4,78	-0,64 -5,28 ^b	-0,62 -5,03
ϑ_1	-0,15 -4,60	-0,19 -3,89	0,08 2,48	0,11 2,80	0,14 3,44	0,15 3,00	0,12 3,90	0,14 3,65
ϑ_2	-	-0,01 -1,04	-	-0,01 -1,36	-	-0,002 -0,37	-	-0,004 -0,78
k=4	ΔY		ΔEX		ΔIM		ΔFT	
	Model A	Model C	Model A	Model C	Model A	Model C	Model A	Model C
TB	1980	1985	2001	2003	1977	1980	2002	1980
k*	0	0	0	0	0	0	0	0
α	0,06 2,19	0,15 2,92	0,07 2,84	0,06 2,52	0,12 2,74	0,30 3,35	0,07 2,75	0,23 3,30
β	0,002 1,42	-0,02 -2,92	-0,002 -1,45	-0,001 -0,85	0,001 0,73	-0,05 -2,98	-0,002 -1,71	-0,04 -2,95
δ	-1,14 -7,23 ^a	-1,24 -7,76 ^a	-1,17 -7,41 ^a	-1,22 -7,74 ^a	-1,24 -7,61 ^a	-1,30 -8,21 ^a	-1,05 6,71 ^a	-1,19 -7,40 ^a
ϑ_1	-0,08 -2,22	0,12 2,76	0,05 1,51	0,09 2,20	-0,11 -2,33	0,13 2,15	0,06 1,82	0,11 2,40
ϑ_2	-	0,02 2,74	-	-0,01 -1,85	-	0,04 2,97	-	0,04 2,91

* %1:^a ve %5:^b anlamlılık düzeyleri için sırasıyla Model A tablo kritik değerleri -5,34, -4,80. ve Model C için tablo kritik değerleri -5,57, -5,08'dir. Katsayıların t-istatistikleri italik olarak katsayıların altında belirtilmiştir.

C. Toda Yamamoto Granger Nedensellik Testi

Kısıtsız VAR analizinde birinci farkında durağan olarak test edilen bütünleşik değişkenlerin seviye değerlerinde bilgi kayıpları yaşanmakta, Toda ve Yamamoto (1995)'nin geliştirdiği analizde bu bilgi kaybı önlenmekte ve değişkenler seviye değerleriyle analize dahil edilmektedir. Analize dahil edilen tüm değişkenler seviyesinde durağan bulunduğu m gecikmeye ek olarak bir değer eklenmemektedir.

Gerçekleştirilen üç birim kök testi sonucunda değişkenler arasında maksimum bütünleşme derecesi 1 olarak tespit edilmiştir. Model için belirlenen

uygun gecikme uzunluğu ($m=3$) ile modele dahil edilen bütün bağımlı değişkenlerin maksimum bütünleşme dereceleri ($d_{\max}=1$) toplamıyla 4 gecikmeli TY yaklaşımı ile tahmin edilen VAR modeli denklem 7 ve 8'de gösterilmektedir.

$$Y_t = \delta_{10} + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} Y_{t-i} + \sum_{i=m+1}^{m+d_{\max}} \phi_{1i} Y_{t-i} + \sum_{i=1}^m \vartheta_{1i} X_{t-i} + \sum_{i=m+1}^{m+d_{\max}} \theta_{1i} X_{t-i} + u_{1t} \quad (7)$$

$$X_t = \delta_{20} + \sum_{i=1}^m \alpha_{2i} X_{t-i} + \sum_{i=m+1}^{m+d_{\max}} \theta_{2i} X_{t-i} + \sum_{i=1}^k \mu_{2i} Y_{t-i} + \sum_{i=m+1}^{m+d_{\max}} \omega_{2i} Y_{t-i} + u_{2t} \quad (8)$$

Denklem 7 ve 8'de X'ten Y'ye doğru bir nedensellik olup olmadığı $\vartheta_{1i} = 0$ ve Y'den X'e doğru bir nedensellik olup olmadığı $\mu_{2i} = 0$ yokluk hipotezleri geliştirilmiş Wald testi ile sınanarak test edilmektedir. Tablo 5'te ithalat, ihracat ve dış ticaret ile GSYİH arasındaki ilişkileri incelemek için gerçekleştirilen TY VAR analizi bulguları gösterilmektedir.

Tablo 5: Toda Yamamoto Nedensellik Testi Bulguları

Model	Nedensellik [Katsayı]	SUR Wald Test (m)	OLS-Wald Test (m)	Katsayılar Toplamı
Y=f(EX) EX=f(Y)	EX→Y[+0,44] ^c Yok	$\chi^2=8,35$ (0,04) ^b	F= 2,16 (0,11) $\chi^2=6,47$ (0,09) ^c	T =2,41 (0,02) ^b $\chi^2=5,79$ (0,02) ^b
Y=f(IM) IM=f(Y)	IM→Y[+0,49] ^a Yok	$\chi^2=13,86$ (0,00) ^a	F= 3,53 (0,03) ^b $\chi^2=10,60$ (0,01) ^a	t=-2,78 (0,01) ^a $\chi^2=7,74$ (0,01) ^a
Y=f(FT) FT=f(Y)	FT→Y[+0,55] ^b Yok	$\chi^2=12,66$ (0,01) ^a	F= 3,27 (0,03) ^b $\chi^2=9,81$ (0,02) ^b	t=2,76 (0,01) ^a $\chi^2=7,66$ (0,01) ^a
Diagnostik Testler	AR Kökler max;min	LM İstatistiği	Jarque Bera	White χ^2
Model 1	0,99; 0,05	4,33 (>0,36)	2,30 (0,68)	59,63 (0,12)
Model 2	0,95; 0,08	4,14 (>0,39)	5,71 (0,22)	46,80 (0,52)
Model 3	0,98; 0,04	5,88 (>0,21)	4,44 (0,35)	52,55 (0,30)

* [] üç gecikmenin toplam değeri. () olasılık değerleri.

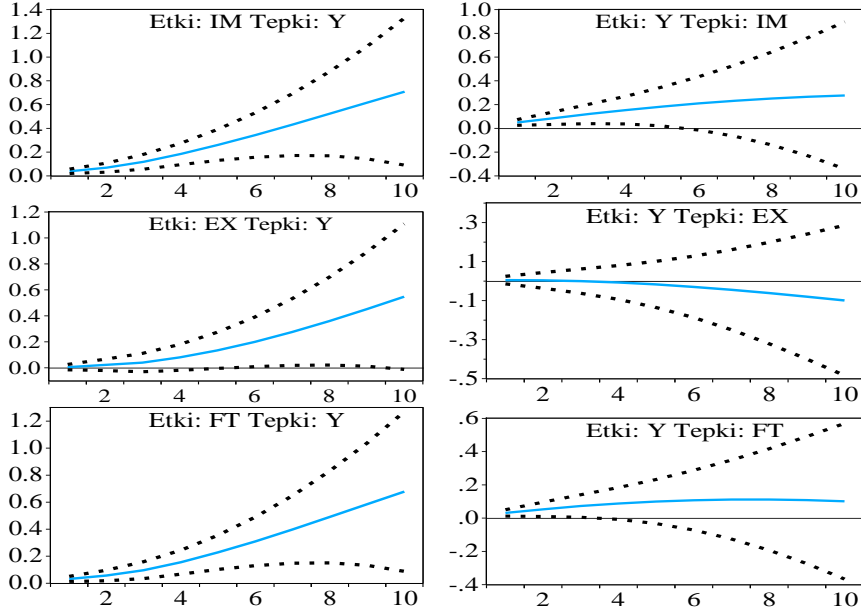
OLS (Ordinary Least Squares) ve Zellner (1962)'in geliştirdiği SUR (Seemingly Unrelated Regression) yöntemleri ile çözümlenmiş modellere uygulanan Wald testi sonucunda katsayılar toplamının büyüklüğü sırasına göre; dış ticaret [0,55], ithalat [0,49] ve ihracat [0,44] değişkenlerinden GSYİH'ya doğru pozitif ve tek yönlü bir nedensellik olduğu tespit edilmiştir. Katsayıların toplamına uygulanan Wald testi ile her üç modelde de katsayılar toplamının anlamlı olduğu belirlenmiş, gerçekleştirilen diagnostik testler sonucunda kurulan modellerde otokolerasyon, değişen varyans sorunu olmadığı ve modellerin normal dağılıma sahip olduğu kanıtlanmıştır. Tablo 6'da Brown, Durbin ve Evans (1975) tarafından geliştirilen Cusum ve Cusum-Sq testlerinin sonuçları tahmin edilen modellerde yapısal kırılmalar olmadığını göstermektedir.

Tablo 6: Cusum ve Cusum Square Test İstatistikleri

Model	Cusum Test İstatistiği	Olasılık Değeri	Cusum-Sq Test İstatistiği	Olasılık Değeri
$Y=f(EX)$	0,74	0,20	0,17	0,51
$Y=f(IM)$	0,61	0,40	0,17	0,50
$Y=f(FT)$	0,65	0,33	0,15	0,60

D. Genelleştirilmiş Etki-Tepki Fonksiyonları

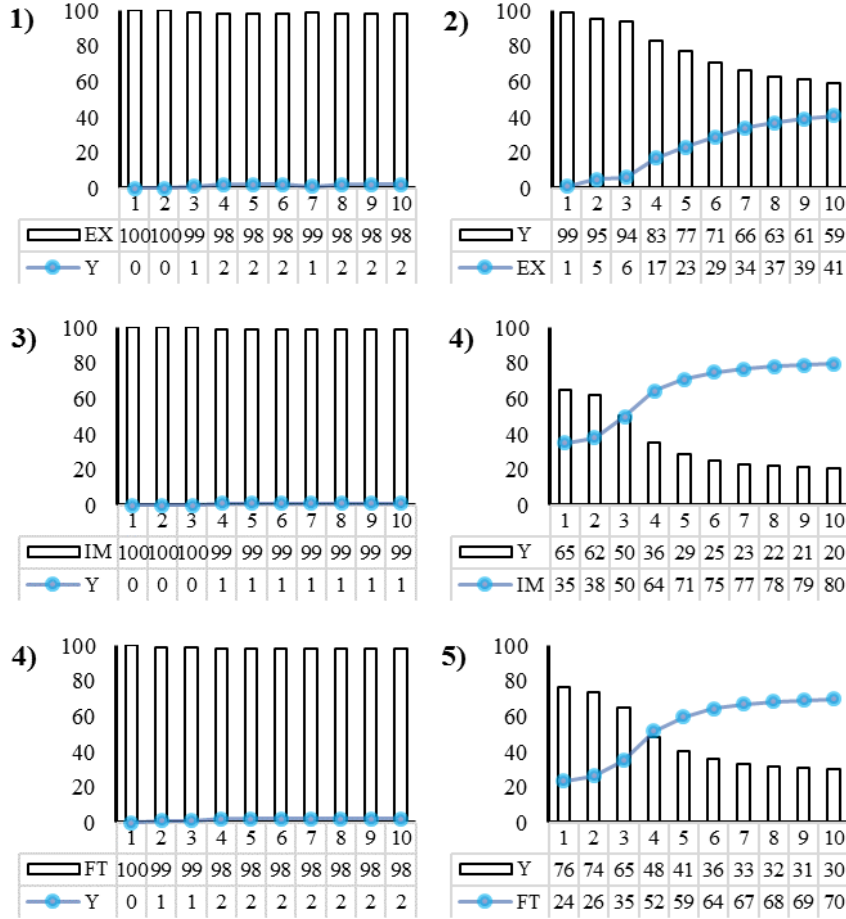
VAR analizinde yer alan değişkenlerin kendi ve diğer değişkenlerin hata terimlerinde meydana gelen şoklara verdiği tepkiler, etki-tepki fonksiyonları ile analiz edilmektedir. Peseran ve Shin (1998) tarafından geliştirilen genelleştirilmiş etki-tepki fonksiyonlarında değişkenlerin dışsaldan içsele doğru sıralanmamasından kaynaklanan problemler ortadan kalkmakta, analize dahil edilen değişkenlerin sıralanışı sonuçları etkilememektedir.



Şekil 2: Genelleştirilmiş Birikimli Etki-Tepki Fonksiyonları

E. Varyans Ayırıştırma Analizi

Bir değişkendeki zaman içerisindeki değişiminin yüzdelik olarak ne kadarının kendisi ve ne kadarının diğer değişkenler tarafından açıklandığı Varyans Ayırıştırma (VA) analizi ile test edilmektedir. Cholesky ayırıştırma yöntemiyle tespit edilen sonuçlar değişkenlerin sıralanışına göre farklılık arz ettiğinden değişkenler TY-VAR analizindeki nedensellik bulguları göz önünde bulundurularak bağımsızdan bağımlıya doğru analize dahil edilmiştir.



Şekil 3: Varyans Ayrıştırma Analizi

Şekil 3'te sütunlar, ayrıştırılan değişkeni göstermektedir. 6 panel incelendiğinde ithalat, ihracat ve dış ticaret değişkenlerinin GSYİH'yi açıklama gücü 10 dönem itibarı ile oldukça yüksektir. 10. dönemde GSYİH'daki bir değişimi açıklama gücü sırası ile ithalat %80, dış ticaret %70 ve ihracat %41 olarak belirlenmektedir. 10 dönem boyunca ortalama yaklaşık olarak sırasıyla GSYİH'nin varyansında meydana gelen bir değişimin %65'i ithalat, %53'ü dış ticaret hacmi ve %23'ü ihracatta meydana gelen şoklardan kaynaklanmaktadır. VA analizi sonuçları TY nedensellik bulgularını destekler niteliktedir.

V. Sonuç

Dış ticaretin özelde ihracat ve ithalatın ekonomik büyüme üzerindeki etkileri, teorik literatürde farklı ekolden gelen iktisatçılar arasında yoğun bir şekilde tartışma konusu olmuştur. Bazı içsel büyüme teorisyenleri, dış ticaretin dinamik kazançlarına dikkatleri çekerek toplam faktör verimlilikleri ve bilgi

birikimi üzerinden dış ticaretin büyümeye etkilerini ele almışken, Post Keynesyen iktisat ekolünden olanlar ise dış ticaretin büyüme üzerindeki etkilerinin tasarruf oranlarının yetersizliği, bütçe açıkları ve ödemeler bilançosu açıkları nedeniyle baskı altında kalabileceklerini ifade etmektedir. Literatürdeki dış ticaret büyüme ilişkilerine yönelik bu tartışmalardan hareketle değişkenler arası ilişkiler hakkında kesin yargılara varmak mümkün değildir. Konuyu ampirik olarak ele alan ve oldukça geniş bir sayıya ulaşmış çalışmaların bulguları da evrensel bir sonuca ulaşılmasını engellemektedir. Türkiye özelinde konuyu alan çalışmalarda da benzer durum söz konusudur. Türkiye için dış ticaret ve ekonomik büyüme ilişkilerini ampirik olarak test eden çalışmalarda değişkenler arasında anlamlı ilişkilerin varlığı tespit edilmekle birlikte bu ilişkinin yönü hakkında bir uzlaşma bulunmamaktadır.

Çalışmada gerçekleştirilen TY nedensellik analizi sonuçlarına göre ihracat, ithalat ve toplam dış ticaretten ekonomik büyümeye doğru tek yönlü (pozitif) bir nedensellik olduğu belirlenmiştir. Uygulanan etki-tepki ve varyans ayrıştırma analizleri sonuçları da Toda-Yamamoto nedensellik testi sonuçlarını desteklemektedir. Elde edilen bu bulgular, Türkiye ekonomisinde ihracata ve ithalata dayalı büyüme hipotezlerini destekler niteliktedir. Dolayısıyla ihracat, başta verimlilik artışı olmak üzere bağlantı etkileri ve ölçek ekonomileri etkileri ile Türkiye'nin ekonomik büyümesini olumlu etkilemektedir. Aynı şekilde ithalat, ülkenin üretimde ihtiyaç duyduğu ara malları ve sermaye mallarını en uygun çeşitlilikte sağlayarak, sermayenin azalan maliyeti nedeniyle ekonomik büyümeyi uyarılmaktadır. Elde edilen bu bulgu, Türkiye'nin toplam mal ithalatının yaklaşık %86'sının ara malları ve yatırım malları ithalatında oluştuğu gerçeğini doğrulamaktadır. Bulgular, dış ticaretin Türkiye'nin ekonomik büyümesinin önemli bir belirleyicisi olduğunu ortaya koymaktadır. Bu kapsamda Türkiye'nin hem ihracat kanalı hem de ithalat yoluyla Dünya ekonomisine entegre olması gerekmektedir. Bununla birlikte Türkiye'nin ekonomik büyümesinin giderek ithalata bağımlı hale gelmesi, Post Keyneslerin dış ticaret ve büyüme ilişkilerinde işaret ettikleri dış açıklar, tasarruf yetersizliği ve bütçe açıklarının yaratacağı olumsuz etkileri de dikkate almak gerekir. Yüksek faiz-düşük kur politikalarının uyaracağı ithal artışı ve üretimin ithalata olan bağımlılığı, tasarrufların giderek azalmasına ve dış açıkların artarak ekonominin daha kırılgan hale gelmesine yol açabilmektedir. İthal edilen girdilerin yurtiçinde işlendikten sonra üretilen malların iç tüketime değil dış talebe yönlendirilmesi, dış açık sorunlarının yaşanmasını engelleyebilecektir. Ayrıca katma değeri yüksek ürün ihracatının yanında yurtiçinde ithal edilen girdilerin üretilmesi için teşvik politikalarının Dünya Ticaret Örgütü'nün izin verdiği ölçüde kullanılması önem arz etmektedir.

Kaynaklar

Aksu, L. (2014) "Türkiye'de 1960-2009 Yıllarını Kapsayan Dış Ticaret Politikalarının İktisadi Büyüme Üzerindeki Etkilerinin Ekonometrik

- Analizi”, *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), ss.363-408.
- Aktaş, C. (2009) “Türkiye’nin İhracat, İthalat ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik Analizi”, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(2), ss.35-47.
- Aytaç, A. ve Akduğan, U. (2012) “Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme Üzerine Bir Nedensellik Analizi: 2001-2011 Türkiye Örneği”, *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), ss.55-70.
- Brown, R.L., Durbin, J. ve Evans, J.M. (1975) “Techniques for Testing the Constancy of Regression Relationships Over Time-with Discussion”, *Journal of Royal Statistical Society, Series B*, 37, ss.150-155.
- Çeştepe, H., Yıldırım, E. ve Bayar, M. (2013) “Doğrudan Yabancı Yatırım, Ekonomik Büyüme ve Dış Ticaret: Toda-Yamamoto Yaklaşımıyla Türkiye’den Nedensellik Kanıtları”, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 27, ss.1-37.
- Dickey, D. A. ve Fuller, W. A. (1981) “Likelihood Ratio Statistics for an Autoregressive Time Series with a Unit Root”, *Econometrica*, 49(4), ss.1057-1072.
- Elliott, G., Rothenberg, T.J. ve Stock, J. H. (1996) “Efficient Tests for an Autoregressive Unit Root”, *Econometrica*, 64(4), ss.813-836.
- Feder, G. (1983) “On Exports and Economic Growth, *Journal of Development Economics*”, 12(1), ss. 59-73.
- Grossman, G. ve Helpman E. (1991). *Innovation and Growth in the Global Economy*, MIT Pres, Cambridge.
- Gerni, C., Emsen Ö. S. ve Değer, M. K. (2008) “İthalata Dayalı İhracat ve Ekonomik Büyüme: 1980-2006 Türkiye Deneyimi”, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir İktisat Kongresi Anısına 2. Ulusal İktisat Kongresi, 20-22 Şubat, İzmir.
- Gül, E. ve Kamacı, A. (2012) “Dış Ticaretin Büyüme Üzerine Etkileri: Bir Panel Veri Analizi”, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(3) ss.81-91.
- Jayme, F. G. (2001) "Notes on Trade and Growth", <http://www.cedeplar.ufmg.br/pesquisas/td/TD%20166.pdf>, (Erişim Tarihi: 02.04.2016).
- Korkmaz, S. ve Aydın, A. (2015) “Türkiye’de Dış Ticaret-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Nedensellik Analizi”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(3), ss.47-76.
- Kurt, S. ve Terzi, H. (2007) “İmalat Sanayi Dış Ticareti Verimlilik ve Ekonomik Büyüme İlişkisi”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(1) ss.25-46.
- Mazumdar, J. (1996) “Do Static Gains from Trade Lead to Medium-Run Growth?”, *Journal of Political Economy*, 104(6), ss.1328-1337.

- Özer, M. ve Erdoğan, L. (2006) “Türkiye’de İhracat, İthalat ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkilerin Zaman Serisi Analizi”, *Ekonomik Yaklaşım*, 17(60-61), ss.93-110.
- Özgür, M. I. (2015) “İhracat, İthalat ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkileri: Türkiye Örneği”, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 7(2), ss.187-194.
- Pesaran, H. H. ve Shin, Y. (1998) “Generalized Impulse Response Analysis in Linear Multivariate Models”, *Economics Letters*, 58, ss.17-29.
- Phillips, P.C.B. ve Perron, P. (1988) “Testing for Unit Roots in Time Series Regression”, *Biometrika*, 75(2), ss.335-346.
- Saraç, T. B. (2013) “İhracat ve İthalatın Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği/The Effects of Exports and Imports on Economic Growth: Turkey Case”, *Ege Akademik Bakış*, 13(2), ss.181-194.
- Tapşın, G. (2015) “The Relationship between Foreign Trade and Economic Growth in Turkey”, *International Review of Research in Emerging Markets and the Global Economy*, 1(3), ss.417-429.
- Toda, H. Y. ve Yamamoto, T. (1995) “Statistical Inference in Vector Autoregressions with Possibly Integrated Process”, *Journal of Econometrics*, 66, ss.225-250.
- Tuncer, İ. (2002) “Türkiye’de İhracat İthalat ve Büyüme: Toda Yamamoto Yöntemiyle Granger Nedensellik Analizleri 1980 2000”, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(9), ss.90-106.
- Uçan, O. ve Koçak, E. (2014) “Türkiye’de Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki”, *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(2), ss.51-60.
- Yıldız, N. ve Akduğan, U. (2014) “Long Term-Short Term Analise Between Foreign Trade, Growth and Employment in Turkish Economy: 1923-2013”, *IIB International Refereed Academic Social Sciences Journal*, 5(15), ss.247-264.
- Zivot, E. ve Andrews, D.W. K. (1992) “Further Evidence on the Great Crash, the Oil-Price Shocks, and the Unit-Root Hypothesis”, *Journal of Business and Economic Statistics*, 10, ss.251-270.

**DENEYİMSEL PAZARLAMA UYGULAMALARININ
MARKA TERCİHİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİ BELİRLEMeye
YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA
(KAHVE DÜNYASI VE STARBUCKS ÖRNEĞİ)***

Kadir DELİGÖZ
Sevtap ÜNAL*****

Alınış Tarihi: 26 Nisan 2016

Kabul Tarihi: 21 Ekim 2016

Öz: İşletmeler farklılık yaratmak ve rekabet avantajı elde etmek için müşterilerinin duygularına hitap eden ve onların anılarında unutulmaz yer edinecek eşsiz bir deneyim yaşatmayı istemektedirler. Deneyim ekonomisi kavramı ile ortaya çıkan deneysel pazarlama müşterilere eşsiz deneyimler sunarak, unutulmayan ve duygusal yönden müşterilerine keyif veren deneyimler yaratmaya ve bu şekilde memnuniyet sağlamaya çalışmaktadır. Bu bağlamda müşterilerine keyif veren, rasyonel karar vermenin yanı sıra duygusal ve sembolik yönden tatmin eden ve sürekli hatırlanacak deneyimler yaratmak amaçlanmaktadır. Böylece müşteri sadakati elde edilmektedir. Bu çalışmada Starbucks ve Kahve Dünyasının deneysel pazarlama uygulamalarının tüketici tarafından nasıl algılandığı ve deneysel memnuniyet ile deneysel bağlılık üzerine etkisi araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tüketim Kültürü, Deneyim Ekonomisi, Deneysel Pazarlama.

**A RESEARCH TO DETERMINE THE EFFECT OF EXPERIENTIAL
MARKETING ON BRAND CHOISE
(EXAMPLE OF KAHVE DÜNYASI AND STARBUCKS)**

Abstract: Businesses want to make their customers have a unique experience that appeals to their senses and will have a notable place in their memories to make differences and obtain the advantage of competition. Emerging economy with the concept of experiential marketing experience to customers by offering unique experiences, unforgettable and emotional experience to create an exhilarating and customers satisfaction is working to ensure that the. In this respect it is aimed to make experiences not only heart-warming and rational decision making but also that satisfy sensationally, symbolical and will be remembered permanently. So that customer loyalty can be obtained. In this study, it was analysed how experience marketing applications of Starbucks and Kahve Dünyası were comprehended by consumers and their effect on empirical satisfaction and empirical loyalty.

Keywords: Consumption Culture, Experience Economy, Experiential Marketing.

* Bu çalışma, Dr. Kadir Deligöz'ün "Deneysel Pazarlama Uygulamalarının Marka Tercih Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma (Kahve Dünyası ve Starbucks Örneği)" adlı yayınlanmamış yüksek lisans tezinin güncellenmiş halidir.

** Doktora öğrencisi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Anabilim Dalı

*** Prof. Dr. Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü

I. Giriş

Tüketim sadece ekonomik bir eylem olmayıp, kültür, değerler ve teknoloji gibi faktörlerin de etkisi ile hızla genişleyen, daha çok anlam kazanan ve yaşamın tüm alanlarını içine alan bir yapı haline gelmiştir. Bu tüketim hali günümüzde tüketim toplumu kavramı ile ifade edilmektedir. Tüketim toplumu, toplumda var olan tüketim geleneğini, tarzını ve biçimini ifade etmektedir. Günümüzde hızla değişen teknolojiye bağlı olarak mal ve hizmetlerden elde edilen ekonomik değerler değişmektedir. Toplumsal dönüşümler içerisinde ekonomik değerler meta, ürün (mal), hizmet ve deneyim olmak üzere dört aşama halinde günümüze ulaşmıştır. Tüketim kültürü, son aşama olan deneyim kavramı üzerine kuruludur.

Pine ve Gilmore (1999) bu değişimlere paralel olarak, deneyim ekonomisi kavramını ortaya atmışlardır. Günümüzde işletmelerin mal ve hizmet satmaktan, tüketici deneyimini temel alan deneyim satma anlayışına doğru geçtiğini ifade etmişlerdir. Schmitt (1999) ise deneyim ekonomisi kavramını geliştirerek deneyimsel pazarlama yaklaşımını ortaya çıkarmıştır. Bu yaklaşıma göre tüketiciler sadece rasyonel karar alıcılar olarak değil, duygularıyla hareket eden ve bu doğrultuda tüketim yapan bireyler olarak değerlendirilmiştir.

Bu çalışmada deneyimsel pazarlama uygulamalarının tüketici tercihleri üzerindeki etkisi incelenmeye çalışılmıştır. Starbucks ve Kahve Dünyası isimli kahve mağazalarının müşterilerinin deneyimsel pazarlama boyutlarına yönelik algıları ve mağaza tercihlerinde bu boyutların etkisini belirlemek hedeflenmiştir.

II. Tüketim Kültürü ve Deneyimsel Pazarlama

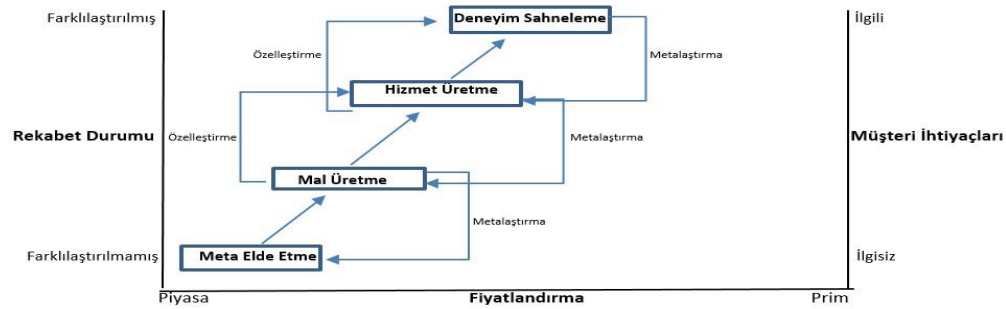
Tüketim kültürü ve tüketim toplumu kavramları özellikle yirminci yüzyılın ikinci yarısından sonra ekonomik, siyasal ve toplumsal gelişmeler doğrultusunda tartışılmaya başlanmıştır. Tüketim kültürü ifadesi ekonomik ve toplumsal düzenin yeniden biçimlendiği postmodern dönemin uzantısı olarak görülmektedir. Tüketim toplumu ise bireylerin doğal ihtiyaçlarının mal ve hizmet aracılığıyla tatmin edilmesinin ötesinde, yapay ihtiyaçların söz konusu olduğu ve bu ihtiyaçları gidermek için ayrı ayrı ürünlerle karşılaşabileceğimiz, nesnel aracılığıyla toplumda yerimizi işaret edebileceğimiz toplum olarak karşımıza çıkmaktadır (Marshall, 1999: 768).

Tüketim kültürü ve toplumunun beraberinde getirdiği kavramlardan biri deneyimsel pazarlamadır. Deneyimsel pazarlama, işletmenin unsurlarının, işletmenin diğer önerilerini destekleyecek şekilde birbirleriyle uyumlu hale gelmesi ile tüketicilere unutulmaz deneyimler yaşatmanın amaçlanmasıdır (Bostancı, 2007: 36). Deneyimsel pazarlamanın temelini oluşturan unsurlar; deneyim, deneyim ekonomisi ve ekonomik değerdir.

Genel bir ifadeyle deneyim, işletmelerin müşterileri için sağladıkları hoş hatıralar ve duygular bütünüdür (Verhoef vd., 2009: 31). Bir insanın satın alım öncesinden, alışveriş ve tüketim sonrasına kadar uzanan zincirin her aşamasından elde ettiği değer toplamı deneyim olarak adlandırılmaktadır

(Aksoy, 2014). Deneyim ekonomisi ise, doğadan elde edilmiş materyallerin imal edilerek mal (ürün) halini aldığı, bu malların da araç olarak kullanılıp müşterilerin isteklerine göre düzenlendiği gayri maddi faaliyetler ve oluşturulan deneyimlerdir (Pine ve Gilmore, 1999: 10-11).

Pine ve Gilmore (1998) deneyim ekonomisini, özellikle pazarlama ve tüketici davranışı üzerinde yarattığı etki açısından ele alarak “zihinsel, duygusal ve estetiksel duylara neden olan bütünleşmiş ürünlere kavuşmak isteyen tüketicilerin dünyası” olarak tanımlamışlar (Aktaran, Baum, 2006: 124-135) ve ekonomik ürünlerdeki değişimi aşama aşama sınıflandırarak açıklamışlardır (Şekil 1). Bu sınıflandırmaya göre ilk aşama “hammadde” aşamasıdır. Daha sonra hammaddeler gelişerek ikinci aşama olan “mal” ve daha sonrasında da somut mallar ve soyut hizmetler bir araya gelerek “hizmet” aşamasını meydana getirmiştir. Hizmetlerin gelişerek son aşama olan “deneyim” aşamasına geçmesiyle toplumlar “deneyim ekonomisi” çağına girmişlerdir (Yuan ve Wu, 2008: 389). Pine ve Gilmore (1998), ekonomik ürünlerdeki bu değişimi “önceleri el yapımı ile hazırlanmış kek ve pasta çeşitleriyle evlerde kutlanarak geçirilen doğum günü kutlamaları, artık çeşitli mekânlarda daha önceden hazırlanarak paketlenmiş pastalarla, palyaçolar eşliğinde kutlanıyor ve katılımcılara büyük deneyimler sunuluyor” şeklinde açıklamışlardır (Aktaran Akıldız, 2010: 26).



Şekil 1. Ekonomik Değer Dizisi

Kaynak: Pine ve Gilmore, 1998: 98

A. Deneyimsel Pazarlamanın Tanımı ve Boyutları

Schmitt'e göre deneyim, yaşanan, maruz kalınan ve karşılaşılan şeylerin sonucunda oluşmaktadır ve pazarlama, tüketiciler için deneyimler yaratmayı amaçlamalıdır (Odabaşı, 2004: 12-13). Buna göre deneyimsel pazarlama, ürünün fonksiyonel özellikleri ve faydaları yerine müşterinin deneyimlerini anlamaya odaklanarak müşterinin ürünün hangi özelliklerinden hoşlandığını ortaya çıkarmaktır (Yalçın vd., 2008: 83).

Deneyimsel pazarlamanın temelini müşterilerin yaşayabileceği beş ayrı deneyim oluşturmaktadır. Bu farklı deneyimler; algılamak, hissetmek,

düşünmek, faaliyette bulunmak ve ilişkilendirmektir. Schmitt'in (1999) bu 5 farklı deneyim unsuru, "Stratejik Deneyim Modülleri (SEMs)" olarak isimlendirilmiştir. Deneyimsel modüller Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. *Deneyimsel Pazarlamanın Boyutları*

Deneyim Modülü	Deneyim Boyutu	Deneyim Eylemi	Müşteri Deneyimi
Sense	Duyusal	Algılamak	Beş duyuya hitap eder
Feel	Duygusal	Hissetmek	Hislere ve ruh haline hitap eder
Think	Düşünsel	Düşünmek	Yaratıcılık ve bilişsel fonksiyonlara hitap eder
Act	Davranışsal	Faaliyette Bulunmak	Davranışlara ve yaşam tarzına hitap eder
Relate	İlişkisel	İlişkilendirmek	Kültürel ve sosyal gruplara hitap eder.

*Pine, Gilmore (2011) ve Genç'den (2009) derlenmiştir.

Duyusal deneyimler, fiziksel ve dokunulabilir ürünler ile elde edilen ya da 5 duyu (görme, dokunma, duyma, tatma ve koklama) ile algılanabilen deneyimlerdir. Duyusal deneyimler özellikle ürün ya da hizmetlerin tüketici zihnindeki faydalı ve farklı duyusal deneyimleri harekete geçirmesi ile alakalıdır (Grundey, 2008: 139). Duygusal deneyimler, müşterilerde güçlü duygular yaratacak deneyimlerin yaratılmasıdır. Birçok reklamlarda duygusalılık ön plandadır. Gülümseyen yüzler, ağlayan bebekler duygusalılık yaratmak için kullanılır. Ancak birçok firma benzer reklamlar kullanmakta ve müşteriler bu tür standartlaşmış reklamlara fazla dikkat etmemektedirler (Grundey, 2008: 139). Düşünme, müşterileri yaratıcılığa yönlendiren, bilişsel ve problem çözme deneyimini yaşatan zihinsel yöndür. Genel olarak müşterilere iletilen mesajla müşterilerin işletme ve markaları ile ilgili düşünmesinin sağlanması ve işletmenin farklılığının ortaya konulmasıdır (Dirsehan, 2010: 22). Davranışsal deneyimler, duyusal, duygusal, düşünsel ve ilişkisel deneyimlerin bütünüdür. Müşterilerin hareket tarzlarını incelemek ve müşterilerin yaşamlarına renk katmak için onlara sunabileceklerini tasarlamaktır. Bu ise ancak müşterilerin yaşamlarını incelemekle tasarlanabilecek bir olgudur. Örneğin bankalar işyerlerinden ayrılamayan yoğun müşterileri için internet bankacılığı hizmetini sunmaktadır (Dirsehan, 2010: 100). İlişkilendirme, duyusal, duygusal ve düşünsel deneyimleri içerir. Duyusal, duygusal, düşünsel ve fiziksel deneyimlerini içeren sosyal ve kültürel unsurlarla ilgili olup, ait olma duygusunu yaratmak amaçlanmaktadır. Müşteriler çoğu zaman ürünleri gerçek benlikleriyle değil, olmak istedikleri ideal benlikleriyle ilişkilendirirler. Kısaca ürün ile müşteriye ilişkilendirmektir. Örneğin, Harley Davidson motosikletleri bir yaşam tarzını simgeler. Müşteriler markayı kişiliklerinin bir parçası gibi

görmektedirler ve bu marka topluluğunda kullanıcılar arasında güçlü bağlar bulunmaktadır (Schmitt, 1999: 53-67).

B. Deneyimsel Pazarlamanın Uygulanması ve Deneyim Alanları

Yukarıda da ifade edildiği gibi deneyimsel pazarlamanın başlangıç noktasını stratejik deneyimsel modüller (duyusal-duygusal-düşünsel-davranışsal ve ilişkisel deneyimler) olarak da bilinen beş boyut oluşturmaktadır. Nihai amaç ise tüketici de bütünsel deneyim yaratmaktır.

Deneyimsel pazarlamanın uygulanması aşamasında, deneyimin ilişkisel boyutu ve katılım boyutu olmak üzere 2 temel boyut üzerinde tüketicilere deneyim yaşatılmaktadır. Bu boyutlar, Şekil 2’de gösterilmiştir.

Deneyimin Tüketici Katılım Boyutu	Deneyimin İlişkisel Boyutu	
	Özümseme	Sarmalanma
Aktif Katılım	Eğlence (Bir gösteri izleme)	Estetik (Kapadokya Gezisi)
Pasif Katılım	Eğitim (Alınan kayak dersi)	Kaçış (Paintball turnuvası)

Şekil 2. Deneyim Alanları

Kaynak: Pine ve Gilmore, 1998:102

Deneyimin Tüketici Katılım Boyutu: Koordinat sisteminde tanımlanan bu boyutlar için X eksenini üzerinde ve pozitif kısımda olan bölüme müşterinin aktif katılımı; aynı ekseninde negatif olan kısımdaki bölüme ise müşterinin pasif katılımı denmektedir. Müşterinin aktif katılımında müşteri deneyime direkt olarak katılmaktadır. Fakat pasif katılımında müşteri yaratılan deneyime sadece izleyici olarak katılmaktadır. Örneğin, bir tiyatrodaki izleyici olarak bulunmak pasif katılma ile sonuçlanırken interaktif tiyatrodaki oyuna katılarak tiyatrodaki bulunmak aktif katılım olarak tanımlanabilir (Günay, 2008: 181-192). Bir başka örnekle sinemada film izlemek pasif bir katılım gerektirirken, bir restoranda akşam yemeği yemek aktif bir katılım gerektirmektedir (Williams, 2006: 487).

Deneyimin İlişkisel Boyutu: Bu boyut koordinat sisteminde Y eksenini denilen kısmı nitelendirmekte olup bu boyut kendi içerisinde 2 gruba ayrılır. Y ekseninin pozitif kısmı ile ifade edilen yerde ilişki “Zayıf İlişki” olarak adlandırılırken, negatif olan kısımda ise “Güçlü İlişki” olarak adlandırılmaktadır. Bu iki boyut ayrıca bazı kaynaklarda müşterilerin ilgilerinin çekilmesi (özümseme) ve müşterilerin deneyimin içine çekilmesi (sarmalama) olarak da adlandırılmaktadır. Örneğin, bir futbol müsabakasını uzaktan izleyen kişiler özümseme yaşarken sahanın en ön kısmından yani sahaya en yakın yerden izleyen müşteriler oynanan futboldan çok daha fazla heyecan duyarak deneyimin içine çekileceklerdir (Williams, 2006: 487-488).

Bu 2 temel boyut içerisinde belirlenen 4 alan şunlardır;

Eğlence: Bu alan yatay boyutta pasif katılım; dikey boyutta özümsemede yer almaktadır. İnsanların eğlence olarak gördükleri deneyimler, genellikle bir gösteriyi seyredirken, müzik dinlerken veya kitap okurken olduğu gibi, duyularıyla pasif olarak özümstedikleri deneyimlerdir.

Eğitim: Bu alan yatay boyutta aktif katılım, dikey boyutta özümseme alanında yer almaktadır. Konuşun katılımı aktif katılımıdır. Kayak dersi alınması eğitim boyutuna bir örnektir. Kayak dersini öğrenmek isteyen kişi sadece pasif katılım ile yani dinleyerek kaymayı öğrenemez. Bu şekilde sadece neyi, ne zaman ve nasıl yapacağını bilir. Eğitim deneyiminde genellikle aktif yani fiziksel katılım olmakla beraber zihinsel katılım gereklidir (Papatya vd., 2013: 91).

Kaçış: Aktif katılım ve sarmalanma alanında yer alır. Artan teknoloji ve aşırı çalışma ortamının insanlar arasında yarattığı endişe, yalnızlık duygusu, depresyon ve stres gibi istenmeyen etkileri (Reisenger, 2006: 148) doğrultusunda oluşan kaçış boyutu, son yıllarda sosyolojide ve işletme araştırmalarında önemli bir konu haline gelmiştir (Haq ve Wong, 2010: 137).

Estetik: Pasif katılım ve sarmalanma alanında yer alır. Bir ürünün tat alma, koku, dokunma, duyma ve görme duyu organlarına hitap etmesi estetik olarak tanımlanmaktadır (Schmitt, 1999; Lindstrom, 2007: 33). Estetik deneyimde bireyler bir olayın ya da ortamın içine girerler, ancak bu olay üzerinde ya hiç etkileri olmaz ya da çok az gerçekleşir. Büyük kanyon kenarında durmak, uzay turu yapmak, Kapadokya'da peribacalarının arasında dolaşmak estetik deneyimi ifade etmektedir (Oral ve Çelik, 2013: 173).

III. Deneyimsel Pazarlama Uygulamalarının Kahve Dünyası Ve Starbucks Marka Tercihi Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma

A. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Kısıtları

Bu çalışmada, deneyimsel pazarlama uygulamalarının marka sadakati üzerindeki etkisini incelemek amaçlanmıştır. Bu temel amaç yanında belirlenen alt amaçlar şu şekildedir:

a-)Deneyimsel pazarlama boyutlarından (duyusal deneyimler, duygusal deneyimler, davranışsal deneyimler, düşünsel deneyimler ve ilişkisel deneyimler) öne çıkanları belirlemek,

b-)Cevaplayıcıların demografik özellikleri ile kahve mağazası ziyaret sıklıkları ve deneyimsel pazarlama boyutları arasındaki ilişkileri belirlemek,

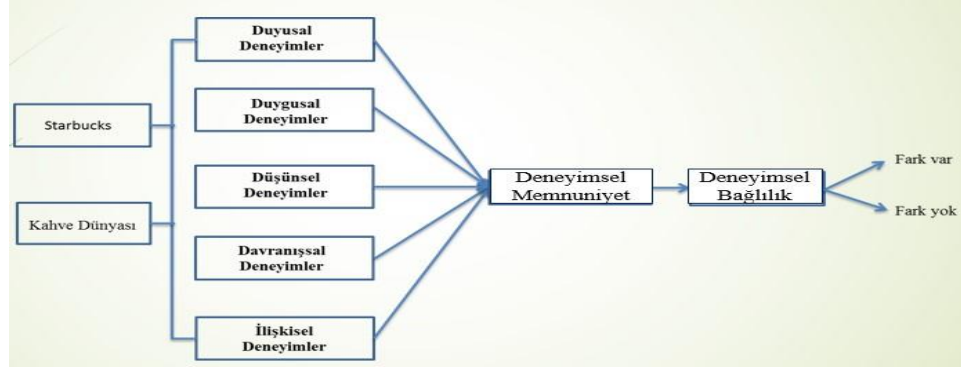
c-)İki farklı kahve markası müşterilerinin deneyimsel pazarlama boyutlarına yönelik tutumları arasında farklılık olup olmadığını belirlemek,

d-)İki farklı kahve markası müşterilerinin memnuniyet ve bağlılıkları arasında farklılık olup olmadığını belirlemektir.

Araştırmanın kapsamını Ankara ili merkez ilçede yaşayan 18 yaş ve üstü Starbucks ve Kahve Dünyası mağazası müşterileri oluşturmuştur. Bu nedenle araştırmadan elde edilen sonuçlar diğer ürün grupları, markalar ve Türkiye için genellenemez.

B. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın amacı doğrultusunda geliştirilen model Şekil 3'de gösterilmiştir.



Şekil 3. Araştırmanın Modeli

C. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amacı ve modeli doğrultusunda şu hipotezler geliştirilmiştir. H₁: Deneyimsel pazarlama boyutları deneyimsel memnuniyet üzerinde etkilidir. H_{1a}: Duyusal deneyimler deneyimsel memnuniyet üzerinde etkilidir. H_{1b}: Duygusal deneyimler deneyimsel memnuniyet üzerinde etkilidir. H_{1c}: Düşünsel deneyimler deneyimsel memnuniyet üzerinde etkilidir. H_{1d}: Davranışsal deneyimler deneyimsel memnuniyet üzerinde etkilidir. H_{1e}: İlişkisel deneyimler deneyimsel memnuniyet üzerinde etkilidir.

H₂: Deneyimsel memnuniyet deneyimsel bağlılık üzerinde etkilidir.

H₃: Kahve Dünyası ve Starbucks mağazaları müşterilerinin deneyimsel pazarlama boyutlarına yönelik tutumları arasında farklılık vardır. H_{3a}: Kahve Dünyası ve Starbucks mağazaları müşterilerinin duysal deneyime yönelik tutumları arasında farklılık vardır. H_{3b}: Kahve Dünyası ve Starbucks mağazaları müşterilerinin duygusal deneyime yönelik tutumları arasında farklılık vardır. H_{3c}: Kahve Dünyası ve Starbucks mağazaları müşterilerinin düşünsel deneyime yönelik tutumları arasında farklılık vardır. H_{3d}: Kahve Dünyası ve Starbucks mağazaları müşterilerinin davranışsal deneyime yönelik tutumları arasında farklılık vardır. H_{3e}: Kahve Dünyası ve Starbucks mağazaları müşterilerinin ilişkisel deneyime yönelik tutumları arasında farklılık vardır.

H₄: Kahve Dünyası ve Starbucks müşterilerinin deneyimsel memnuniyet düzeyleri arasında farklılık vardır.

H₅: Kahve Dünyası ve Starbucks müşterileri arasında deneyimsel bağlılık düzeyleri arasında farklılık vardır.

D. Araştırmanın Metodolojisi

Çalışmanın ana kütlesi Ankara ili merkezde yaşayan 18 yaş ve üstü Starbucks ve Kahve Dünyası isimli kahve mağazalarının müşterilerinden oluşmuştur. Örnekleme yöntemi olarak tesadüfi olmayan örnekleme

yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Anket çalışması 1-15 Nisan 2014 tarihleri arasında yapılmıştır. Toplam 400 anket uygulanmış, eksik ve hatalı doldurulan anketlerin elenmesi sonucu 300 anket değerlemeye alınmıştır. Her iki müşteri grubunun kıyaslanabilmesi için eşit sayıda örnek büyüklüklerine ulaşılmaya çalışılmıştır. Böylece 150 Starbucks, 150 Kahve Dünyası müşterisinin anketleri değerlemeye alınmıştır.

Araştırmada birincil elden veriler yüz yüze anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Anket formunda yer alan sorular dört farklı gruptan oluşmaktadır. Birinci grup sorular cevaplayıcıların hazır kahve mağazası tercihlerini ve satın alma davranışlarını belirlemek amacıyla sorulmuştur. İkinci grupta yer alan sorular cevaplayıcıların deneyimsel pazarlama boyutlarına yönelik tutumları, üçüncü grup sorular müşterilerin deneyimsel memnuniyetlerini ve deneyimsel bağlılıklarını ve dördüncü grup sorular cevaplayıcıların demografik özelliklerini tespit etmek amacıyla hazırlanmıştır. Cevaplayıcıların deneyimsel pazarlama boyutlarına yönelik tutumlarının belirlenmesi amacıyla yöneltilen sorular Günay, N. (2009), Erbaş, A.E. (2010), Kao, Y., Hunang, L. Ve Wu, C., (2008), Schmitt, B., (1999), Brakus J., Schmitt, B. Ve Zarantonello L., (2009), Yang, C. H., (2009), McAlexander J. H., Schouten J. W. ve Koenih, H. F., (2002) tarafından geliştirilen, müşterilerin deneyimsel memnuniyetlerini ve deneyimsel bağlılıklarının belirlenmesi amacıyla yöneltilen sorular Yuan, Y.H.E. ve Wu C.K., (2008), Chang P.L. ve Chieng M.H., (2006), Kao, Y., Hunang, L. Ve Wu, C., (2008), McAlexander J. H., Schouten J. W. ve Koenih, H. F., (2002), Yalçın M., Çobanoğlu E., ve Erdoğmuş, İ., (2008), Erbaş A.E., (2010) ve Günay, N., (2009) tarafından geliştirilen ölçeklerden alınmıştır. Anketin son bölümünde ise cevaplayıcıların demografik özellikleriyle ilgili sorular yöneltilmiştir.

Cevaplayıcıların deneyimsel pazarlama boyutları (duyusal, duygusal, davranışsal, düşünsel ve ilişkisel deneyimler), deneyimsel memnuniyeti ve deneyimsel bağlılığı değişkenleri (5=Kesinlikle katılıyorum, 1=Kesinlikle katılmıyorum) 5'li likert ölçeği ile ölçülmüştür.

Veriler SPSS 20.0 ve LISREL 8.51 paket istatistik programları ile analiz edilmiştir. Verilerin analizinde, tanımlayıcı istatistikler, doğrulayıcı faktör analizi, bağımsız t-testi, korelasyon analizi ve yapısal eşitlik modelinden yararlanılmıştır.

a. Verilerin Analizi

Cevaplayıcıların çoğunluğunun 18-25 yaş aralığında, üniversite düzeyinde eğitim almış veya halen almakta olan, çoğunlukla öğrenci, 1000 TL ve altı gelire sahip erkek ve kadınlardan oluştuğu görülmektedir.

Cevaplayıcıların tercih ettikleri hazır kahve mağazasını hangi sıklıkta ziyaret ettikleri sorulmuş ve ziyaret sıklıklarına ilişkin dağılım Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 3. Cevaplayıcıların Kahve Mağazası Ziyaret Sıklıkları

	Frekans (f)	Yüzde (%)
Günde 2 kez veya daha fazla	80	% 26,7
Günde 1 kez	65	% 21,7
Haftada 4-5 kez	49	% 16,3
Haftada 4 kez	46	% 15,3
Haftada 2-3 kez	23	% 7,7
Ayda 2-3 kez	18	% 6
Ayda 1 kez	19	% 6,3
Toplam	300	%100

Bu sonuçlara bağlı olarak, cevaplayıcıların kahve mağazasına gidiş sıklıkları çoğunlukla günde 2 kez veya daha fazla (%26,7) ve günde bir kez (% 21,7) şeklindedir. Sonuçlara göre cevaplayıcılar kahve mağazalarını oldukça sık ziyaret etmektedirler.

Cevaplayıcıların demografik özellikleri ile Starbucks veya Kahve Dünyası'nı ziyaret etme sıklıkları arasındaki ilişkileri belirlemek üzere Kendall's tau-b korelasyon analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 4'de gösterilmiştir.

Tablo 4. Demografik Özellikler ile Kahve Mağazası Ziyaret Sıklığı Arasındaki İlişki

Değişkenler		Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Gelir
Kahve Mağazası Ziyaret Sıklığı	Korelasyon K.	-0,225**	0,290**	-0,074	0,254**
	Sig.	0,000	0,000	0,203	0,000
	n	300	300	300	300

Sonuçlara göre cinsiyet ile kahve mağazasına gitme sıklığı arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde negatif bir ilişki vardır. Böylece kadınlar erkeklere göre daha sık kahve mağazalarına gitmektedirler. Yaş ile kahve mağazasına gitme sıklığı arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde pozitif bir ilişki vardır. Gençler kahve mağazalarına daha sık gitmektedirler. Eğitim ile kahve mağazalarına gitme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki çıkmamıştır. Gelir ile kahve mağazasına gitme sıklığı arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde pozitif bir ilişki vardır. Buna göre gelir düzeyi arttıkça kahve mağazasına gitme sıklığı artmaktadır.

b. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Test Edilmesi

Bu çalışmada deneysel pazarlama uygulamalarının marka tercihi üzerindeki etkisi incelenmeye çalışılmıştır. Araştırma modeli yapısal eşitlik modeli ile test edilmiştir. Öncelikle araştırma modelinde yer alan ölçeklerin örneğe uygunluğunu test etmek amacı ile doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır.

Duyusal, duygusal, davranışsal, düşünsel ve ilişkisel deneyimlerden oluşan deneysel pazarlamanın boyutları ölçeklerinin seçilen örnekle uyum gösterip göstermediğini test etmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda negatif varyans gösteren, standart katsayıları

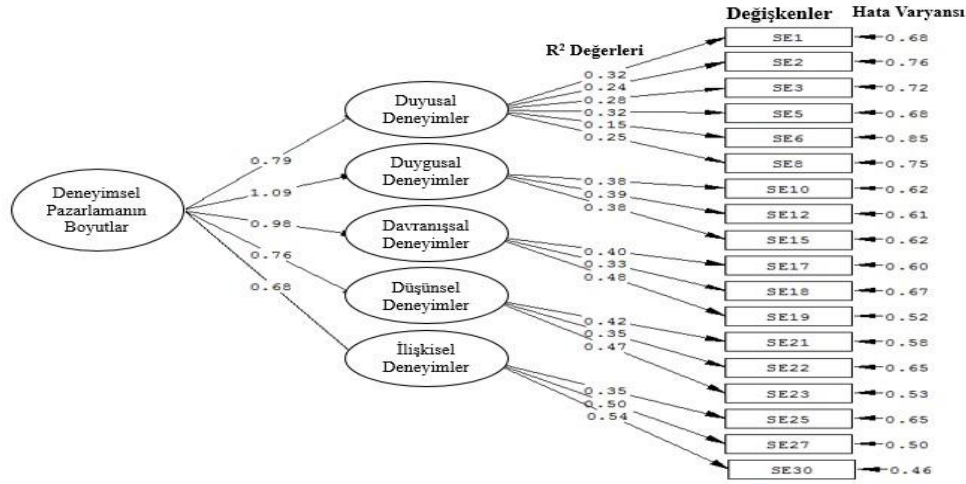
1.0'a çok yakın olan değişkenler kontrol edilmiş ve uygun olmayan değişkenler elenmiştir. Önerilen modifikasyonlar doğrultusunda;

Duyusal deneyimler değişkenlerinden 4. (SE4) ve 7. (SE7) değişkenler, duygusal deneyimler değişkenlerinden 9. (SE9), 11. (SE11), 13. (SE13) ve 14. (SE14) değişkenler, davranışsal deneyimler değişkenlerinden 16. (SE16) ve 20. (SE20) değişkenler, düşünsel deneyimler değişkenlerinden 24. (SE24) değişken, ilişkisel deneyimler değişkenlerinden 26. (SE26), 28. (SE28) ve 29. (SE29) değişkenler çıkarılmış ve model kabul edilebilir uyum değerlerine ulaştırılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen ki-kare ve uyum indeksi değerleri Tablo 5'de gösterilmiştir.

Tablo 5. *Deneyimsel Pazarlama Boyutları (Marka Deneyimi) Ölçeğinin Uyum Değerleri*

Uyumluluk İndeksi	Modifikasyon Sonrası	Kabul Edilebilir Uyum
	Mutlak Uyum Değerli	
Ki-Kare (X^2)	219.48	
Serbestlik Derecesi	130	
Ki-Kare / sd	1.68	1-5
GFI	0.92	$0,90 < GFI < 0,95$
AGFI	0.90	$0,85 < AGFI < 0,90$
RMSR	0.074	$0,05 \leq RMSR \leq 0,08$
RMSEA	0.048	$0,05 < RMSEA < 0,08$
	Artan Uyum Değeri	Kabul Edilebilir Uyum
CFI	0.93	$0,95 \leq CFI \leq 0,97$
NNFI	0.91	$0,95 \leq NNFI \leq 0,97$
NFI	0.84	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$

Duyusal, duygusal, davranışsal, düşünsel ve ilişkisel deneyimlerden oluşan deneyimsel pazarlamanın boyutları (marka deneyimi) ölçeğine ait R^2 ve hata varyansları Şekil 4'de gösterilmiştir.



Şekil 4. Deneyimsel Pazarlama Boyutları Modelinin Path Diyagramı

Duyusal, duygusal, davranışsal, düşünsel ve ilişkisel deneyimlerden oluşan deneyimsel pazarlamanın boyutları ölçeğine ait değişkenlerin standart katsayıları, R^2 değerleri, t değerleri, Cronbach's Alfa katsayıları ve hata varyansları Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6. Marka Deneyimi Ölçeği Değişkenlerine Ait Değerler

Değişkenler	Std Değer	R^2	Hata Varyansı	t Değeri	Cronbach's Alfa
Duyusal Deneyimler					0.734
... mağazalarındaki müzik rahatlatıcıdır ve huzurlu bir ortam vardır.	0.57	0.32	0.68	6.90	
... mağazasının kahve ve yiyecek çeşidi çoktur.	0.49	0.24	0.76	5.94	
... mağazalarında güzel ve etkileyici bir kahve kokusu vardır.	0.53	0.28	0.72	6.64	
... mağazalarının ürünlerinin lezzeti beklentilerimle örtüşür.	0.57	0.32	0.68	6.90	
... mağazalarının ürünlerinin sunumunda kullanılan kağıt bardak, karton tutacak, ahşap kaşık gibi malzemeleri beğeniyorum.	0.31	0.15	0.85	3.07	
... mağazalarındaki mobilyaların dokusu hoşuma gider.	0.50	0.22	0.86	6.03	
Duygusal Deneyimler					0.789
... mağazalarında çalışanlar güler yüzlü ve cana yakındır.	0.63	0.38	0.62	7.62	
... mağazalarında keyifli vakit	0.64	0.39	0.61	7.66	

geçiriyorum.					
... mağazalarında kendimi rahatlamış ve mutlu hissediyorum.	0.62	0.38	0.62	7.60	
Davranışsal Deneyimler					0.710
... mağazaları ev, okul ya da iş yerleri dışında sosyalleşebileceğim, vakit geçirebileceğim güzel mekânlardır.	0.64	0.40	0.60	6.60	
... mağazalarında bilgi düzeyimi artırıcı materyallerin (farklı alanlarda gazete ve dergi) bulunması hoşuma gidiyor.	0.58	0.33	0.67	7.21	
... mağazalarındaki hizmet anlayışını beğeniyorum.	0.70	0.48	0.52	8.63	
Düşünsel Deneyimler					0.691
... mağazaları benim yaratıcı düşünmeme yardımcı oluyor.	0.65	0.42	0.58	7.54	
... mağazalarında günlük gelişmeleri takip edebileceğim basılı ve görsel mecralar ile internet bağlantısı vardır.	0.60	0.35	0.65	6.57	
... mağazalarında düşünmek için rahat ortam vardır.	0.69	0.47	0.53	7.87	
İlişkisel Deneyimler					0.683
... mağazalarının gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk projelerini beğeniyorum.	0.59	0.35	0.65	7.10	
... mağazaları için kurulmuş bir kulübe üye olmak isterdim.	0.71	0.50	0.50	8.26	
... mağazası bana bir ailenin, grubun üyesiymişim hissini veriyor.	0.74	0.54	0.46	8.36	

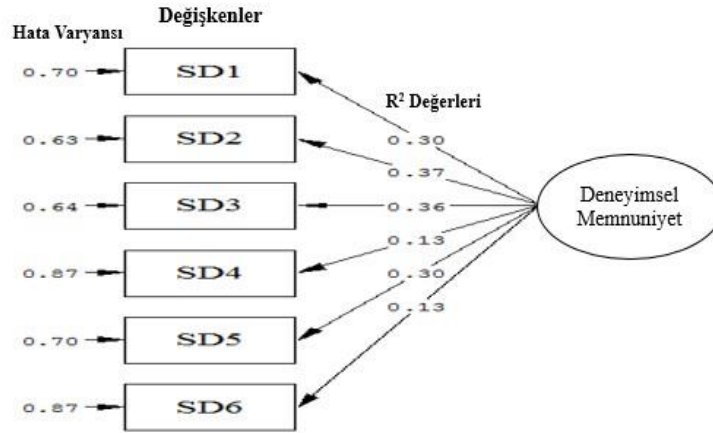
c. Deneysel Memnuniyet Ölçeğinin Test Edilmesi

Deneysel memnuniyet ölçeğinin örneğe uyum sağlayıp sağlamadığını görmek amacı ile doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçekte herhangi bir modifikasyona gerek duyulmamıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen ki-kare ve uyum indeksi değerleri Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7. Deneyimsel Memnuniyet Ölçeğinin Uyum Değerleri

Uyumluluk İndeksi	Mutlak Uyum Değeri	Kabul Edilebilir Uyum
Ki-Kare (X^2)	18.97	
Serbestlik Derecesi	9	
Ki-Kare / sd	2.1	1-5
GFI	0.96	$0,90 < GFI < 0,95$
AGFI	0.92	$0,85 < AGFI < 0,90$
RMSR	0.057	$0,05 < RMSR < 0,08$
RMSEA	0.061	$0,05 < RMSEA < 0,08$
	Artan Uyum Değeri	Kabul Edilebilir Uyum
CFI	0.95	$0,95 \leq CFI \leq 0,97$
NNFI	0.92	$0,95 \leq NNFI \leq 0,97$
NFI	0.91	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$

Deneyimsel memnuniyet ölçeğine ait standart değerler ve hata varyansları Şekil 5’de gösterilmiştir.



Şekil 5. Deneyimsel Memnuniyet Modelinin Path Diyagramı

Deneyimsel memnuniyet ölçeğine ait değişkenlerin standart katsayıları, R^2 değerleri, t değerleri, Cronbach’s Alfa katsayıları ve hata varyansları Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8. Deneyimsel Memnuniyet Ölçeğine Ait Değerler

Değişkenler	Std. Değer	R ²	Hata Varyansı	t Değeri	Cronbach's Alfa
Deneyimsel Memnuniyet					0.875
... mağazasında çok iyi bir hizmet alıyorum.	0.55	0.30	0.70	6.88	
... mağazaları benim kahve içme ve sosyalleşme ihtiyacımı karşılıyor.	0.63	0.37	0.63	7.91	
... mağazası benim beklentilerimin çok üzerindedir.	0.61	0.36	0.64	7.95	
... mağazasını her ziyaretimde çok keyif alıyorum.	0.33	0.13	0.87	3.72	
... mağazasında geçirdiğim zamanın çok iyi geçirilmiş bir zaman dilimi olduğunu söyleyebilirim.	0.55	0.30	0.70	7.85	
... mağazasının gerçekten çok seviyorum.	0.33	0.13	0.87	3.76	

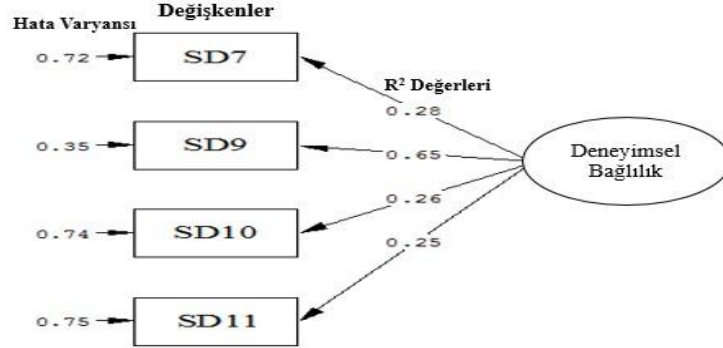
d. Deneyimsel bağlılık ölçeğinin test edilmesi

Deneyimsel bağlılık ölçeğinin örneğe uyum sağlayıp sağlamadığını görmek amacı ile doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Önerilen modifikasyonlar doğrultusunda 1 değişken çıkarılmış ve model kabul edilebilir uyum değerlerine ulaştırılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen ki-kare ve uyum indeksi değerleri Tablo 9'da gösterilmiştir.

Tablo 9. Deneyimsel Bağlılık Ölçeğinin Uyum Değerleri

Uyumluluk İndeksi	Modifikasyon Sonrası	Kabul Edilebilir Uyum
	Mutlak Uyum Değeri	
Ki-Kare (X ²)	13.71	
Serbestlik Derecesi	3	
Ki-Kare / sd	4.57	1-5
GFI	0.96	0,90<GFI<0,95
AGFI	0.89	0,85<AGFI<0,90
RMSR	0.05	0,05≤RMSR≤0,08
RMSEA	0.09	0,05<RMSEA<0,08
	Artan Uyum Değeri	Kabul Edilebilir Uyum
CFI	0.95	0,95≤CFI≤0,97
NNFI	0.95	0,95≤NNFI≤0,97
NFI	0.92	0,90≤NFI≤0,95

Deneyimsel bağlılık ölçeğine ait standart değerler ve hata varyansları Şekil 6'da gösterilmiştir.



Şekil 6. Deneyimsel Bağlılık Modelinin Path Diyagramı

Deneyimsel bağlılık ölçeğine ait değişkenlerin standart katsayıları, R^2 değerleri, t değerleri, Cronbach's Alfa katsayıları ve hata varyansları Tablo 10'de gösterilmiştir.

Tablo 10. Deneyimsel Bağlılık Ölçeğine Ait Değerler

Değişkenler	Std Değer	R^2	Hata Varyansı	t Değeri	Cronbach's Alfa
Deneyimsel Bağlılık					0.866
... mağazasının sadık bir müşterisi olduğumu düşünüyorum.	0.53	0.28	0.72	8.13	
... mağazasını her ziyaret ettiğimde buraya tekrar tekrar gitme isteğim oluşuyor.	0.81	0.65	0.35	11.58	
Hangi duygu halinde olursam olayım ... mağazasına gitmeye devam edeceğim.	0.51	0.26	0.74	7.89	
... mağazasını başka hiçbir kahve mağazasına değiştirmem.	0.50	0.25	0.75	7.43	

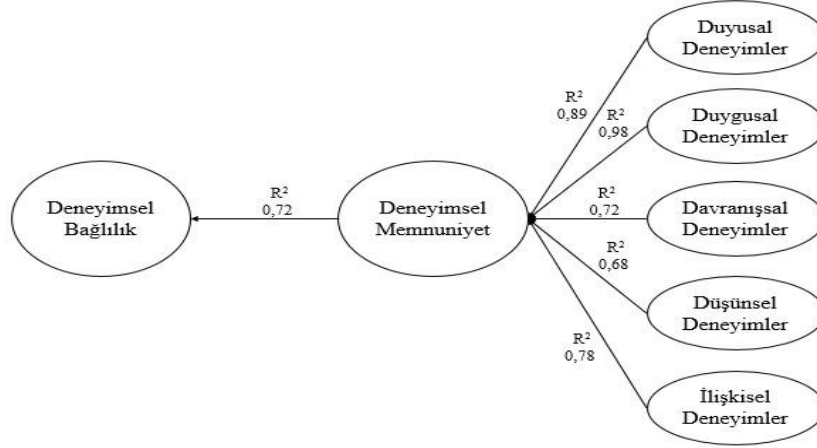
e. Araştırma modelinin test edilmesi

Şekil 3'de gösterilen araştırma modelinin test edilmesi amacıyla yapısal eşitlik analizi yapılmıştır. Önerilen modifikasyonlar doğrultusunda 19 değişken çıkarılmış ve model kabul edilebilir uyum değerlerine ulaştırılmıştır. Yapısal eşitlik modeli testi sonucu elde edilen ki-kare ve uyum indeksi değerleri Tablo 11'de gösterilmiştir.

Tablo 11. Araştırma Modelinin Uyum Değerleri

Uyumluluk İndeksi	Modifikasyon Sonrası	Kabul Edilebilir Uyum
	Mutlak Uyum Değerli	
Ki-Kare (X^2)	443.60	
Serbestlik Derecesi	203	
Ki-Kare / sd	2.18	1-5
GFI	0.88	$0,90 < GFI < 0,95$
AGFI	0.85	$0,85 < AGFI < 0,90$
RMSR	0.056	$0,05 \leq RMSR \leq 0,08$
RMSEA	0.063	$0,05 < RMSEA < 0,08$
	Artan Uyum Değeri	Kabul Edilebilir Uyum
CFI	0.89	$0,95 \leq CFI \leq 0,97$
NNFI	0.88	$0,95 \leq NNFI \leq 0,97$
NFI	0.81	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$

Araştırma modeline ait R^2 değerleri Şekil 7’de gösterilmiştir.



Şekil 7. Araştırma Modelinin Path Diyagramı

Deneyimsel bağlılık ölçeğine ait değişkenlerin standart katsayıları, R^2 değerleri, t değerleri, Cronbach's Alfa katsayıları ve hata varyansları Tablo 12’de gösterilmiştir.

Tablo 12. Araştırma Modeline Ait Değerler

Değişkenler	Standart Değer	R ²	Hata Varyansı	t Değeri	CR	AVE
Araştırma Modeli						
Duyusal Deneyimler-Deneyimsel Memnuniyet	-0.94	0.89	0.11	-2.80	0.72	0.52
Duyusal Deneyimler-Deneyimsel Memnuniyet	0.99	0.98	0.02	6.48	0.68	0.55
Davranışsal Deneyimler-Deneyimsel Memnuniyet	0,85	0.72	0.28	9.30	0.70	0.58
Düşünsel Deneyimler-Deneyimsel Memnuniyet	0,82	0.68	0.32	9.70	0.65	0.50
İlişkisel Deneyimler-Deneyimsel Memnuniyet	0,89	0.78	0.22	7.69	0.69	0.56
Deneyimsel Memnuniyet-Deneyimsel Bağlılık	0.85	0.72	0.28	10.78	0.73	0.63

Bu sonuçlara göre H₁, H_{1a}, H_{1b}, H_{1c}, H_{1d}, H_{1e} ve H₂ hipotezleri kabul edilmiştir. Deneyimsel pazarlama boyutları olan duyusal, duygusal, düşünsel, davranışsal ve ilişkisel deneyimler deneyimsel memnuniyet üzerinde etkilidir. Ayrıca deneyimsel memnuniyet deneyimsel bağlılık üzerinde etkilidir.

f. Starbucks ve Kahve Dünyası müşterilerinin deneyimsel pazarlama boyutları algıları, deneyimsel memnuniyet ve deneyimsel bağlılıkları arasındaki farklılıkların incelenmesi

Kahve mağazası müşterilerinin deneyimsel pazarlama boyutları algıları (duyusal, duygusal, davranışsal, düşünsel ve ilişkisel deneyimler), deneyimsel memnuniyet ve deneyimsel bağlılıklar arasında farklılık olup olmadığını incelemek amacıyla bağımsız örneklem t-testi yapılmış ve elde edilen sonuçlar Tablo 13’de gösterilmiştir.

Tablo 13. Starbucks ve Kahve Dünyası Müşterilerinin Deneyimsel Pazarlama Boyut Algıları, Deneyimsel Memnuniyet ve Deneyimsel Bağlılıkları Arasındaki Farklılıklar

Değişkenler	Kahve Mağazası	Ortalamalar	Standart Sapma	t değeri	Sig. (2-tailed)
Duyusal Deneyimler	Starbucks	3,837	0,578	1,368	0,172
	Kahve Dünyası	3,743	0,616		
Duyusal Deneyimler	Starbucks	3,686	0,717	2,233	0,026
	Kahve Dünyası	3,500	0,730		
Davranışsal	Starbucks	3,684	0,797	3,964	0,000

Deneyimler	Kahve Dünyası	3,335	0,725		
Düşünsel Deneyimler	Starbucks	3,580	0,770	1,565	0,119
	Kahve Dünyası	3,442	0,754		
İlişkisel Deneyimler	Starbucks	3,381	0,819	2,233	0,026
	Kahve Dünyası	3,108	1,255		
Deneyimsel Memnuniyet	Starbucks	3,717	0,718	2,765	0,006
	Kahve Dünyası	3,485	0,736		
Deneyimsel Bağlılık	Starbucks	3,456	0,958	3,800	0,000
	Kahve Dünyası	3,045	0,917		

Tablo 13’de görüldüğü gibi Starbucks ve Kahve Dünyası müşterilerinin deneyimsel pazarlama boyutlarından; duygusal, davranışsal, ilişkisel deneyim algıları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Starbucks müşterilerinin duygusal, davranışsal ve ilişkisel deneyime verdikleri ortalamalar daha yüksektir.

Cevaplayıcıların, deneyimsel memnuniyet ve deneyimsel bağlılıkları arasında da anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Böylece H_3 , H_{3b} , H_{3c} , H_{3e} , H_4 ve H_5 hipotezleri kabul edilmiştir. Buna göre Starbucks müşterilerinin memnuniyet ve bağlılık düzeyleri daha yüksektir.

Elde edilen sonuçlara göre Starbucks müşterileri deneyimsel pazarlama boyutlarından duygusal, davranışsal ve ilişkisel deneyim boyutlarının daha fazla tatmin edici olduğunu düşünmektedir. Buna bağlı olarak Starbucks müşterilerinin memnuniyet düzeyleri ve markaya olan bağlılıkları da daha yüksektir.

IV. Sonuç

Deneyimsel pazarlama uygulamalarının Starbucks ve Kahve Dünyası isimli iki kahve mağazası (markası) tercihi üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan bu çalışmada aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir:

Cevaplayıcılar çoğunlukla 18-25 yaş aralığında, üniversite düzeyinde eğitim almış veya halen almakta olan 1000 TL ve altı gelire sahip erkek ve kadınlardan oluşmaktadır. Ankete katılanların çoğunluğu günde 2 kez veya daha fazla kahve mağazasına gitmektedirler.

Cevaplayıcıların kahve mağazası ziyaret sıklığı ile demografik özellikleri arasındaki ilişki incelenmiş ve kadınların erkeklere göre daha sık kahve mağazalarına gittikleri belirlenmiştir. Benzer şekilde yaş ve gelir arttıkça kahve mağazasına gitme sıklığı artmaktadır.

Deneyimsel pazarlama boyutlarının memnuniyet ve bağlılık üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlayan araştırma modeli ise yapısal eşitlik modeli ile test edilmiştir. Deneyimsel pazarlama boyutları olan duyusal, duygusal, düşünsel, davranışsal ve ilişkisel deneyimlerinin deneyimsel memnuniyet üzerinde; deneyimsel memnuniyetin ise deneyimsel bağlılık üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Buna göre araştırma hipotezleri H_1 , H_{1a} , H_{1b} , H_{1c} , H_{1d} , H_{1e} ve H_2 kabul edilmiştir.

Starbucks ve Kahve Dünyası müşterilerinin deneyimsel pazarlama boyutları algıları (duyusal, duygusal, davranışsal, düşünsel ve ilişkisel deneyimler), deneyimsel memnuniyet ve deneyimsel bağlılıklar arasında farklılık olup olmadığını incelemek amacıyla bağımsız örneklem t-testi yapılmıştır. Starbucks ve Kahve Dünyası müşterilerinin duygusal, davranışsal, ilişkisel deneyim boyutlarını algıları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Starbucks müşterilerinin duygusal, davranışsal ve ilişkisel deneyime verdikleri ortalamalar daha yüksektir. Cevaplayıcıların, deneyimsel memnuniyet ve deneyimsel bağlılıkları arasında da anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Böylece H_3 , H_{3b} , H_{3c} , H_{3e} , H_4 ve H_5 hipotezleri kabul edilmiştir. Buna göre Starbucks müşterilerinin memnuniyet ve bağlılık düzeyleri daha yüksektir. Elde edilen sonuçlara göre Starbucks müşterileri deneyimsel pazarlama boyutlarından duygusal, davranışsal ve ilişkisel deneyim boyutlarının daha çok tatmin edici olduğunu düşünmektedir.

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda şu önerilerde bulunulabilir:

Günümüz rekabet koşullarında işletmelerin ayrıcalıklı ve akılda kalıcı bir konum edinmeleri müşterilerine deneyim odaklı değer yaratmaları ile mümkündür. Bu nedenle işletmelerin beklentilerin ötesine geçerek marka ile duygusal bağlar oluşturmaları faydalı olacaktır. Oluşturulacak bu deneyim ile birlikte memnuniyetin sağlanması ve deneyimsel bağlılığın oluşturulması işletmeler için uzun dönem kârlılığı beraberinde getirecektir. Müşteriler ise ürün ile yaşadıkları deneyim doğrultusunda tatmin olacaklardır. Örneğin, tüketici kahve mağazasına girdiğinde kendisini etkileyen bir kahve kokusu ile karşılaştığında duyusal olarak etkilenecek ve duygusal deneyimlerin odağında kalacaktır. Müşteri için unutulmaz bir deneyim; işletmeler açısından ise deneyimsel memnuniyet sağlanarak müşterinin sadakati sağlanacaktır.

Yapılan çalışmada deneyimsel pazarlama boyutlarının tümünün memnuniyet ve bağlılık yaratmada etkili olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle işletmelerin deneyimsel pazarlama modelini bütün olarak ele stratejilerinde yer alması memnuniyet ve bağlılık yaratmak için oldukça önemlidir.

İşletmelerin strateji ve politikalarını müşterilerinin hissedecekleri, yaşayacakları hatta kendilerini içinde bulacakları deneyimler ile geliştirmeleri gerekmektedir. Starbucks ve Kahve Dünyası açısından ele alındığında deneyimsel pazarlama boyutlarından; duygusal, davranışsal ve ilişkisel deneyim algıları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Deneyimsel

boyutlar farklı sektörler ve hizmetlerde farklı düzeyde öneme sahip olabilir. Bu hizmete, pazara ve sektöre göre değişebilir.

Müşterilerin deneyimsel memnuniyet ve deneyimsel bağlılık düzeylerini yükseltmek için farklı uygulamalar hayata geçirilebilir. Müşteriler için kahve mağazasına ulaşma anı deneyimin başlangıcıdır. Bu nedenle kahve mağazasının dış görünüşü önemlidir. Mağazanın kendine özgü logosu ve renkleri ile tasarlanmış bir mağaza girişi müşterilerin o kahve mağazasını tercih etmeleri için önemli bir nedendir. Müşteri kahve mağazasına girdikten sonra onu karşılayan çalışanların güler yüzlü olması ve mağazaya ait ilgi kıyafetler ile müşterileri karşılaması duyuşsal deneyimin bir diğer adımıdır oluşturmaktadır.

Bunların yanı sıra müşterilere özel menüler hazırlanabilir. Örneğin, kalorisi ayarlanmış özel kahvaltı seçenekleri ile özellikle spor sonrası beslenmesine dikkat edenler için menüler yapılabilir. Önemli gün ve özel tarihler için özel menüler çıkarılarak müşterilere hoş sürprizler yapılabilir. Bu tür düzenlemeler duyuşsal yönden müşterileri tatmin etmektedir.

Mağaza içerisinde müşterilerin kendilerini ailenin, grubun parçası gibi hissetmelerini sağlamak müşteri sadakati için önemlidir. Bu nedenle mağaza içerisinde yapılacak etkinlikler ile müşterilere ilişkişel deneyimler sunulabilir ve müşteriler arasında birliktelik sağlanabilir. Oyun turnuvaları, kahve sohbetleri, çekilişler veya müzik dinletisi ile birlikte yapılacak kareoke yarışması müşteri sadakatini sağlamanın en önemli yoludur.

Günümüzde özellikle hizmet mağazalarının eksikliklerinden birisi internet sayfalarını yeterince etkili kullanamamalarıdır. İnternet sayfasına mağazadaki sunumlarla ilgili birkaç eğlenceli oyun ya da mağaza içerisinde yapılacak etkinliklere ait resim veya videolar yüklenerek müşterilerin bu web sayfasını ziyaret etmeleri sağlanabilir.

Mağaza, müşterileri için özel fan grupları oluşturulabilir. Bu grupların kendi aralarında sohbet odaları oluşturmaları diğer insanların mağazaya olan ilgisini arttırabilir. Ayrıca fan grubu ya da mağaza kartı uygulaması ile belirli bir limite ulaşan müşterilere hediyeşel eşya veya ikramlarda bulunarak bu grup üyeleri de tatmin edilmiş olur. Aynı zamanda kahve mağazasının üzerinde logosunun bulunduğu hediyeşel eşyalar satması veya bu tür ürünleri siparişlerin yanında hediye olarak vermesi müşteriye mağaza ile bütünleşirme de önemli bir rol oynamaktadır.

Mağazanın bir köşesine konulacak kitaplık ile müşterilerin bilgi düzeyini artırıcı materyaller ile karşılaşmaları sağlanarak müşterilere davranışsal deneyimler sunulabilir. Bu kitaplığın yanı sıra düzenlenecek imza gününde yazarlar ile müşterilerin bilgi alışveriş olanağı sağlanmış olur.

Çevre sorunlarının arttığı günümüz toplumlarında insanlar artık sosyal sorumluluk projelerine önem veren mağazalara gitmektedirler. Bu nedenle özellikle davranışsal deneyimler çerçevesinde sosyal sorumluluk projelerine önem vermelidirler. Örneğin sunumlarda kullanılan ürünlerin geri

dönüştürülebilir ürünler olması önemlidir. Bunun yanı sıra sivil toplum kuruluşlarıyla olan ilişkilere önem vererek belirli dönemlerde yardım kuruluşlarına yardım yapılmalıdır.

Bu çalışmada Starbucks ve Kahve Dünyasının deneyimsel pazarlama uygulamalarının tüketici tarafından nasıl algılandığı ve memnuniyet ile bağlılıkları üzerine etkisi araştırılmıştır. Yapılacak sonraki çalışmalarda farklı ürün, marka veya hizmetler ele alınarak konu ile ilgili literatürün zenginleşmesine yardımcı olunabilir.

Kaynaklar

- Aksoy, T. (2014). Deneyim Ekonomisi. <http://www.temelaksoy.com/etiket/deneyim/> (Erişim Tarihi: 07/11/2013)
- Akyıldız, M. (2010). Boş Zaman Pazarlamasında Deneyimsel Boyutlar: 2009 Rock'n Cok Festivali Katılımcılarına Yönelik Bir Araştırma (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Baum, T. (2006). "Reflections on The Nature of Skills in The Experience Economy: Challenging Traditional Skills Models Hospitality" [Deneyim Ekonomisi Yeteneklerinin Doğası Üzerine Düşünceler: Misafirperverlikte Geleneksel Yetenek Modelleri]. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 13 (2), ss. 124-135.
- Bostancı, T. (2007). *Deneyimsel Pazarlama ve Deneyim Yönetiminin Pazarlama Uygulamalarındaki Yeri ve Duygusal Markalama* (Tezsiz Yüksek Lisans Projesi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Pazarlama Programı.
- Dirsehan, T. (2010). Örneklerle Temel Deneyimsel Pazarlama. İstanbul: İkinci Adam Yayınları.
- Genç, B. (2009). Deneyimsel Pazarlamanın Tüketici Satın Alma Kararlarına Etkisi. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Pazarlama Yüksek Lisans Programı.
- Grundey, D. (2008). "The Marketing Philosophy And Challenges For The New Millennium" [Yeni Milenyum için Pazarlama Felsefesi ve Zorluklar]. *Scientific Bulletin – Economic Sciences*, Vol. 9 (15), ss. 139-180.
- Günay, G., N. (2008), Deneyimsel Pazarlama: Süpermarketler Nasıl Deneyim Yaratabilirler?. [Bildiri]. Muhan Soysal (Ed.). *İşletmecilik Konferansı Bildiri Kitapçığı*. 3-6 Eylül 2008, Ankara: ODTÜ Kuzey Kıbrıs Kampüsü. ss. 181-192.
- Haq, F., Wong, H. Y. (2010). "Is spiritual tourism a new strategy for marketing Islam?" [İslam Pazarlamasında Dini Turizm Yeni Bir Strateji mi?]. *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), ss. 136-148.
- Lindstrom, M. (2007). Duyular ve Markalar. Ümit Şensoy (Çev.). İstanbul: Optimist Yayınevi.

- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. O. Akınbay ve D. Kömürcü (Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Odabaşı, Y. (2004). "Müşteri İlişkilerinden Müşteri Deneyimine; Starbucks Fal da Bakar mı?", *Sabah Business*, 22, 12-13, <http://yavuzodabasi.wordpress.com>
- Oral, S., Çelik, A. (2013). "Türkiye'yi Ziyaret Eden Turistlerin Estetik Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma". *İşletme Araştırmaları Dergisi*, ss. 170-190.
- Papatya, N., Papatya, G., Güzel, Ö.F., (2013). "Deneyimsel Değer Yaklaşımında Kritik Değer Sürücüler: Muğla Bölgesinde Faaliyet Gösteren Dört ve Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma". *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9 (19), ss. 87-106.
- Pine, J., Gilmore, J. (1998). *The Experience Economy*, Cambridge: Harvard Business Review Press.
- Pine, J., Gilmore, J. (1999). *The Experience Economy*, Cambridge: Harvard Business Review Press.
- Pine, J., Gilmore, J. (2011). *The Experience Economy*, Cambridge: Harvard Business Review Press.
- Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act and Relate to Your Company and Brands*. New York: The Free Press.
- Verheof, P.C., Lemon, K.N., Parasuraman, A., Roggeveen, A., Tsiros, M., Schlesinger, L.A. (2009). "Customer Experience Creation: Determinants, Dynamics and Management Strategies" [Müşteri Deneyimi Oluşturma: Belirleyiciler, Dinamikleri ve Yönetim Stratejileri]. *Journal of Retailing*, ss. 85.
- Williams, A. (2006). "Tourism and Hospitality Marketing: Fantasy, Feeling and Fun" [Turizm ve Otelcilik Pazarlaması: Fantaziler, Hisler ve Eğlence]. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18 (6), ss. 482-495.
- Yalçın, M., Çobanoğlu, E. ve Erdoğan, İ. (2008). "Deneyimsel Perakendecilik: İstanbul'daki Yapı Market/Ev Gelişim Perakendecilerinde Bir Uygulama" [Bildiri]. Prof. Dr. M. Şükrü Akdoğan (Ed.). 13. Ulusal Pazarlama Kongresi: "Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar Bildirileri. 25-29 Ekim 2008, Nevşehir: M Grup Matbaacılık San. Tic. A.Ş., ss. 82-89.
- Yuan, Y.H., Wu, C.K. (2008). "Relationships Among Experiential Marketing Experiential Value and Customer Satisfaction" [Deneyimsel Pazarlamada Müşteri Memnuniyeti ve Deneyimsel Değer Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesi]. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 32(3), ss. 387-389.

**CONSTRUCTION INDUSTRY IN TURKEY: AN INPUT-OUTPUT
ANALYSIS USING THE WORLD INPUT-OUTPUT DATABASE
(WIOD) FOR THE 2002-2011 PERIODS***

*Zafer Barış GÜL***

Alınış Tarihi: 13 Mayıs 2016

Kabul Tarihi: 25 Ekim 2016

Abstract: The construction industry is considered to be one of the main drivers of the overall economy due to its strong inter-industrial linkages. Its backward and forward linkages are ranked to be among the first four out of twenty industries. In many of the developing countries, the growth of the construction industry is used as an instrument to accelerate the overall growth in the economy. Turkish economy witnessed the growth of construction industry as well after 1980s. Two main growth periods, notably 1982-1988 and 2002-2008, in construction industry have been observed since 1980. Between 2002 and 2012, on the average the growth rate of construction industry was about 11.1 percent per year, except for 2008 and 2009, which is almost twice as much of the growth rate of national economy. In this study, the input-output tables constructed by the WIOD Project from 2002 to 2011 are employed and backward-forward linkages and several multipliers are also calculated by using 10 input-output tables. It is aimed to discuss whether the construction industry can be considered as the driver of the economy.

Keywords: Construction industry, input-output analysis, backward-forward linkages, multipliers, Turkey.

**TÜRKİYE'DE İNŞAAT SEKTÖRÜ: 2002-2011 DÖNEMİ İÇİN
DÜNYA GİRDİ-ÇIKTI VERİ TABANI (DGÇV) İLE BİR GİRDİ-ÇIKTI
ANALİZİ**

Öz: İnşaat sektörü, sektörler arası güçlü bağlantıları nedeniyle ekonominin sürükleyici sektörlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Geri ve ileri bağlantıları açısından bakıldığında, inşaat sektörü, dünya genelinde ortalama olarak, 20 sektör içinde ilk 4 sektör arasında yer almaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin birçoğunda inşaat sektöründeki büyüme, ekonomideki büyümeyi hızlandırmada bir araç olarak kullanılmıştır. Türkiye'de 1980 sonrası dönem inşaat sektörü açısından, ilki 1982-1988 ve diğeri de 2002-2008 olmak üzere iki temel büyüme dönemine tanıklık etmiştir. 2002-2012 yılları arasında inşaat sektörünün yüzde 11,1 ile yıllık ortalama büyüme hızı, 2008 ve 2009 yılları hariç, ulusal ekonominin yıllık büyüme hızının yaklaşık iki katı düzeyinde seyretmiştir. Bu çalışmada Dünya Girdi-Çıktı Veri tabanı (DGÇV) projesinden alınan 2002-2011 yılları arası girdi-çıktı tabloları kullanılmıştır. 10 tane girdi-çıktı tablosundan ileri ve geri bağlantılar ile çeşitli çarpanlar hesaplanmıştır. Çalışmanın amacı, mevcut veriler ışığında, inşaat sektörünün ekonominin sürükleyici bir sektörü olarak görülebilme ihtimalini tartışmaktır.

Anahtar Kelimeler: İnşaat sektörü, girdi-çıktı analizi, geri-ileri bağlantılar, çarpanlar, Türkiye.

** Dr. Akdeniz University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics.

I. Introduction

Construction industry is considered to be one of the main sectors to contribute economic development especially for developing countries in terms of providing infrastructure and housing investments. Studies on the construction industry and its relation to economic development were specifically introduced with the works of Duccio Turin (1969) and Paul Strassmann (1970: 391-409) in the late 1960s and 1970s. They found that there is a strong relationship between the per capita Construction Value Added (CVA) and per capita Gross Domestic Product (GDP). The share of CVA in GDP increases as per capita GDP increases (Lewis, 2009: 37; Giang and Pheng, 2011: 119). Besides, Strassmann (1970: 395) pointed out that construction had overtaken manufacturing as a driving force for economic growth in countries that had begun the process of economic development (Lewis, 2009: 38).

The theoretical explanation about the relationship between growth of construction industry and economic development stages is known as the “Bon Curve” which is exposed by Ranko Bon. Bon (1992: 119-128) investigated the role of construction industry at different stages of economic development and presented a development pattern for the industry, based on the stage of development of a country’s economy (Ruddock and Lopes, 2006: 717). According to the Bon’s analysis, in the early stages of economic development the share of construction in the economy increases but ultimately decreases when the economy reaches a certain higher level that is represented by the industrially advanced countries. Tan (2002: 593-599) explains this phenomenon depicted as the inverted-U shape as follows: “In low income countries (L), construction output is low. As industrialization proceeds, factories, offices, infrastructure and houses are required, and construction output as a percentage of gross domestic product (GDP) reaches a peak in middle-income countries (M). It then tapers off in high income countries (H) as the infrastructure becomes more developed and housing shortages are less severe or are eliminated.” More recent studies have verified this phenomenon that is summarized as declining the construction share of GDP after a certain level of economic development (Lewis, 2009: 39). Another important point is the share of construction industry in the total investment within the context of national accounts. Lewis (2009: 47) reported that construction sector historically had accounted for around 50 percent of a country’s Gross Fixed Capital Formation (GFCF). Nowadays these figures are around 26 and 23 percent for the developed and developing countries respectively.

In this paper, it is aimed to explore the structure of construction industry in the input-output framework and to reveal the changing trends in construction sector based on inter-industrial linkages for the post 2002 period. For this purpose, the input-output tables constructed in the WIOD Project are employed from 2002 to 2011 for Turkey. For this period, backward and forward linkages on the one hand and on the other hand input, output, income, employment and

type II multipliers are calculated by using 10 input-output tables. The motivation of this analysis is to understand whether construction industry can be considered as the main driver industry to solve the structural problems of Turkish economy.

The paper is designed as follows. First of all, some basic observations within the construction industry over the last 10 years are summarized. Thereafter literature review is presented. Literature review is especially devoted to the studies using Input-Output (IO) framework to analyze construction industry. In the following section, data and methodology are introduced. In this part, it will be focused on the data which is used and how to operationalize data to calculate backward and forward linkages and multipliers mentioned above. Lastly, empirical findings are analyzed and discussed to conclude about the place of construction industry in the overall economy.

II. Construction Industry in Turkey

Turkish economy witnessed the growth of construction industry after the neoliberal transformation in 1980s. When the development of construction industry is considered after the period of 1980, there have been two growth periods one of which is in 1980s and the other is in 2000s. In the first growth period of 1982-1988, the share of construction investment in GDP rose up to 7.3 percent in 1987 from 5.2 percent in 1982. The share of CVA in GDP peaked in 1987. The second growth period began in 2002 and continued until 2008. The growth process was interrupted by the global economic crisis in 2008 and 2009, but growth inclination in construction industry in Turkey maintained its position in the economy (Balaban, 2011: 21-22).

Between 2002 and 2012, on the average the growth rate of construction industry was about 11.1 percent per year, except for 2008 and 2009, which is almost twice as much of the growth rate of national economy. Figure 1 shows the annual growth rate of value added, investment in construction industry and GDP.

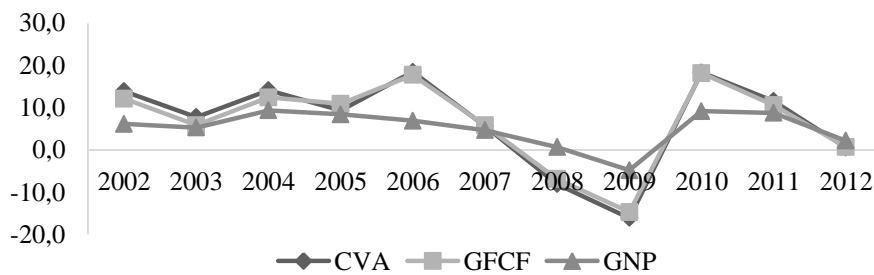


Figure 1. Growth rate of CVA, Construction GFCF and GDP

(Source: Turkish Statistical Institute (TSI))

According to Figure 1, growth paths of CVA and GFCF of construction industry are quite similar. Another observation is that except for 2005-2006 there has been a very similar trend between the growth rates of construction industry (CVA) and overall economy (The ups and downs in the construction growth seem to be sharper compared to overall growth, which is expected as the overall growth might be smoothed by some industries). This indicates that there is a fairly direct relationship between the level of activity in construction industry and the economy as a whole but we cannot tell the direction of causality relationship. Important question: which is the driver and which is the follower?

In order to determine the direction of causality, the cumulative experience function can be used to provide non-parametric evidence on the direction of causality between two variables (Lewis, 2009: 53-54).

$$\text{Cum exp } x = \sum_{i=t_0}^t x_t / \sum_{i=t_0}^{t_1} x_t \quad (1)$$

Equation 1 gives the formal illustration of a cumulative experience (cumexp) function for a variable x , where t_0 and t_1 are the initial and end years of the data period and t is the current time period. Figure 2 corresponds the illustration of cumexp functions of CVA and GDP at fixed prices.

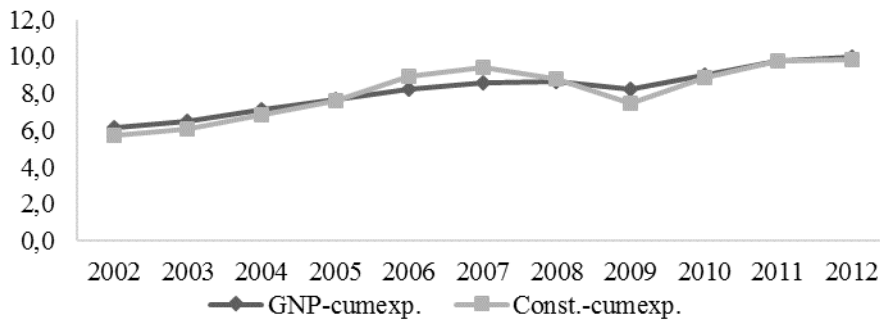


Figure 2. A Cumulative Experience Function

(Source: Adapted from Lewis (2009) and calculated using TSI data)

Three phases can be underlined in this period. From 2002 to 2005 and 2008-2010 period, the value added of the construction industry was led by that of the overall macro economy. On the other hand, the construction industry drove the whole economy between 2005 and 2008. After the year 2010 construction sector and economy moved together.

The other important dimension of construction industry is the place of construction in the investment capacity of an economy. The share of construction's GFCF in total investment in Turkish economy is 43 per cent on average. This is absolutely an important figure considering the importance of the investment capacity of construction industry and to comprehend the capital accumulation strategy of Turkey based on construction industry for the last decade. Fig. 3 shows the relationship between the growth of construction

investment and GDP by using the disaggregated graphs of the total investment in construction industry with respect to the sources as public and private sectors (The separation of GFCF in construction industry as public and private can help to understand which one is more dominant for capital accumulation and growth rate of the economy) and also providing the GDP.

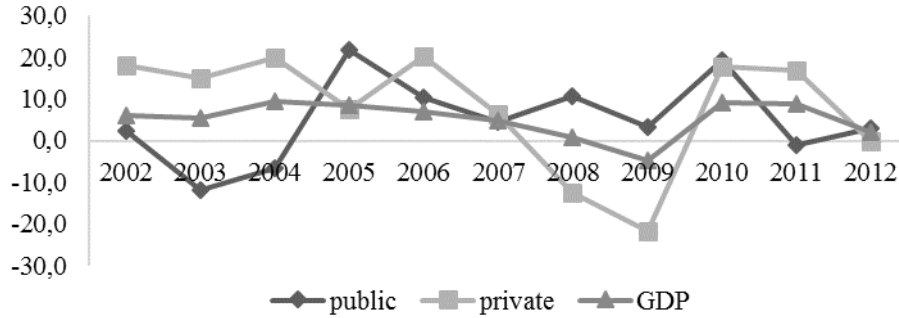


Figure 3. The growth of public-private investments in construction industry and GDP

(Source: TSI)

There has been a more one-to-one relationship between growth of private investment in construction and GDP but public investment expenditures in construction sector in some years falls apart from the main trend (between 2004-05; 2007-08; 2010-12). It might be said that in these years public investment expenditures in construction industry are used as an instrument to trigger the economic growth but probably private investment expenditures are triggered by the overall growth.

Until the 2008 global crisis, construction employment share in total employment has been below the share of CVA in GDP. After the recovery, while CVA has been going down, employment in construction industry hold its position. This might be interpreted that the elasticity of employment according to production is low (Şenesen, etc., 2013: 28).

Governments support the growth of construction industry both by directly investing and implementing policies for the development of infrastructure using legal arrangements for the both growth periods of construction industry in Turkey (Penpecioglu, 2011: 66-68). Especially for the 2002-2012 period, it can be obviously stated that basic capital accumulation strategy of the state was based on the growth of construction industry in Turkey.

III. Literature Review

There has been a vast amount of literature concerning the construction industry and its relation to the economy as a whole from both the narrow aspect which focuses only on construction industry and economic growth, and from the broader perspective relevant to investigation of construction industry within the development context (Giang and Pheng, 2011: 119). Besides, the studies on

IO analyses of construction industry take up considerably and could not be underestimated in the literature.

In this section, after mentioning various descriptive studies based on the observations of macroeconomic and sectoral indicators briefly, we will especially pay attention to IO analysis of the construction industry in the world. Covering 7 developed and 18 developing countries (*Developed Countries*: UK, Japan, France, Germany, Canada, USA, Norway; *Developing Countries*: Afghanistan, India, Kenya, Pakistan, Sri Lanka, Philippines, Nigeria, Thailand, Colombia, Ecuador, Paraguay, Mexico, Greece, Guyana, Jamaica, Trinidad and Tobago, Turkey, Czech Republic) and using the construction output, GDP and GFCF of construction industry data based on the United Nations Statistics Division for the period of 1970-2006, Lewis (2009: 55) revealed that as an economy develops, construction industry loses its importance in the economy. In the early stages of development, construction can be responsible for a large part of all economic activity, and can play a significant role in modernization.

Another comprehensive study is about the investment in construction and economic growth by Lopes (2009: 94-112). The indicator used as a proxy for construction investment is CVA and the main indicator of economic activity is GDP. Three main indicators ranking as GDP, GFCF and CVA are used in this analysis and data are adapted from United Nations Yearbook of National Accounts Statistics and World Bank. Data comprise 93 countries disaggregated into three subgroups as the low, middle and high-income countries. In order to give a general picture of different regions of the world, these three groups were divided into eight additional subgroups according to the World Bank nomenclature of world sub-regions. The analysis suggests that the share of construction in gross output tends to increase with the level of per capita income in the first stages of economic development. With the certain level of economic development, the construction output will grow slower than the GDP. That is, it decreases relatively but not absolutely. It is reasonable to conclude that when the countries enter into a period of sustained economic growth, the construction output tends to grow with the same rate of growth of that of the GDP.

The study of Ruddock and Lopes (2006: 717-723) which used the dataset of gross value added (GVA) in construction and GDP per capita adapted from United Nations to analyze the relationship between a country's level of construction activity and its stage of economic development for 75 countries, demonstrates that the inverse U-shaped pattern holds for the share of construction in the national economy. That is, the share of construction in total output first rises up and then decreases with economic development.

IO analysis reveals the interconnections of the industries in an economy and provides useful insights as to whether this sector is a driving force of economic growth in both developed and developing countries. Construction can be divided into subsectors as "new construction" and "maintenance and repair (M&R)" (New construction includes private and public new buildings addition and alterations

that increase the stock of constructed facilities. Maintenance and Repair (M&R) comprises restoration and upkeeping expenses of existing capital stock performed also on own account) (Gregori, 2009: 72). In the literature, construction industry is considered to be one of the main drivers of the overall economy due to its strong inter-industrial linkages. In general, its backward and forward linkages are ranked to be among the first four out of twenty industries (Balaban, 2011: 19; Giang and Pheng, 2011: 119-120). In the demand side, the construction activity induces growth through the use of large amounts of intermediate inputs from other industries while on the supply side it provides basic infrastructure that is required for production of any goods and services. On the other hand, the construction industry also has a significant impact on level of employment, particularly unskilled labor force, as it is a highly labor-intensive industry.

In general, IO analyses of the construction industry point out that the indicators of forward linkages are relatively less extensive than backward linkages (Bon and Pietroforte, 1990: 240; Giang and Pheng, 2011: 121-122). But when focusing on developed countries, the pull effects of the sector as revealed by backward linkage indicators such as output multiplier seem relatively weak by comparison with the push effects represented by forward linkage indicators in the economy (Pietroforte and Gregori, 2003: 323-325). Many studies on the IO analyses of construction industry in developing countries emphasize those backward linkage indicators that can be summarized as the pull effects of this industry become more significant than push effects of that (Bon, et.al. 1999:544; Wu and Zhang, 2005: 907-910; Kofoworola and Gheewala, 2008: 1234-1236).

In Turkey, the studies using IO tables to analyze construction industry has been limited because of the backdated IO tables used until recently. (Turkish Statistics Institute (TSI) published the last IO table for 2002 in 2008) Nevertheless a number of studies revealed that the industry had strong backward linkages with the rest of the economy, but forward linkages were weak and so far unpromising. From the theoretical explanation of the sectoral importance of an industry, if any sector can be considered as a driving force of an economy, it should have strong linkages in both backward and forward directions. In this case, according to the studies, construction industry cannot be termed as dynamic leading industry in the economy (Bon, et.al. 1999: 545-547; Türkiye Kalkınma Bankası, 2008: 7-8; Gündeş, 2011: 67). Looking from the bright side of the industry, about 93 percent of the production of construction industry is produced by domestic input. At the same time, there is no capital outflow to the rest of the world via the profit transfer in the construction industry (Türkiye Kalkınma Bankası, 2008: 11-12). These two observations point out that the construction industry might relieve the burden of current account deficit to the economy.

IV. Data and Methodology

Two shortcomings can be articulated with regard to existing input-output tables in Turkey. First of all the industrial classification in various I-O tables is not homogenous. Secondly the last one belongs to year 2002 which is quite backdated. (Officially, there are six input-output tables (1973, 1979, 1985, 1990, 1998 and 2002) published by the Turkish Statistics Institute (TSI) and the important part of them were compiled and calculated in different methods) For this reason, rather than using the latest I-O table developed by the Turkish Statistics Institute in 2002, the analyses in this study are carried out by employing the period 2002-2011 input-output matrices of Turkey which are prepared and organized by the World Input-Output Database (WIOD) (The World Input-Output Database has been developed to analyse the effects of globalization n trade patterns, environmental pressures and socio-economic development across a wide set of countries. The database covers 27 European Union (EU) countries and 13 other major countries in the world from 1995 to 2011. For more detailed information, look at Timmer (ed.) (2012)). In the original I-Os there are 35 industries and in this research, those are aggregated into 18 industries. The organization of industries used for input-output tables can be seen the table below.

Table 1: Industrial Concordance Table

1	Agriculture, Hunting, Forestry and Fishing	1	1	Agriculture, Hunting, Forestry and Fishing
2	Mining and Quarrying	2	2	Mining and Quarrying
3	Food, Beverages and Tobacco	3+4+5+6+7+16	3	Manufacturing
4	Textiles and Textile Products	8+17	4	Energy supply/distribution
5	Leather, Leather and Footwear	9	5	Chemicals and Chemical Products
6	Wood and Products of Wood and Cork	10	6	Rubber and Plastics
7	Pulp, Paper, Paper, Printing and Publishing	11	7	Other Non-Metallic Mineral
8	Coke, Refined Petroleum and Nuclear Fuel	12	8	Basic Metals and Fabricated Metal
9	Chemicals and Chemical Products	13+14+15	9	All sorts of machinery
10	Rubber and Plastics	18	10	Construction
11	Other Non-Metallic Mineral	19+20+21+22	11	Trade
12	Basic Metals and Fabricated Metal	23	12	Inland transport
13	Machinery, Nec	24+25+26	13	Other transport
14	Electrical and Optical Equipment	28	14	Financial Intermediation
15	Transport Equipment	29	15	Real Estate Activities
16	Manufacturing, Nec; Recycling	30	16	Renting of M&Eq and Other Business Activities
17	Electricity, Gas and Water Supply	31	17	Public Admin and Defence; Compulsory Social Security
18	Construction	32+33+34+35+27	18	Other services
19	Sale, Maintenance and Repair of Motor Vehicles and Motorcycles; Retail Sale of Fuel			
20	Wholesale Trade and Commission Trade, Except of Motor Vehicles and Motorcycles			
21	Retail Trade, Except of Motor Vehicles and Motorcycles; Repair of Household Goods			
22	Hotels and Restaurants			
23	Inland Transport			
24	Water Transport			
25	Air Transport			
26	Other Supporting and Auxiliary Transport Activities; Activities of Travel Agencies			
27	Post and Telecommunications			
28	Financial Intermediation			
29	Real Estate Activities			
30	Renting of M&Eq and Other Business Activities			
31	Public Admin and Defence; Compulsory Social Security			
32	Education			
33	Health and Social Work			
34	Other Community, Social and Personal Services			
35	Private Households with Employed Persons			

Backward and forward linkage coefficients, simple input and output multipliers, then truncated output, employment, income, and type II multipliers for both employment and income-are calculated. Truncated multipliers are based on total multipliers which use the input coefficients matrix closed with respect to households, but they consider only original n sectors by excluding added household sector. One of the reasons why the truncated multipliers are at the core of the analysis is that truncated multipliers give additional induced effects of household income generation through payments for labor services and associated consumer expenditures on goods produced by the various sectors. Whilst simple multipliers generally underestimate economic impacts of final demand increments, total multipliers overestimate. Truncated multipliers stand between these two multipliers and can give moderate estimations.

The backward and forward linkage coefficients (Backward linkage reveals dependency of a sector on inter-industry inputs. Forward linkage denotes other industry's dependency on a sector's output. Backward linkage indicators are essentially the column sums of input coefficient matrix, known as A. Forward linkage indicators are also calculated as the row sums of output coefficient matrix, known as B) are calculated as in equations in order of (2) and (3). BL_C and BL_C^N represents backward and normalized backward linkage coefficients for construction industry respectively. N stands for normalized and is calculated by dividing BL_C to industrial average BL . In a similar way in equation (3), forward (FL_C) and normalized forward linkage (FL_C^N) coefficients for construction industry is calculated.

$$BL_C^N = \frac{BL_C}{(1/n) \sum_{i=1}^n a_{ij} \sum_{j=1}^n a_{ij}} \quad (2)$$

$$FL_C^N = \frac{FL_C}{(1/n) \sum_{i=1}^n b_{ij} \sum_{j=1}^n b_{ij}} \quad (3)$$

The multipliers calculated in this study are given briefly as the table as follows.

Table 2: Multipliers

Multipliers	Demand-driven	Supply-driven
Simple	Output: $m(o)_j = \sum_{i=1}^n l_{ij}$	Input: $m(inp)_i = \sum_{j=1}^n g_{ij}$
Truncated	i) Output: $\bar{m}[o(t)]_j = \sum_{i=1}^n \bar{l}_{ij}$ ii) Employment/Income: $\bar{m}[h(t)]_j = \sum_{i=1}^n a_{n+1,i} \bar{l}_{ij}$ iii) Type II: $m[h(t)]_j^{II} = \frac{\bar{m}[h(t)]_j}{a_{n+1,j}}$	

Source: Miller and Blair, 2009:245-259

Simple multipliers (Simple multipliers are only calculated for making a comparison between output and input multipliers. The principal multipliers for the analyses are truncated multipliers.) are obtained from Leontief and Ghoshian inverse matrices as output and input multipliers respectively. The output multiplier of sector j is the sum of the column j of the Leontief inverse matrix which indicates the total value of production in all sectors of the economy that is necessary in order to satisfy a monetary units' worth of final demand for sector j 's output (Miller and Blair, 2009: 245). The following equation is the general form of output multipliers:

$$x = L.f \quad (4)$$

where L is the Leontief inverse matrix which is equal to $(I - A)^{-1}$ and f is the vector of final demand. Similarly, input multipliers can be expressed as:

$$x = G.v \quad (5)$$

where G is the Ghoshian inverse matrix which is equal to $(I - B)^{-1}$ and v is the vector of value added. The row sum of the Ghoshian inverse matrix for sector j is defined as the input multiplier of sector j represents the effect on total output throughout all sectors of the economy that would be associated with one monetary unit change in primary inputs for sector j .

Truncated output multipliers are the column sums of augmented Leontief inverse calculated from input coefficients matrix which is closed with respect to household but considers only original n sectors. Truncated employment and income multipliers are also calculated in a similar way. For employment and income multipliers, physical employment coefficients (Physical/person per unit of output) and labor compensation coefficients (Wages earned per unit of output) are multiplied with augmented Leontief inverse respectively. Type II employment and income multipliers are also calculated by dividing total multipliers-based on original n sector- by employment and labor compensation coefficients respectively. Generally, both type I and II multipliers are designated to specify the total employment or income for all sectors of the economy that is necessary in order to satisfy a physical or monetary unit worth of employment or income for one sector. The difference between type I and type II is that type II multiplier uses the total multipliers closed with respect to labor compensation row and household consumption column.

See the table 2 above, l_{ij} and \bar{l}_{ij} are represented by the coefficients of Leontief and augmented Leontief inverse matrices respectively. As mentioned before, augmented Leontief inverse matrix are calculated from the input coefficient matrix closed with respect to household expenditure column and labor compensation row. But, truncated multipliers only take in consideration the original n sector by excluding household sector demonstrated as $n+1$. g_{ij} is the element of Ghoshian inverse matrix obtained from the direct-output coefficient matrix as denoted B where the elements of it are calculated as

dividing each row of inter-industry input matrix by the gross output of the sector associated with that row. At last, $a_{n+1,i}$ can be considered as either monetary (wages earned per unit of output) or physical (employment per unit of labor). In this study, both are used to calculate truncated income and employment multipliers respectively.

V. Empirical Findings

The main objective of this study is to understand how valid is the argument of “*construction industry is the main driving force of the economy especially in developing countries*”, as mentioned in the previous sections, in case of Turkish economy. The implicit idea behind this argument is that in developing countries, investment expenditures in construction industry constitute the main demand that triggers the overall growth in the economy. Therefore, construction industry pulls investment expenditures and creates strong backward linkages rather than putting upward pressure on real estate demand and creating forward linkages as it is expected in developed economies. If the above argument is valid for Turkey then construction industry should be considered strategic and crucial in maintain sustained economic growth.

It is started by looking at the backward and forward linkage coefficients of the construction industry. Table 2 depicts the inter-sectorial dependence by classifying backward and forward linkages.

Table 3: Classification of Backward and Forward Linkages

		Forward Linkage	
		Low (<1)	High (>1)
Backward Linkage	Low (<1)	(I) Generally independent	(II) Dependent on inter-industry demand
	High (>1)	(III) Dependent on inter-industry supply	(IV) Generally dependent

Source: Miller and Blair, 2009:560

In general, sectors are classified as four categories to determine interconnection among sectors as (I) generally, independent of other sectors (both linkage measures less than 1), (II) generally dependent on or connected to other sectors (both linkage measures greater than 1), (III) dependent on inter-industry supply (only backward linkage greater than 1) and (IV) dependent on inter-industry demand (only forward linkage greater than 1) (Miller and Blair, 2009:559-560).

Table 4: Dependency Relationship of All Industries

Generally independent	12 (until 2006), 15,17,18
Dependent on inter-industry demand	1,2,4 (until 2008), 11, 12 (after 2006),14,16,
Dependent on inter-industry supply	3,9,10
Generally dependent	4 (after 2008), 5,6,7,8,13

Source: Adapted from Miller and Blair, 2009: 560

Table 4 is generated based on the backward and forward linkages classification shown in table 3. Generally an independent sector means that the capacity of creating inputs for other industries and using intermediate inputs from other industries are relatively low. Similarly in a dependent sector, the exact opposite situation is valid which means that the capacity of creating inputs for other industries and using intermediate inputs from other industries are relatively high. The sector depends on inter-industry demand indicates the push effects that the forward linkages of the industry are relatively high and the capacity of creating inputs for other industries is higher than using intermediate inputs from other industries. The sector's dependency on inter industry supply points out the pull effects that the backward linkages of the industry are relatively high and using intermediate inputs from other industries are higher than the capacity of creating inputs for other industries.

Table 5: Linkages and Multipliers of Construction Industry*

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Backward L.	1.131	1.131	1.126	1.124	1.124	1.111	0.999	1.020	1.018	1.004
Forward L.	0.194	0.222	0.147	0.135	0.132	0.148	0.149	0.159	0.143	0.121
Output M.	1.791	1.780	1.737	1.734	1.689	1.684	1.713	1.780	1.767	1.708
Input M.	1.127	1.118	1.092	1.084	1.078	1.087	1.094	1.103	1.092	1.074
Truncated Output M.	2.229	2.199	2.151	2.176	2.095	2.098	2.106	2.193	2.163	2.045
Truncated Employment M.	0.064	0.051	0.033	0.032	0.032	0.027	0.023	0.035	0.033	0.038
Truncated Income M.	0.297	0.288	0.291	0.308	0.287	0.291	0.296	0.307	0.303	0.286
Truncated Type II Employment M.	1.386	1.099	0.726	0.684	0.702	0.584	0.506	0.753	0.711	0.824
Truncated Type II Income M.	2.570	2.491	2.516	2.667	2.487	2.523	2.561	2.661	2.621	2.473

*: L: Linkages, M: Multipliers

Table 5 shows all the calculated indicators in this study. When the table 4 and 5 are considered together, the construction industry-labelled as 10-can be

described as the sector which has relatively strong backward linkages. According to the annual average of 2002-2011 period, the construction industry is ranked the 8th and 17th among the 18 industries in terms of backward and forward linkage indicators respectively. Output and input multipliers are also ranked as the same rows with the backward and forward linkages. Taking into consideration the truncated multipliers, output, employment, income, type II employment and type II income multipliers are ranked 11th, 3th, 12th, 17th and 9th among the 18 industries respectively. Truncated multipliers are interpreted as the total multipliers by adding the household's expenditure and income effects. In this regard, the indirect and induced effects push back the output multiplier to 11th place.

One of the notable information is that the employment creation impact of the construction industry by considering the interpretation of the truncated output multipliers is ranked to be the 3th out of 18 industries which is a considerable indicator of employment stimulation capacity peculiar to the construction industry. On the other side, income creation impact of the construction industry is relatively weak by comparison with the employment impact because of the fact that the income multipliers of the construction industry ranked to be the 12th out of 18 industries.

Type II employment and income multipliers can be defined as the total employment and income in all sectors of the economy that is necessary in order to satisfy one person employment and a monetary unit's worth of income of the construction industry respectively. The relative place of the construction industry in terms of the truncated type II employment multipliers is 17th out of 18 industries. Employment and type II employment multipliers are taken together, the relative places of these multipliers obviously reveal that the employment creation capacity of the construction industry in relation to increase its final demand indisputably preponderate over the other industries. The type II employment multipliers' 17th place among 18 industries means that the other industries' employment creation capacities in order to satisfy one person employment in the construction industry are overwhelmingly weak. This can be interpreted that the employment can be served easily to satisfy the final demand of the construction industry, but no need to create such a big value added by the other sectors to generate employment in the construction industry.

Linkages and multipliers' trends of the construction industry have been shown on figure 4 as follows. The backward linkage indicators and output multipliers seem to be steady between 2002 and 2007. Whilst the backward linkage indicators slightly decrease, the output multipliers increase after 2007. Besides, forward linkage indicators of the construction industry start to increase from 2002 to 2003 and decrease from 2003 to 2004. After 2004 period, they show relative stability for which the values range from 0,147 in 2004 to 0,121 in 2011. Input multipliers of the construction industry also show the stability around 1,100 values during the 2002-2011 periods. Low levels of forward

linkage indicators reveal that the most of the output produced by the construction industry goes to satisfy final' rather than intermediate demands.

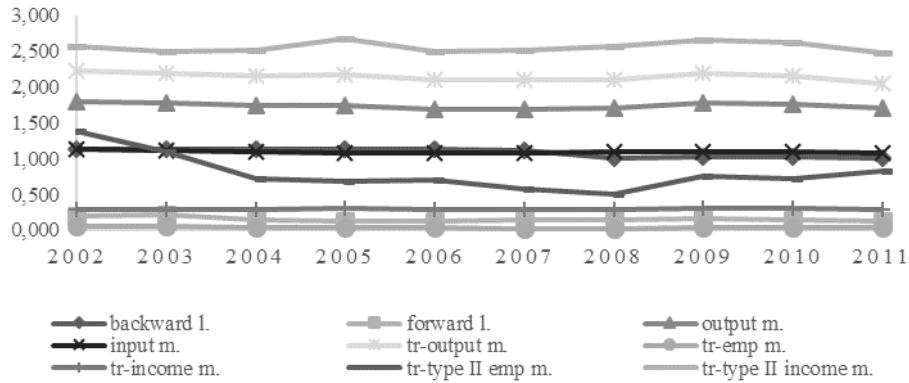


Figure 4. Linkages and Multipliers' trends of the Construction Industry (l: linkages; m: multipliers)

From the figure 4, truncated income and employment multipliers remain their position steady throughout the period in comparison with the other indicators. In particular, truncated type II income and employment multipliers fluctuate toward upward and downward directions respectively. Truncated type II employment multipliers show a falling tendency until 2008. After this period, they are slightly rising up. When the trends and relative positions of the indicators mentioned in the article are gathered, it can be stated that the employment stimulation effect of the construction industry originated from its own industrial capacity is lower than the employment creation impact of the construction industry originated from its final demand. This indicates that the construction industry is much more depended to its final demand and also sensitive to its final demand changes.

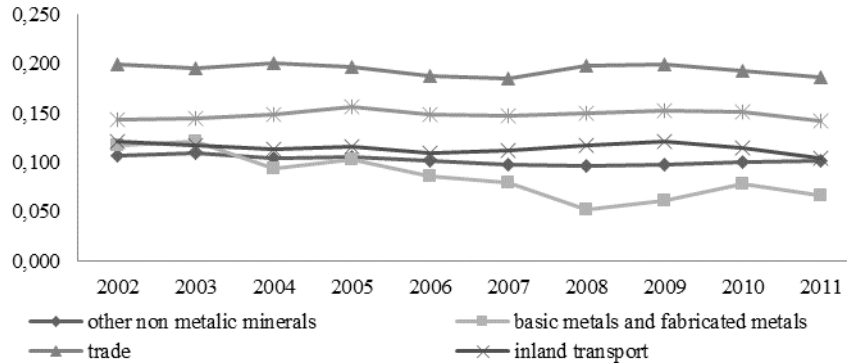


Figure 5. Total multipliers of the industries in connection with the final demand of construction industry

Figure 5 shows the changes in total multipliers of the first five industries which provide inputs most. In the simplest term, these multipliers are the elements of the augmented Leontief inverse matrix in which the industries that provide inputs to the construction industry are on the rows and the construction industry is on the column. Actually the multiplier mentioned in figure 5 is the output of an industry that is necessary in order to satisfy one monetary unit worth of final demand for the construction industry. From this viewpoint, except the basic metals and fabricated metals industry, all the industries can be considered as stable around their own mean values.

According to figure 5, the multipliers represented by the outputs of the basic metals and fabricated metals in response to increase in the final demand of the construction industry show the downward tendency throughout the periods generally. From 2002 to 2008, the figures belong to the mentioned industry gradually decrease. Between 2008 and 2010, they have an upward position then, after 2010 they slightly go down. In other respects, the basic metals and fabricated metals is the most import-dependent industry among the 18 industries in terms of using the imported inputs. The considerable usage of imported inputs in the basic metals and fabricated metals industry may cause the multiplier be underestimated due to the fact that the augmented Leontief inverse matrix only reflects the usage of domestic inputs.

VI. Conclusions

The main point of this study is to reveal whether construction industry in Turkey is the main driver of the overall economy as it is in most of the developing countries. According to some observations between 2002 and 2012, the growth rate of construction industry was about 11.1 per cent per year on average, except for 2008 and 2009, which is almost twice as much of the growth rate of the national economy. Another important observation from the analysis

defined as the cumulative experience function indicates that the national economy drives the construction industry in almost two thirds of the period under review. One of the impressive results from the empirical data in the same period is that the public investment expenditures in construction industry are used as an instrument to trigger the economic growth but the private investment expenditures are triggered by the overall growth of the economy. The input-output analysis also gives some objective insights about the relative place of the construction industry among all industries that cover the economy. The forward linkage coefficients present that the contribution of the construction industry in terms of creating inputs for other industries is quite low while the industry has stronger backward linkages. According to the linkage coefficients and multipliers, employment creation capacity of the construction industry is remarkably high but its income creation impact is highly weak. The findings from the multiplier analysis also underline that the employment stimulation effect of the construction industry overall the economy with respect to its final demand is highly strong but other industries' employment capacity to create the employment in the construction industry is conspicuously low. This point can be attractive for the policy makers in terms of using the construction industry to struggle with the unemployment. As a consequence, the construction industry in Turkey plays a significant role in the economy especially when it is brought into forefront by policies. However, if its comparative position in domestic economy is analyzed and if its role in other developing economies is considered, we may say that the industry's contribution is far from expected.

References

- Balaban, O. (2011). "İnşaat Sektörü Neyin Lokomotifi?", *Birikim*, 270, p. 19-26.
- Bon, R. (1992). "The Future of International Construction: Secular Patterns of Growth and Decline", *Habitat International*, 16(3), p. 119-128.
- Bon, R. and Pietroforte, R. (1990). "Historical Comparison of Construction Sector in the US, Japan, Italy and Finland Using Input-Output Tables", *Construction Management and Economics*, 8(3), p. 233-247.
- Bon, R., Birgönül, T. and Özdoğan, İ. (1999). "An Input-Output Analysis of the Turkish Construction Sector, 1973-1990: A Note", *Construction Management and Economics*, 17(5), p. 543-551.
- Giang, D. T. H. and Pheng, L. S. (2011). "Role of Construction in Economic Development: Review of Key Concepts in the Past 40 Years", *Habitat International*, 35, p. 118-125.
- Gregori, T. (2009), "Input-Output Techniques Applied to Construction", L. Ruddock (Ed.), *Economics for the Modern Built Environment*, New York: Taylor and Francis, p. 60-78

- Gündeş, S. (2011). "Exploring the Dynamics of The Turkish Construction Industry Using Input-Output Analysis", *Construction Management and Economics*, 29(1), p. 59-68.
- Kofoworola, O. F. and Gheewala, S. (2008). "An Input-Output Analysis of Thailand's Construction Sector", *Construction Management and Economics*, 26(11), p. 1227-1240.
- Lewis, T. M. (2009), "Quantifying the GDP-Construction Relationship", L. Ruddock (Ed.), *Economics for the Modern Built Environment*, New York: Taylor and Francis, p. 34-59.
- Lopes, J. (2009), "Investment in Construction and Economic Growth: A Long Term Perspective", L. Ruddock (Ed.), *Economics for the Modern Built Environment*, New York: Taylor and Francis, p. 94-112
- Miller, R. E. and Blair, D. P. (2009). *Input-Output Analysis: Foundations and Extensions*, Second Edition, Cambridge University Press, New York:
- Penpecioglu, M. (2011). "Kapitalist Kentleşme Dinamiklerinin Türkiye'deki son 10 Yılı: Yapılı Çevre Üretimi, Devlet ve Büyük Ölçekli Kentsel Projeler", *Birikim*, 270, p. 62-73.
- Pietroforte, R. and Gregori, T. (2003). "An Input-Output Analysis of the Construction Sector in Highly Developed Economies", *Construction Management and Economics*, 21(3), p. 319-327.
- Ruddock, L., & Lopes, J. (2006). "The Construction Sector and Economic Development: the 'Bon Curve'", *Construction Management and Economics*, 24(7), p. 717-723.
- Strassmann, P. (1970). "The Construction Sector in Economic Development", *Scottish Journal of Political Economy*, 17(3), p. 391-409.
- Tan, W. (2002). "Construction And Economic Development In Selected LDCs: Past, Present and Future", *Construction Management and Economics*, 20(7), p. 593-599.
- Timmer, M. P. (2012). "The World Input-Output Database (WIOD): Contents, Sources and Methods", *WIOD Working Paper*, 10, p. 1-73.
- Turin, D. A. (1969). *Industrialization of Developing Countries: Problems and Prospects-Construction Industry*, UNIDO monograph No.2: New York.
- Türkiye Kalkınma Bankası, (2008). "Türkiye'de İnşaat Sektörü Üzerine bir Değerlendirme", *Türkiye Kalkınma Bankası Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü*, Ankara.
- Wu, X. and Zhang, Z. (2005). "Input-Output Analysis of the Chinese Construction Sector", *Construction Management and Economics*, 23(9), p. 905-912.
- <http://www.uis.unesco.org/Pages/international-standard-classification-of-education.aspx>.
- www.tuik.gov.tr.
- www.wiod.org.

İÇGÜDÜSEL ALIMLARDAN SONRA MEYDANA GELEN NEGATİF ÖZ BİLİNÇ DUYGULARI *

*Hatice AYDIN**
Sevtap ÜNAL****

Alınış Tarihi: 25 Haziran 2016

Kabul Tarihi: 03 Aralık 2016

Öz: Utanç ve suçluluk duyguları, içgüdüsel alımlardan sonra meydana gelen negatif öz bilinç duygularıdır. Bu duygular tüketicinin yeniden satın alma davranışlarını etkilemektedir. Bu çalışmanın amacı içgüdüsel alımların utanç ve suçluluk duygularına ve bu duyguların yeniden satın alma niyetine etkisini belirlemektir. Bu amaçla İstanbul ve Marmara Üniversitesi öğrencilerine anket çalışması yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre içgüdüsel alımların utanç ve suçluluk duygularına; bu duyguların da yeniden satın alma niyetlerine etkisi istatistiksel olarak anlamlıdır. Ayrıca içgüdüsel alımlardan sonra tüketicilerin daha çok suçluluk duymalarına rağmen yeniden satın alma niyetleri üzerinde utanç duygusunun etkisinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İçgüdüsel Alımlar, Tüketici Suçluluğu, Tüketici Utancı, Yeniden Satın alma Niyeti.

A STUDY ON CONSUMERS' GUILT AND SHAME AFTER IMPULSE BUYING

Abstract: Guilt and shame are negative self-consciousness emotions which occur after impulse buying behavior. These emotions effect consumers' repurchase intentions. The aim of this study is to determine the effect of impulse buying on guilt and shame and emotions on repurchase intention. In this direction, a survey was carried out on the students at İstanbul and Marmara Universities. According to the survey results, the effect of the impulse buying on guilt and shame and the effect of these emotions on repurchase intention are statistically significant. Also it has been determined that although consumers feel guiltier after impulse buying, shame is more effective on repurchase intention than guilt.

Keywords: Impulse Buying, Consumer Guilt, Consumer Shame, Repurchase Intention.

I. Giriş

Suçluluk ve utanç duyguları, tüketicilerin tutum ve davranışlarını etkileyen negatif öz bilinç duygularıdır. Tüketim açısından suçluluk duygusu, tüketicinin duyduğu pişmanlığın etkisi ile meydana gelen bir duygudur. Pişmanlık ise, tüketicinin satın alma imkânı olduğu halde kaçırdığı fırsatlardan ya da yapmaması gereken bir satın alma davranışından dolayı ortaya

*Bu çalışma Hatice Aydın'ın "İçgüdüsel Alımlarda Tüketici Suçluluğu ve Utancı ile Başa Çıkma Stratejilerinin Değerlendirilmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma" adlı doktora tezinden türetilmiştir.

** Yrd. Doç. Dr. Muş Alparslan Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü.

*** Prof. Dr. Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü.

çıkılmaktadır. Dolayısıyla suçluluk duygusu tüketicinin sergilediği bir davranış hakkındaki olumsuz değerlendirmeleridir. Utanç duygusu ise genellikle özel bir başarısızlığa verilen bir tepki olup, genellikle kişisel standartların ihlali veya standartlara uymadaki başarısızlık sonucu meydana gelmektedir. Bu duygular düşünce ve davranışları anlamlandırmada önemli bir role sahiptirler. Ancak pazarlama literatüründe çok net açıklanamayan duygulardır. Meydana gelmelerinde etkili olan birçok faktör bulunmakla beraber içgüdüsel alışveriş en önemli faktörlerden biridir. İçgüdüsel alımlar tüketicinin kontrol altına alamadıkları ve sonuçlarına dikkat etmedikleri alımlardır. İçgüdüsel alışveriş sonucunda bir süre heyecan ve zevk alma gibi duygular hissedilmesine rağmen bu duygular zamanla yerini pişmanlık, duygu karmaşası ve toplum tarafından yargılanma endişesi gibi negatif duygulara bırakmaktadır. Tüketiciler bu duygulara bir daha kapılmamak için gelecekte bu tarz alımlar yapmamaya özen göstermektedirler. Dolayısıyla bu duygular yeniden satın alma davranışını olumsuz etkileyebilmektedir.

Tüketicinin düşünce ve davranışlarının düzenleyicisi olan bu duyguların satın alma karar sürecinde önemli etkilerinin bulunması nedeniyle çalışmada içgüdüsel alımların suçluluk ve utanç duygularına ve bu duyguların yeniden satın alma niyetine etkisini belirlemek amaçlanmıştır. Bu amaçla İstanbul ve Marmara Üniversitelerinde öğrenim gören öğrencilere anket uygulanmıştır. Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ilk kısmında negatif öz bilinç duyguları olarak ifade edilen utanç ve suçluluk duyguları ile ilgili literatüre; ikinci kısımda analiz sonuçlarına ve son kısımda ise elde edilen bulgular doğrultusunda yapılan yorumlara ve çeşitli önerilere yer verilmiştir.

II. Literatür ve Hipotezler

A. Negatif Öz Bilinç Duyguları

Duygular gerek psikoloji gerekse pazarlama literatürü açısından; farklı duygular, birincil duygular ve tüketim duyguları şeklinde sınıflandırılmaktadır. Ancak negatif öz bilinç duyguları sınıflandırmasının özellikle pazarlama literatüründe ihmal edildiği düşünülmektedir (Yi, 2012: 393). Öz bilinç duyguları temel duyguların özel bir kategorisi olup kişinin benliği ile ilgili duygular olarak ifade edilmektedir. Ancak bu duygular birçok açıdan temel duygulardan farklılık göstermektedir. Bu farklılıklardan biri, öz bilinç duygularının bireyin benlik değerlendirmesini ve benlik farkındalığını içermesidir. Negatif öz bilinç duyguları temel duygulara göre kişiliğin daha geç dönemlerinde oluşmakta ve bireyler arası ilişkileri yansıtmaktadır (Tracy ve diğ., 2007: 106). Ayrıca temel duygular öz bilinç duygularını da içermektedir. Temel duygulardan olan “üzüntü” duygusu, öz bilinç duygularından olan “utanç” duygusunu içerdiği gibi temel duygulardan olan “neşe” duygusu da öz bilinç duygularından “gurur” duygusunu içermektedir (Tracy ve diğ., 2007: 4). Negatif öz bilinç duygularının temel duygulara göre daha karmaşık duygular olduğu düşünülmektedir (Smith ve Dianal, 2012: 32). Bu duygular utanç,

suçluluk ve kınanma gibi negatif; gurur gibi pozitif duygular olmak üzere iki gruptan oluşmaktadır (Tangney ve diğ., 2007). Suçluluk ve utanç duyguları birbirlerine çok fazla karıştırılan negatif öz bilinç duygularıdır. Suçluluk, tüketicinin satın alma ya da almama eyleminden dolayı duyduğu pişmanlığın etkisi ile yaşanmaktadır (Tracy ve diğ., 2007). Utanç ise insanların kendisine ve başkalarına karşı kusurlarının olduğunu düşünmesi sonucu hissedilmektedir (Tangney ve Dearing, 2002; Lewis, 1971). Bu duygular reklamları izlerken, mağazada zaman geçirirken, satış elemanları ile görüşürken, mağazanın özelliklerini, ürün ya da hizmeti değerlendirirken kısacası tüketicinin hayatının her alanında kendisini göstermektedir (Edell ve Burke, 1987). Dolayısıyla düşünce ve eylemler üzerinde etkiye sahip olup tüketicinin karar vermesine ve önceliklerini belirlemesine yardımcı olmaktadır (Stevens, 1998).

B. İçgüdüsel Alımlar

Olumlu İçgüdüsel alımlar, karşı konulamaz bir dürtüyle yapılan alımlar olup kendini kontrol ve arzular arasında sıkışmış bir eylemdir (Baumeister, 2002: 670). Belirli durum, obje ya da uyarıcılardan etkilenerek yapılan anlık tepkisel satın almalar ve tüketicinin önceden problemi belirlemediği, bilgi toplamadığı, detaylı değerlendirmeye gitmediği alışverişler şeklinde tanımlanmaktadır (Kacen ve Lee, 2002: 164; Villi ve Kayabaşı, 2013: 143). Öncesinde herhangi bir niyet, hatırlatıcı bir unsur ve bilişsel bir çaba olmayıp davranış kendiliğinden gerçekleştiğinden “mantığa dayalı olmayan tepkisel alımlar” şeklinde de ifade edilmektedir (Lin ve Chuang, 2004: 552). Rasyonel olmayan bu tarz alımları müşteriler bazen depresif ruh hallerini düzeltmek, kimliklerini yansıtmak ve eğlenmek için yapabilmektedirler (Verplanken ve Herabadi, 2001: 71). Ancak kişinin kendini sınırlayamadığı bu tarz satın alma davranışı negatif duygulara neden olabilmektedir (Yi ve Baumgartner, 2004: 458). Dolayısıyla tüketiciler bu alımlar sonucunda başkalarına karşı duydukları mahcubiyetten dolayı suçluluk ve utanç gibi negatif duygulara kapılmaktadırlar. İçgüdüsel alımlar sonucu oluşan negatif duygular ise tekrar aynı perakendeci müşterisi olmak, aynı ürünü satın almak ya da tekrar içgüdüsel alışveriş yapma eğiliminde olmak gibi kararları olumsuz etkilemektedir. Olumsuz etkilerinden dolayı tüketicilerin bu tarz alımları azaltmaları pazarlamacıları ve perakendecileri olumsuz etkileyebilmekte ve onları yakından ilgilendirmektedir (Zhang, 2010: 131). Görüldüğü gibi içgüdüsel alımlar sonucunda meydana gelen olumsuz duygular tüketicilerin ve perakendecilerin yaşamlarında son derece etkili ve önemli bir olgudur. Ancak içgüdüsel alımlarla ilgili çalışmalar genellikle içgüdüsel alışverişin öncüllerine yöneliktir. Sonuçları üzerine yapılmış çok fazla çalışma bulunmamaktadır. Oysaki içgüdüsel alımlarla beraber oluşan heyecan zamanla yerini pişmanlık ve duygu karmaşası gibi duygulara da bırakmaktadır (Yi ve Baumgartner, 2011: 458). Tüketiciler satın alma süreçlerinde, satın alma sonrası değerlendirmelerinde ve yeniden satın alma kararı vermelerinde duygulardan etkilendikleri için negatif öz bilinç

duygular tüketici davranışları açısından ele alınması gereken önemli konulardan biridir (Ladhari ve diğ., 2008; Ha ve Lennon, 2010). Öneminden dolayı pazarlama literatüründe duyguları ele alan çalışmaların sayısının son zamanlarda arttığı görülmüştür:

Dedeoğlu ve Kazançoğlu 2010 yılındaki çalışmalarında suçluluğun ölçütlerini ortaya koymaya çalışmışlardır. Sonuçlara göre suçluluğun tereddüt, üzüntü, harcama isteksizliği, pişmanlık ve kendini suçlama şeklinde 5 ölçütü olduğu tespit edilmiştir. Pounders 2011 yılındaki çalışmasında suçluluk ile utanç arasındaki benzerlik ve farklılıkları araştırmıştır. Sonuçlara göre iki duygunun birbirinden farklı olduğu tespit edilmiştir. Yi ve Kanetkar 2011; Lozinski 2011; Jun ve Yeo 2012 yılındaki çalışmalarında kumar kaybı, diyet yapma ve cep telefonu alımları sonucunda yaşanan suçluluk, utanç, öfke ve korku duygularını değerlendirmişlerdir. Sonuçlara göre kumar oynama yoğunluğu ve şiddetinin ve diyet yapmanın daha çok utanç ile ve cep telefonu alımlarından sonra meydana gelen duyguların ise daha çok korku ve öfke ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Yi 2012; Lu ve diğ. 2012 yılındaki çalışmasında takıntılı alımlar, suçluluk ve utanç eğilimi, memnuniyetsizlik, negatif duygular ve yeniden satın alma niyeti arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Sonuçlara göre. memnuniyetsizliğin negatif duygulara, negatif duyguların başa çıkma stratejilerine ve başa çıkma stratejilerinden psikolojik uzaklaşma ve sosyal desteğin yeniden satın alma niyetine etkisinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Dedeoğlu ve Kazançoğlu 2012 yılındaki çalışmalarında pişmanlığın, norm ihlalinin, kendini kontrol başarısızlığının ve hedonik arzuların suçluluğa etkileri araştırılmıştır. Sonuçlara göre eylemsizlik nedeni ile yaşanan pişmanlık, kendini kontrol başarısızlığı ve hedonik tüketimin suçluluğa en çok etki eden faktörlerdir. Hanks ve Mattila 2013 yılındaki çalışmalarında cinsiyet ve ruh halinin finansal suçluluğa ve suçluluğun memnuniyete etkisi araştırılmıştır. Sonuçlara göre kadınların içgüdüsel seyahat alımlarından sonra daha fazla suçluluk hissettikleri ve kötü ruh halindeyken yapılan alımlarda daha çok suçluluk duyulduğu ve satın alma sonrası yaşanan suçluluğun tüketicilerin memnuniyetine negatif etki ettiği tespit edilmiştir.

Literatürden anlaşıldığı gibi yapılan çalışmalar genellikle tüketici suçluluğu gibi duyguların sadece bir boyutuna değinmektedir (Dedeoğlu, Kazançoğlu, 2010, 2012). Utanç ve suçluluk duygularının girdi ve sonuçlarını bir arada değerlendiren çalışmalara rastlanmamıştır. Ayrıca psikolojide suçluluk ve utanç eğilimi gibi ruhsal özellikler üzerine çok çalışma olmasına rağmen pazarlama literatüründe yapılan çalışmalar sınırlı olup reklamcılıkla ilgilidir (Cotte ve diğ., 2005; Hibbert ve diğ., 2007). Literatürdeki eksikliklerden yola çıkılarak bu çalışmada duygular, psikoloji literatüründeki suçluluk ve utanç eğilimi açısından değil içgüdüsel alışveriş gibi önemli olaylara dayandırılan suçluluk ve utanç durumu açısından ele alınmaktadır.

C. Araştırma Hipotezleri

İçgüdüsel alımlar tüketicilerin heyecan aramak vb. nedenlerle yaptığı ancak tam tersi sonuçlar elde edebildiği alışveriştir. Tüketiciler, bu alımlar sonrasında çok fazla para harcadıklarının ve ihtiyaç duyulmayan ürün aldıklarının farkına varmakta, pişmanlık yaşamakta, suçluluk ve utanç duygularını yoğun hissetmektedirler (MacInnis ve Patrick, 2006). Bu doğrultuda ilgili hipotezler:

H1a: İçgüdüsel alımların tüketicinin suçluluk duygusu yaşaması üzerinde pozitif,

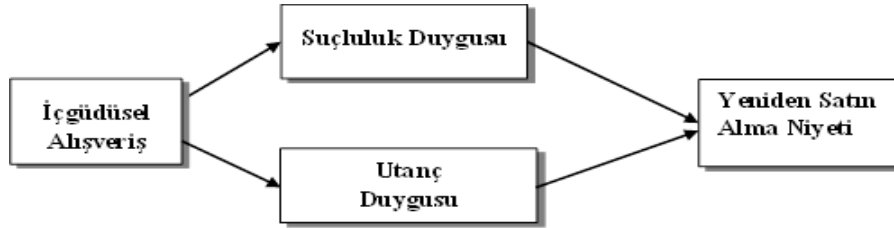
H1b: İçgüdüsel alımların tüketicinin utanç duygusu yaşaması üzerinde pozitif etkisi vardır.

Negatif duygular önemli olaylar sonucu meydana gelmekte ve davranışa olumsuz yönde etki etmektedir (Zaltman, 1997; Zeelenberg ve Pieters, 2004). Bu bağlamda suçluluk ve utanç negatif öz bilinç duyguları yeniden satın alma niyetine etki etmektedir (Mattila ve Ro, 2008). Bu doğrultuda ilgili hipotezler:

H2a: Suçluluk duygusunun yeniden satın alma niyeti üzerinde negatif,

H2b: Utanç duygusunun yeniden satın alma niyeti üzerinde negatif etkisi vardır.

Hipotezler doğrultusunda araştırma modeli aşağıda görüldüğü gibidir.



Şekil 1: Araştırma Modeli

III. Metodoloji

A. Araştırmanın Amacı

Negatif öz bilinç duygularının pazarlama literatüründe kullanımı henüz yaygınlaşmamıştır. Ancak tüketiciler özellikle içgüdüsel satın almadan sonra suçluluk ve utanç gibi negatif öz bilinç duygularını yoğun şekilde hissetmektedirler. Psikolojide ve sosyal alanda yapılan çalışmaların çoğunda suçluluk ve utanç duygularının normların ihlal edilmesi gibi sosyal faktörlerden kaynaklandığı ifade edilmektedir. Pazarlama literatürü açısından değerlendirildiğinde ise bu iki duygunun kişisel standartların ihlalini ya da kendini kontrol başarısızlığını içeren içgüdüsel alımlar gibi bireysel faktörler sonucunda da meydana geldiği düşünülmektedir. Başka bir deyişle suçluluk ve utanç duygularının sadece sosyal ihlalleri içeren duygular olmadığı kişisel

standartların ihlalini de içeren duygular olduğu savunulmaktadır (Kugler ve Jones, 1992: 318). Buna rağmen yapılan çalışmalarda bu durumun göz ardı edildiği görülmektedir. Oysaki tüketiciler tüketim deneyimlerinden sonra genellikle bu duygulardan birini yaşamaktadırlar. Bu duyguları yaratan faktörlerin neler olduğunu ve tüketim deneyimlerini nasıl etkilediğini anlamının tüketiciyi daha iyi anlamada yardımcı olacağı düşünülmektedir. Buradan hareketle çalışmada içgüdüsel alımların suçluluk ve utanç duyguları ve bu duyguların yeniden satın alma niyeti üzerindeki etkisini belirlemek amaçlanmıştır. Ana amacın yanında içgüdüsel alımlardan sonra hangi duygunun daha fazla hissedildiğini ve yeniden satın alma niyeti üzerinde hangi duygunun daha fazla etkili olduğunu belirlemek amaçlanmıştır.

B. Örneklem ve Data Toplama

Çalışmanın kapsamına İstanbul ilinde okuyan üniversite öğrencileri dâhil edilmiş ve araştırma Marmara ve İstanbul Üniversitesi öğrencilerine uygulanmıştır. Araştırmanın kapsamına İstanbul ilinin dahil edilme nedeni, İstanbul'un kozmopolit bir yapıya sahip olup Türkiye'nin genel nüfus yapısını temsil edebilme yeteneğinin güçlü olduğunun düşünülmesidir. Ayrıca içgüdüsel alışverişi yoğun olarak gençlerin yaptığı düşüncesinden yola çıkılarak anket çalışması üniversite öğrencilerine uygulanmıştır. Marmara ve İstanbul Üniversitelerinin, Anadolu ve Avrupa yakasında kampüslerinin bulunması ve en köklü üniversitelerden olmalarının üniversite gençlerini temsil gücünü arttıracakı düşünülmektedir. Çalışmanın sadece İstanbul ilinde ve gençlere yönelik yapılması araştırmanın kısıtlardan biridir. Çalışmada tüketicilerin içgüdüsel alışverişten sonra hissettikleri duygular ve duyguların yeniden satın alma niyetine etkisi genel alışveriş açısından ele alınmıştır. Çalışmanın belli bir marka ve ürün grubu açısından değerlendirilmemesi araştırmanın diğer bir kısıtıdır.

Örneklem yöntemi olarak kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Veriler yüz yüze anket yapılarak toplanmıştır. Toplam 500 anket uygulanmış ve yapılan eleme sonucu 455 anketin geçerli olduğu tespit edilmiştir. Anket 2 grup sorudan oluşmaktadır. Birinci grup içgüdüsel alışveriş, suçluluk, utanç duyguları ve yeniden satın alma niyeti ve ikinci grup demografik özellikleri ölçmektedir. İçgüdüsel alımlar Rook ve Fisher (1995); suçluluk ve utanç Marschall ve diğ. (1994) ve Marschall (1996); yeniden satın alma Parasuraman (2005) ve Pavlou ve Fygenon (2006) ölçeklerinden yararlanılarak ölçülmüştür. Değişkenler 5'li likert ölçeğinde (5= Tamamen Katılıyorum; 1= Kesinlikle Katılmıyorum) hazırlanmıştır. Veriler SPSS 20,0 ve LISREL 8.7 istatistik programları yardımıyla analiz edilmiştir. Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistikler, doğrulayıcı faktör analizi ve yapısal eşitlik modeli (YEM) analizleri uygulanmıştır.

C. Analiz ve Sonuçları

Ankete katılan cevaplayıcıların; % 39.6'sı erkek ve % 60.4'ü kadındır. Cevaplayıcıların yaşlarının modu, 19 iken medyanı 20 dir. % 96.7'si bekâr ve 3.3'ü evlidir. Sahip olunan aylık gelir miktarı açısından cevaplayıcıların % 23.5'i 500 TL'den az, % 38.7'si 501-750, % 26.6'sı 751-1000, %4.6'sı 1001-1250, % 6.6'sı 1250'den fazla gelire sahiptir.

Verinin, söz konusu faktör yapısını doğrulayıp doğrulamadığını test etmek için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda negatif varyans gösteren, standart katsayıları 1.0'e çok yakın değişkenler kontrol edilmiş ve uygun olmayan değişkenler elenmiştir (Hair et al., 1998). Araştırma modelindeki değişkenlerin uyum iyiliği sonuçları Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. İçgüdüsel alımlar ve Utanç Duygusu Değişkenleri Uyum Değerleri

Uyum İndeksi	Modifikasyon Öncesi				Modifikasyon Sonrası	
	Utanç	Suçluluk	İçgüdüsel Alım	Yeniden Satın Alma	Utanç	İçgüdüsel Alım
<i>Ki- Kare</i>	60.42	7.59	111.93	0.00	0.00	33.39
<i>Serbestlik Derecesi (df)</i>	5	5	27	0.00	0.00	9
<i>X²/df</i>	12.08	1.51	4.14	0.00	0.00	3.71
<i>GFI</i>	0.95	0.99	0.95	1.00	1.00	0.98
<i>AGFI</i>	0.85	0.98	0.91	1.00	1.00	0.94
<i>SRMR</i>	0.037	0.014	0.026	0.00	0.00	0.020
<i>RMSEA</i>	0.156	0.034	0.083	0.00	0.00	0.077
<i>CFI</i>	0.97	1.00	0.97	1.00	1.00	0.99
<i>NNFI</i>	0.94	0.99	0.96	1.00	1.00	0.98
<i>NFI</i>	0.97	0.99	0.96	1.00	1.00	0.98

Tablo değerlerine göre suçluluk ve yeniden satın alma niyeti değişkenleri iyi uyum gösterdiği için herhangi bir modifikasyona gerek duyulmamıştır. Utanç ve içgüdüsel alışveriş değişkenlerine ait modellerin ise düşük uyumlu olduğu görülmüş ve gerekli modifikasyonlar yapılmıştır. Modifikasyonlar sonrasında içgüdüsel alışveriş değişkenine ait "3", utanç değişkenine ait "2" ifadenin elenmesiyle modeller kabul edilebilir uyum değerlerine ulaşmıştır. Kabul edilebilir uyum değerleri Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Utanç ve Suçluluk Modeli Uyum Değerleri

Uyumluluk İndeksi	Modifikasyon Öncesi	Kabul Edilebilir Uyum
(X^2)	342.91	
(df)	115	
(X^2/df)	2.98	1-5
GFI	0.92	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$
AGFI	0.89	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$
SRMR	0.079	$0.05 \leq SRMR \leq 0.10$
RMSEA	0.066	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.08$
CFI	0.96	$0.95 \leq CFI \leq 0.97$
NNFI=TLI	0.95	$0.95 \leq NNFI \leq 0.97$
NFI	0.94	$0.90 \leq NFI \leq 0.95$

Uyum iyiliği indeksleri modellerin kabul ve red edilme kararının verilmesini sağlar (Şimşek, 2007: 13). Uyum iyiliğini belirlemede en sık kullanılan indeksler; χ^2 , χ^2/sd , GFI, CFI, SRMR ve RMSEA'dır (Joreskog ve Sorbom, 1993; Schermelleh ve diğ., 2003). Bu indekslerin tabloda görüldüğü gibi kabul edilir sınırlara sahip olması gerekmektedir (Hair ve diğ., 1998; Şimşek, 2007; Arbuckle, 2007; Yılmaz ve Çelik, 2009):

Tablo 3. Modifikasyon Sonrası Modelde Kalan Değişken Değerleri

Değişkenler	S. Değer	R ²	Hata Var	T Değ.	YG	AVO	α
İçgüdüsel Alışveriş = IC					0.92	0.68	0.94
Çoğu zaman anlık bir şekilde ya da düşünmeden alışveriş yaparım.	0.86	0.74	0.51	12.25			
"Hadi hemen alışveriş yapalım" ifadesi benim alışveriş tavrımı tanımlamaktadır.	0.83	0.69	0.66	12.86			
Sık sık düşünmeden bir şeyler satın alırım.	0.90	0.82	0.36	10.63			
"Görürüm ve hemen satın alırım" ifadesi beni tanımlamaktadır.	0.82	0.68	0.67	12.99			
O anda nasıl hissettiğime bağlı olarak bir şeyleri satın alırım	0.78	0.60	0.66	13.57			
Bazen boş bulunarak bir şeyler satın aldığımı düşünüyorum.	0.77	0.59	0.64	13.65			
Utanç Duygusu = UT					0.87	0.69	0.92
Düşünmeden yaptığım alışverişin hoş karşılanmayacağını düşünerek sorumlu olduğum kişilerden çekinir ve onların yüzüne bakmam	0.84	0.71	0.67	9.52			
Düşünmeden alışveriş yapmanın iradesizlik olarak algılanacağını düşünerek yaptığım alımlardan sonra sorumlu olduğum kişilere karşı aciz duruma düşüğümü hissedirim	0.81	0.65	0.77	10.87			

Alımdan sonra kendimi iradesiz bir insan gibi görürüm.	0.83	0.69	0.58	10.05			
Suçluluk Duygusu = SUC					0.88	0.60	0.89
Düşünmeden alışveriş yaptıktan bir süre sonra pişmanlık hissederim.	0.77	0.59	0.51	12.61			
Ürünü beğenmediğim ya da ihtiyacım olmayan birşeyi aldığımı fark ettiğim için gerginlik hissederim	0.76	0.58	0.49	12.72			
Düşünmeden alışveriş yapmanın çok doğru olmadığını ya da olumsuz sonuçları olduğunu sürekli düşünürüm.	0.85	0.72	0.37	10.58			
Kendimi üzgün hisseder ailemden ve sorumlu olduğum diğer kişilerden bu habersiz davranıştan dolayı özür dilemek isterim.	0.73	0.54	0.68	13.08			
Yaptığım alışverişten dolayı bir süre sonra kendimi kötü hissederim.	0.78	0.60	0.53	12.45			
Yeniden Satınalma Niyeti = NY					0.86	0.68	0.88
Aldığım şeyleri ileride tekrar düşünmeden satın alırım.	0.83	0.69	0.48	10.42			
Büyük ihtimalle ileride aldığım şeyleri yeniden satın alırım.	0.88	0.78	0.34	7.76			
Gelecekte de düşünmeden alıma devam etmek niyetindeyim.	0.77	0.60	0.69	12.05			

Önerilen modifikasyonlardan sonra modellerde kalan değişkenlerin standart değerleri, R^2 , hata varyansları, t değerleri, yapı güvenilirlikleri, açıklanan varyans oranları ve Cronbach Alfa katsayıları Tablo 3’de gösterilmektedir. Standardize edilmiş regresyon değerlerinin 0,01 önem düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. “Sık sık düşünmeden bir şeyler satın alırım” ifadesi en yüksek değere sahip olup içgüdüsel alımların % 82’sini açıklamaktadır. “Düşünmeden yaptığım alışverişin hoş karşılanmayacağını düşünerek sorumlu olduğum kişilerden çekinir ve onların yüzüne bakamam” ifadesi en yüksek yüzdeye sahip olup utanç duygusunun %71’ini açıklarken, suçluluk duygusunun %72’si “Düşünmeden alışveriş yapmanın çok doğru olmadığını ya da olumsuz sonuçları olduğunu sürekli düşünürüm” ifadesi ile açıklanmaktadır. “Büyük ihtimalle ileride aldığım şeyleri yeniden satın alırım” ifadesi ise yeniden satın alma niyetinin % 78’ini açıklama oranı ile en yüksek değere sahiptir.

Faktörlere ait yapı güvenilirliğinin 0.70 den ve açıklanan varyans oranının 0.50’den büyük olması ölçüklerin güvenilir ve geçerli olduğunu göstermektedir. Yapı güvenilirliği ve açıklanan varyans oranının hesaplanmasında aşağıdaki formüllerden yararlanılmaktadır (Hair ve diğ., 1998).

$$YG = \frac{(\sum SEYK)^2}{(\sum SEYK)^2 + \sum GDHM_i} \quad AVO = \frac{\sum SEYK^2}{(\sum SEYK)^2 + \sum GDHM_i}$$

SEYK: Standardize edilmiş yol katsayıları, GDHM: Gözlenen değişken hata miktarıdır.

Tablo 4. Suçluluk ve Utanç Duygusu Modeline Ait Tahmini Değerler

Modeldeki İlişkiler	Standart Değer	R ²	Hata Varyansı	T Değeri	Standart Hata
İçgüdüsel alım – Suçluluk Duygusu	0.66	0.44	0.56	12.60	0.052
İçgüdüsel alım – Utanç Duygusu	0.50	0.25	0.75	9.52	0.051
Suçluluk - Yeniden satın alma niyeti	-0.35	0.47	0.53	-7.26	0.049
Utanç Duygusu -Yeniden satın alma	-0.48	0.47	0.53	-9.51	0.050

Modelde yer alan değişkenlerin standart değer, R² ve t değerleri Tablo 4’de gösterilmiştir. Tablo değerlerine göre içgüdüsel alımların suçluluk ve utanç duygusu üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır. Suçluluk ve utanç duygusunun ise yeniden satın alma niyeti üzerinde negatif yönde anlamlı etkisi vardır. Dolayısıyla H1a, H1b, H2a, H2b hipotezlerinin kabul edildiği görülmektedir.

Tablo 4’de ve Şekil 2’de (Ek1’de) görüldüğü gibi içgüdüsel alımlar suçluluk duygusunu (0.66) ve utanç duygusunu (0.50) oranında açıklayan değişkendir. Ayrıca suçluluk duygusu yeniden satın alma niyetini (0.35) ve utanç duygusu yeniden satın alma niyetini (0.48) oranında açıklayan değişkenlerdir.

IV. Sonuç

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin içgüdüsel alımlardan sonra hissettikleri negatif öz bilinç duyguları değerlendirilmiştir. Negatif öz bilinç duygularından ise birbiriyle en çok karıştırılan ve ilişkili olan suçluluk ve utanç duyguları değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre içgüdüsel alımların suçluluk ve utanç duygusu, bu duyguların ise yeniden satın alma niyeti üzerindeki etkisinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Bu duyguların, tüketicilerin içgüdüsel alımları tekrarlamasını engellediği görülmüştür. H_{1a}, H_{1b}, H_{2a} ve H_{2b} hipotezleri kabul edilmiştir. Elde edilen sonuçlar ilgili çalışmalarla da uyumludur (Lazarus ve Folkman, 1984; Rook 1987; Strutton ve Lumpkin, 1994; Jorgensen, 1996; Tangney ve diğ, 1996; Zaltman, 1997; Barsky ve Nash, 2002; Dahl ve diğ. 2003; Venkatesh ve diğ, 2003; Mattsson, 2004: 943; Yi ve Baumgartner, 2004-2011; Zeelenberg ve Pieters, 2004: 445; Allen ve diğ. 2005; Laros ve Stennkamp, 2005; Cheabat, 2005; MacInnis ve Patrick, 2006; Matilla ve Ro, 2008: 89; Beaudry ve Pinsonneault, 2010; Dedeoğlu ve Kazançoğlu, 2010-2012; Yi 2012; Yi ve Kanetkar, 2012; Lu ve diğ, 2012).

Ayrıca çalışmada utanç ve suçluluk duyguları içgüdüsel alımlar ve yeniden satın alma niyeti açısından karşılaştırılmıştır. İçgüdüsel alımlardan

sonra daha çok suçluluk duyulduğu ve bu durumun literatürle desteklendiği görülmüştür (Yi ve Baumgartner, 2011). Utanç duygusunun suçluluk duygusundan ağır bir duygu olması ve daha kötü sonuçlara neden olması ihtimalinden dolayı yeniden satın alma niyeti üzerinde daha etkili olduğu belirlenmiştir. Bu durum literatürle de desteklenmekte ve tüketicilerin hissettiği negatif duyguların şiddeti arttıkça yeniden satın alma niyetinde o düzeyde azalma meydana geldiği öne sürülmektedir (Jorgensen, 1996).

Negatif öz bilinç duyguları, tüketici düşüncelerinin, tutum ve davranışlarının belirleyicisi olmalarına rağmen pazarlama literatüründe ihmal edilen konulardandır. Bu çalışma ile negatif öz bilinç duygularının doğasının, yeniden satın alma niyetine etkilerinin farklılığı tespit edilmiştir. Böylece suçluluk ve utanç duygularının farklı süreçler dâhilinde işlediği ve farklı sonuçlar ortaya çıkardığı belirlenmiştir. Suçluluk ve utanç duygularını içgüdüsel alımlar açısından sınırlayarak negatif öz bilinç duygularının farklı tüketim davranışlarındaki yeri açıklanmıştır. Böylece farklı tüketim davranışlarında hissedilen duyguların ve bunların davranışlara yansımalarının da farklı olacağı açıklanmıştır. Çalışmanın, pazarlama literatüründe daha önce suçluluk ve utanç gibi negatif öz bilinç ilişkin duyguların ele alınmamasının yarattığı boşluğa katkı sağlaması beklenmektedir. Yapılan çalışmalarda suçluluk ve utanç, genel satın alma davranışı açısından ele alınmıştır. İçgüdüsel, takıntılı, çeşit arayışı, hedonik alımlar gibi daha deneyimsel türdeki alımlar ile bu duyguların daha fazla bağlantılı oldukları düşünülmektedir. Bu çalışma ile özel bir tüketim türü olan içgüdüsel alım sonrası hissedilen suçluluk ve utanca dikkat çekilmiştir. Böylece içgüdüsel alımlardan sonra suçluluk ve utanç duygularından hangisinin daha yoğun hissedildiğini ve bu duygulardan hangisinin yeniden satın alma niyetine etkisinin daha fazla olduğunu anlamaya yardımcı olması ve bu yönüyle de literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

Çalışma literatüre katkılarının yanında, işletmelere de çeşitli öneriler sunmaktadır. İşletmeler suçluluk duygusunu kendi ürünlerini almaları için reklamlarda tüketicileri etkileme aracı olarak kullanabilirler. Tüketici, reklam vereni ve reklamı yapılan ürünü sevmekte, pozitif duyguya sahip olabilmekte ve bu ürünü tekrar alabilmektedir. Utanç duygusunun etkilerini azaltmada sosyal paylaşım ağlarından faydalanabilir, tüketicinin yoğun iletişim içinde olduğu ortamlara müdahale ederek sosyal destek ihtiyacını karşılamada yardımcı olabilirler. Satın alma sonrası olumsuz duygularının üstesinden gelme konusunda tüketiciye geri ödeme ve iade kolaylığı gibi farklı çözüm yolları sunabilirler. Suçluluk ve utanç pazarı bölümlene aracı olarak da kullanılabilir ve hedef pazarlar suçluluk ve utanç duyanlar şeklinde bölümlere ayrılabilirler.

Çalışmanın ileride yapılacak çalışmalara da yol gösterici olması beklenmektedir. Suçluluk-utanç duyguları farklı kültürlerde, kişilik özelliklerinde ve ürün grupları farklı sonuçlar ortaya çıkarabilmektedir. Bu nedenle bu duyguların farklı ürün gruplarında, coğrafyalarda, demografik ve kişilik özelliklerine sahip tüketicilerde uygulanması beklenebilir. Online ve

geleneksel alımlar arası negatif öz bilinç duygularında farklılık olup olmadığı, çeşit arayışı, hedonik alımlar ve takıntılı alımlar gibi deneyimsel türdeki alımlardan sonra hissedilen suçluluk ve utanç duyguları incelenebilir. Duyguların yeniden satın alma niyeti yanı sıra ağızdan ağıza iletişim, değiştirme niyeti, tüketici bağlılığı ve şikâyet davranışı gibi farklı satın alma sonrası davranışlara etkileri araştırılabilir. Duygular, birincil duygular, temel duygular ve farklı duygular seti gibi sınıflandırmalar dikkate alınarak değerlendirilebilir. Tüketicilerin planlı alımlardan sonra da bu duyguları yaşayıp yaşamadığı araştırılabilir. Suçluluk ve utanç duygularının duygu karmaşası ile ilişkili olduğu düşüncesi ile içgüdüsel alımların ve yeniden satın alma niyetinin duygu karmaşası açısından farklılık gösterip göstermediği araştırılabilir. Bu duyguları reklamlarda kullanımının olumsuz alımları ne düzeyde engellediği araştırılabilir. Sürdürülebilir tüketim yapmayan bireylerin sosyal sorumluluk suçluluğunu daha az hissedecekleri düşüncesiyle sürdürülebilir tüketim ile sosyal sorumluluk suçluluğu arasında ilişki olup olmadığı araştırılabilir.

Kaynaklar

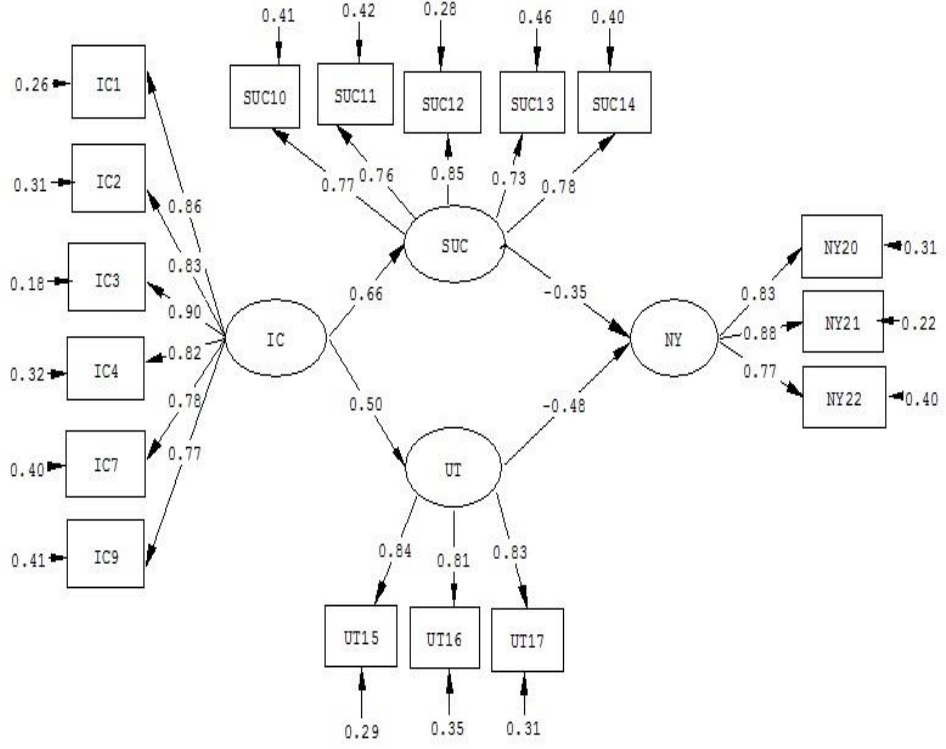
- Allen, C.T., Machleit, K.A., Kleine, S.S., ve Notani, A.S. (2005). "A Place For Emotion in Attitude Models". *Journal of Business Research*, 58(4), 494-499.
- Arbuckle, J. L. (2007). *Amos TM 16 User's Guide*. Chicago: SPSS.
- Beaudry, A. ve Pinsonneault, A. (2010). "The Other Side of Acceptance: Studying The Direct and Indirect Effects of Emotions on Information Technology Use," *MIS Quarterly*, 34(4): 689-710.
- Barsky, J., and Nash, L. (2002). "Evoking Emotion: Affective Keys to Hotel Loyalty", *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 43(1), 39-46.
- Baumeister, R. F., Heatherton, T. F., and Tice, D. M. (1994). *Losing Control: How and Why People Fail at Self-Regulation*. Academic Press
- Cheabat, J.C., Davidow, M., ve Codjovi, I. (2005). "Silent Voices: Why Some Dissatisfied Consumers Fail to Complain". *Journal of Service Research*, 7(4), 328-342.
- Cotte, J., Coulter, R. A., and Moore, M. (2005). "Enhancing or Disrupting Guilt: The Role of Ad Credibility and Perceived Manipulative Intent". *Journal of Business Research*, 58(3), 361-368.
- Dahl, D. W., Honea, H., ve Manchanda, R. V. (2003). "The Nature of Self-Reported Guilt in Consumption Contexts". *Marketing Letters*, 14(3), 159-171.
- Dedeoğlu, A.Ö., ve Kazançoğlu, İ. (2010). "The Feelings of Consumer Guilt: A Phenomenological Exploration". *Journal of Business, Economics and Management*, 11(3), 462-482.
- Dedeoğlu, A.Ö., ve Kazançoğlu, İ. (2012). "Consumer Guilt: A Model of Its Antecedents and Consequences". *Ege Academic Review*, 12(1), 9-22.

- Edell, J.A., and Burke, M.C. (1987). "The Power of Feelings in Understanding Advertising Effects". *Journal of Consumer Research*, 14, 421-433.
- Ha, Y. and Lennon, S.J. (2010). "Effects of Site Design on Consumer Emotions: Role of Product Involvement". *Journal of Research In Interactive Marketing*, 4(2), 80-96.
- Hair, Jr.J., Anderson, E. Rolph, Tatham, E. R., and Black, C. W. (1998). *Multivariate Data Analysis with Readings*, Boston: Prentice-Hall International Inc.
- Hibbert, S., Smith, A., Davies, A., and Ireland, R. (2007). "Guilt Appeals: Persuasion Knowledge and Charitable Giving". *Psychology and Marketing*, 24 (8), 723-742.
- Joreskog, K. G. and Sorbom, D. (1993). *LISREL 8 User'sreference Guide; PRELIS 2 User's Reference Guide*. Chicago: Scientific Software International.
- Jorgensen, B.K. (1996). Components of Consumer Reaction to Company-Related Mishaps:A Structural Equation Model Approach, in *NA - Advances in Consumer Research Volume 23*, eds. Kim P. Corfman and John G. Lynch Jr., Provo, UT : Association for Consumer Research, Pages: 346-351.
- Jun, S., and Yeo, J. (2012). "Coping with Negative Emotions from Buying Mobile Phones: A Study of Korean Consumers". *Journal of Family and Economic Issues*, 33(2), 167-176.
- Kacen, J.J., and Lee, J.A. (2002). "The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behaviour". *Journal of Consumer Psychology*, 12(2), 163-176.
- Kugler, K., and Jones, W. H. (1992). "On Conceptualizing and Assessing Guilt". *Journal of Personality and Social Psychology*, 62,318-327.
- Laros, F. J. M., ve Steenkamp, J. E. M. (2005). "Emotion in Consumer Behavior: A Hierarchical Approach". *Journal of Business Research*, 58(10), 1437-1445.
- Ladhari, R., Brun, I., and Morales, M. (2008). "Determinants of Dining Satisfaction and Post-Dining Behavioral Intentions". *International Journal of Hospitality Management*, 27 (4), 563-573.
- Lazarus, R. S., and Folkman, S. (1984). *Stress, Appraisal, and Coping*. New York: Springer
- Lewis, H. (1971). *Shame and Guilt in Neurosis*. New York: International University Press.
- Lin, C. H., and Chuang, S. C. (2004). "The Effect of Individual Differences on Adolescents' Impulsive Buying Behavior". *Adolescence*, 40(159), 551-558.
- Lozinski, E.J., (2011). *Coping with Shame And Guilt Following Diet Violation in Restrained Eaters (A Dissertation)*. The University of Guelph.

- Lu, Y., Lu, Y., and Wang, B. (2012). "Effects of Dissatisfaction on Customer Repurchase Decisions in E-Commerce-An Emotion-Based Perspective". *Journal of Electronic Commerce Research*, 13(3), 224-237.
- MacInnis, D.J., and Patrick, V.M. (2006). "Spotlight on Affect: Affect and Affective Forecasting in Impulse Control", *Journal of Consumer Psychology*, 16(3), 224-231.
- Marschall, D. Saftner, J., and Tangney, J. P. (1994). *The State Shame and Guilt Scale*. George Mason University, Fairfax, VA.
- Marschall, D. E (1996). *Effects of Induced Shame on Subsequent Empathy and Altruistic Behavior* Unpublished Master's Thesis, George Mason University, Fairfax, VA.
- Mattila, A.S., and Ro, H. (2008). "Discrete Negative Emotions and Customer Dissatisfaction Responses in a Casual Restaurant Setting". *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 32(1), 89-107.
- Mattsson, J., Lemmink, J., and Mccoll, R (2004). "The Effect of Verbalized Emotions on Loyalty in Written Complaints". *Total Quality Management & Business Excellence*, 15(7), 941-958
- Menon, K., and Dube, L. (2004). "Service Provider Responses to Anxious and Angry Customers: Different Challenges, Different Payoffs". *Journal of Retailing*, 80(3), 229-237.
- Parasuraman A. (2005). "ES-QUAL: A Multiple-item Scale for Assessing Electronic Service Quality", *Journal of Service Research*, 7(3), 213-233.
- Pavlou, P. A., and M. Fygenson. (2006). "Understanding and Predicting Electronic Eommerce Adoption: An Extension of The Theory of Planned Behavior", *Management Information Systems Quarterly*, 30(1), 115-143
- Pounders, K. (2011). *The Good, The Bad and The Unintended: The Role of Negative Self-Conscious Emotions in Marketing, The Interdepartmental Program in Business Administration (Marketing) A Dissertation*, Louisiana State University.
- Rook, D. W. (1987). "The Buying Impulse", *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189-199.
- Rook, D.W., and Fisher, R.J. (1995). "Normative Influences on Impulsive Buying Behavior". *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305-313.
- Schermelleh-Engel, K., and Moosbrugger, H., (2003). "Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures". *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Smith, G., ve Dianal, I. (2012). *The Role of Self-Conscious Emotions In Ethical Consumption (Phd Thesis)*, University Of Nottingham.
- Stevens, M. (1998). *Sorun Çözümleme*, İstanbul: Timaş Yayınları, 1. Baskı.

- Strutton, D., and Lumpkin, J.R.(1994). "Problem and Emotion-Focused Coping Dimensions and Sales Presentation Effectiveness". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(1), 28-37.
- Şimşek, Ö.F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş, Temel İlkeler ve LISREL Uygulamaları*, Ankara: Ekinoks Eğitim Dan. Hiz
- Tangney, J. P., and Dearing, R. L. (2002). *Shame & Guilt*. New York: Guilford Press.
- Tangney, J.P., Stuewig, J., and Mashek, D.J. (2007). "Moral Emotions and Moral Behaviour". *Annual Review Psychology*, 57, 345–72
- Tracy, J.L., Robins, R.W., and Tangney, J.P.(Eds.). (2007). *The Self-Conscious Emotions: Theory And Research*. Guilford Press.
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G. B., ve Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 425-478.
- Verplanken, B., and Herabadi, A. (2001). "Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling And No Thinking". *European Journal of Personality*, 15(1), 71-83.
- Villi, B ve Kayabaşı, A. (2013). "Kozmetik Ürünlerde Kadınların Dürtüsel Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörlerin Analizi". *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(1), 143-165.
- Yılmaz, V. ve Çelik, H. E. (2009). *Lisrel ile Yapısal Eşitlik Modellemesi-I*, Ankara, Pegem A Yayınları.
- Yi, S., and Baumgartner, H. (2004). "Coping with Negative Emotions in Purchase-Related Situations". *Journal of Consumer Psychology*, 14 (3), 303–317.
- Yi, S., and Kanetkar, V. (2011). "Coping with Guilt and Shame After Gambling Loss". *Journal of Gamble Study*, 27, 371–387.
- Yi, S., and Baumgartner, H. (2011). "Coping With Guilt And Shame in The Impulse Buying Context", *Journal of Economic Psychology*, 32, 458-467.
- Yi, S. (2012). "Shame-Proneness as A Risk Factor of Compulsive Buying", *Journal of Consumer Policy*, 35(3), 393-410.
- Zaltman G. (1997). "Rethinking Market Research: Putting People Back in", *Journal of Marketing Research*, 34, 424– 437.
- Zeelenberg, M., ve Pieters, R. (2004). "Beyond Valence in Customer Dissatisfaction: A Review and New Findings on Behavioral Responses to Regret and Disappointment in Failed Services". *Journal of business Research*,57(4), 445-455.
- Zhang, Y., and Fengjuan, W. (2010). "The Relationship Between Impulse Buying, Negative Evaluations and Customer Loyalty". *Orient Academic Forum*.

Ek1:



Şekil 2. İçgüdüsel Alımlarda Negatif Öz Bilinç Duyguları Modeli

LİSANS DÜZEYİNDEKİ FİNANS ÖĞRENCİLERİNİN MESLEK ALGISI VE BEKLENTİLERİ*

*Ercan ÖZEN**
Sultan ÖZEK****

Alınış Tarihi: 22 Temmuz 2016

Kabul Tarihi: 13 Aralık 2016

Öz: Büyüyen bir finans sektörü ekonomik büyümeyi tetiklemektedir. Bu etkiye sahip olan finans sektörünün nitelikli işgücü gereksinimini karşılamada üniversitelere önemli görevler düşmektedir. Eğitim sürecinde; üniversite, finans sektörü ve öğrenci arasında sağlıklı iletişim kurulması her kesim adına ciddi faydalar sağlamaktadır.

Bu çalışmanın amacı, bankacılık ve finans eğitimi alan lisans öğrencilerinin üniversite ve meslek yaşamına ilişkin algı ve beklenti düzeylerini ölçmek, öğrencilerin yaşları ve sınıflarının bulgular üzerinde farklılık yaratıp yaratmadığını araştırmaktır. Çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi seçilmiş, 353 denekten elde edilen veriler Varyans analizi ile analiz edilmiştir.

Analiz sonuçlarına göre; öğrencilerin finans dünyasında iş yaşamının özelliklerinin farkında oldukları, finans çevrelerinden önemli beklentilere sahip oldukları anlaşılmıştır. Ayrıca, öğrencilerin üniversitede öğrenim ortamının daha çok geliştirilmesini istedikleri görülmüştür. Çalışma bulguları, öğrencilerin sınıf ve yaşlarının algı ve beklentiler üzerinde farklılıklar ortaya çıkardığını göstermektedir.

Çalışmanın bazı açıdan önemli sonuçları bulunmaktadır: Öğrencilerin finans sektörü ile ilgili algıları ve meslek ile ilgili beklentileri analiz edilerek eğitim politikalarına katkı yapması beklenmektedir. Öğrencilerin finans sektöründen beklentilerin belirlenmesi, eğitim kurumları ile sektör temsilcileri arasında iletişim ve iş birliği gereksinimini ortaya koymaktadır. İşbirliğinin gelişmesi hem öğrencilerin sektöre uygun yetişmeleri hem de sektörün gelişime uygun işgücü gereksinimini sağlamak bakımından önemlidir.

Anahtar Sözcükler: Finans, Finans Eğitimi, Finans Sektörü, Öğrenci Hedefleri, Beklenti.

PROFESSION PERCEPTIONS AND EXPECTATIONS OF B.SC. DEGREE FINANCE STUDENTS

Abstract: A growing finance sector triggers the economical grow. Universities have important roles on meeting qualified work-power needed by the finance sector having such effect. During education, ensuring a good communication among university, finance sector and student has critical benefits for all actors.

* Bu çalışma, İstanbul Üniversitesi tarafından düzenlenen 15.Ulusal İşletmecilik Kongresinde sunulan aynı adlı bildirinin yeniden düzenlenmiş halidir. Çalışma ayrıca Okumuş İnşaat / Yönetim Kurulu Başkanı, Ömer OKUMUŞ / UŞAK tarafından finansal olarak desteklenmiştir.

** Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi. Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık ve Finans Bölümü

*** Lisans 3. Sınıf öğrencisi, Uşak Üniversitesi. Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu. Bankacılık ve Finans Bölümü

Objective of this study is to evaluate B.Sc. degree Finance students' levels on profession perceptions and expectations, and find out if students' ages and classes can cause differences on findings or not. In the study, survey has been chosen as the data collection method and data obtained from 353 samples have been analyzed by ANOVA test.

According to the analyze results, it has been understood that the students are aware of work life features within the finance world and have important expectations from finance environment. Also, it has been seen that the students wants the learning environment in the university to be improved more. Study findings show that students' classes and ages cause differences on perception and expectations.

The study has important results from some perspectives. It is expected that the analysis made on students' perceptions about finance sector and perceptions about the job may contribute to politics on education. Determining students' expectations from the finance sector uncovers the need on communication and collaboration between educational institutions and sector representatives. Improvements within the collaboration are important in point of students to be trained properly to the sector and also for providing the labor, which is suitable for improving the sector.

Keywords: Finance, Finance Education, Finance Sector, Student Aims, Expectation.

I. Giriş

Finans sektörü, ekonomik yaşama sağladığı fon ve bilgi kaynakları sayesinde büyümenin önemli unsurlarından birini oluşturmaktadır. Sektör, büyüme sürecinde her geçen gün daha çok sayıda ve daha nitelikli personele gereksinim duymaktadır. Bu gereksinime yanıt verebilmek için mesleğini seven, nitelikli personel yetiştirilmesinde üniversitelere önemli görev düşmektedir. Küreselleşmede önemli boyutlara gelmiş ve rekabetin yoğun biçimde yaşandığı finans dünyasında bilgi ve bu bilginin üretim ve yayılmasında üniversiteler belirgin görevler üstlenmişlerdir. Bu süreçte, öğrenciler de üniversitelerden birçok beklenti içerisinde olabilmektedir. “Öğrencilerin üniversiteden neler beklediğinin ve bulunduğu bölümü neden tercih ettiğinin bilinmesi daha kaliteli bir eğitimin verilmesi için gereklidir” (Zeytinoğlu, 2012:103-115). Değişen teknoloji ve iş koşulları beklentileri de değiştirebilmekte ve klasik yöntemlerin dışında öğretim ortamları beklenir olmuştur (Civan ve Cenger, 2010: 84-99). Yenen ve Gözlu (2003: 28-38), buna ilave olarak, “öğrencilerin eğitim sürecinde: ezberden uzak, yaratıcı, sorgulayıcı, analiz yeteneği yüksek bireyler olarak kendilerini geliştirmelerini, öğretim üyelerini ve üniversite yönetimlerini bu yönde zorlamaları gerektiğini” ifade etmektedir

Türkiye’de büyüme sürecindeki finans sektörü içerisinde çalışan personel sayısının da artmakta olması, finans sektörünün sürekli olarak kendini yenilemekte olması, bu değişime uyum gösterebilecek, kapsamlı ve nitelikli bir eğitimi gerekli kılmaktadır (Büyükşalvarcı, vd., 2011:479-486).

Finans dünyasında kendilerine prestijli bir yer bulmak isteyen öğrenciler de üniversitelerde verilen finans eğitimleriyle ilgili olarak bazı

beklentilere sahip olabilmektedir. Öğrencilerin beklentilerinin analiz edilmesi ve beklentileri karşılayacak uygulamalar yapılması hem öğrencilerin iyi yetiştirilmelerine hem de finans sektörünün kaliteli işgücüne sahip olmasına katkı sağlayacaktır. Bu durum üniversitelerin de finans eğitimi konusundaki beklentilere uygun olarak nitelikli ve yeterliliğe sahip bir eğitim sürecini planlamalarına destek olacaktır.

Finansal kurumların niceliksel olarak artması, sektörde çalışan personel sayısına olan ihtiyacı arttırmaktadır. Üniversitelerde finans sektörünün ihtiyacını karşılayabilecek niteliksel ve niceliksel düzeyde yeterli öğrenci yetiştirilmesi önemlidir.

Tablo 1’de sınai, ticari ve finansal olmayan hizmet işletmeleri ile Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası(TCMB), Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu(BDDK), Sermaye Piyasası Kurulu(SPK), Tasarruf Mevduat Sigorta Fonu(TMSF), Borsa İstanbul(BIST) ve Takasbank dışındaki finansal kurumların sayıları yer almaktadır. Tablodaki kurum sayıları; banka, sigorta, faktoring, finansal kiralama, tüketici finansman, varlık yönetim şirketleri ve aracı kurumlardan oluşmaktadır. Tabloda görüldüğü gibi piyasalardaki kurum sayısı her geçen yıl azalmaktadır. 2011 yılında 334 olan finansal kurum sayısı 2015 sonunda 280’e gerilemiştir.

Tablo 1: Yıllara Göre Finansal Kurumlar

Yıllar	2011	2012	2013	2014	2015
Sayı	334	303	228	283	280

*Kaynak: TCMB Yıllık Raporları

Tablo 2’de düzenleyici ve denetleyici kurumlar ile sistemde faaliyet gösteren diğer finansal kurumlarda çalışan personel sayıları yer almaktadır. Çalışan sayılarının hesabında; banka, sigorta, faktoring, finansal kiralama, tüketici finansman, varlık yönetim şirketleri, aracı kurumlar ile düzenleyici ve denetleyici kurumlar olan Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB), Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu(BDDK), Sermaye Piyasası Kurulu(SPK), Tasarruf Mevduat Sigorta Fonu(TMSF), Borsa İstanbul(BIST) ve Takasbank’ta çalışan personel yer almaktadır.

Tablo 2: Finansal Sistemde Çalışan Sayıları

Yıllar	2011	2012	2013	2014	2015
Düzenleyici ve Denetleyici Kurumlar	6951	6659	6784	6916	6887
Finansal Kurumlar	217382	225431	239041	242772	243367
Toplam	224333	232090	245825	249688	250254

*Kaynak: TCMB, SPK, BDDK, TMSF, BIST, Takasbank Yıllık Raporları

Tablo 2’de de görüldüğü gibi finansal kurumlarda çalışan personel sayısı 2011 yılında 224.333 iken 2015 yılında 250.254 rakamına ulaşmıştır.

Sistemde çalışanların sayısında 5 yıllık dönemde gerçekleşen artış %11,55 olarak hesaplanmaktadır.

Bu artışa karşılık Türkiye'deki üniversitelerin ilgili bölümlerinde öğrenim gören öğrenci sayıları da Tablo 3'te gösterilmiştir. Tablo 3'e göre 2011 yılında 962.377 olan öğrenci sayısı 2015 yılına gelindiğinde 1.1501.975'e ulaşmıştır. Öğrenci sayısındaki artış oranı %56,07 olarak gerçekleşmiştir. Bu iki artış oranı arasındaki büyük farklılık alandaki öğrencilerin iş bulma olasılıklarının azaldığını göstermektedir. Bu durumda üniversitelerde öğrenim gören öğrencilerin daha iyi mesleklere kavuşmaları için daha kaliteli öğretim süreci yaşamaları gerekmektedir. Öğrencilerin algı ve beklentilerinin tespit edilip eksiklerinin giderilmesi hem nitelikli personel yetiştirilmesine hem de finansal sektörün gelişimine katkı sağlayacaktır. Bu durumda öncelikli görev üniversitelere düşmektedir.

Tablo 3: *Üniversitelerde Finansal Konularda Eğitim Alan Öğrenci Sayıları*

Yıllar	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Örgün Eğitim	174280	193199	217825	219129	285391
Açık Öğretim	788097	999997	1057208	1140868	1216584
Toplam	962377	1193196	1275033	1359997	1501975

*Kaynak: ÖSYM Araştırma, Yayın ve İstatistikler

Bu çalışma bankacılık ve finans alanında eğitim almakta olan öğrencilerin finans dünyasındaki iş ortamı ve üniversitedeki öğretim ortamını değerlendirmelerini ve bu alanlardaki beklentilerini ölçmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, öğrencilerin yaş ve buldukları sınıfın algı ve beklentileri üzerinde farklılığa yol açıp açmadığını ortaya koymaktır. Çalışma, giriş ve literatür bölümü ile başlamakta; yöntem, bulgular ve sonuçların değerlendirilmesi ile sonuçlanmaktadır.

II. Literatür

Türkçe literatürde üniversite öğrencilerinin üniversitelerdeki öğretimle ilgili algı ve beklentilerini ortaya çıkarmaya dönük olarak çok sayıda çalışma yapıldığı görülmektedir. Çalışmalar iki yıl öğrenim yapan meslek yüksekokulları ve dört yıllık fakülte ve yüksekokullar ve lisansüstü kurumları olarak üç aşamalı olarak değerlendirilebilmektedir.

Tuncer (2011) meslek yüksekokulu öğrencilerinin cinsiyetine, mezun oldukları kuruma, yaşa, kardeş sayısına, ailenin ikamet ettiği yere, gelir durumuna, anne-baba eğitim durumuna ve öğrencinin kaldığı yere göre gelecekte beklenenleri araştırılmıştır ve genel olarak öğrencilerin gelecekte beklentilerinin olumlu olduğu sonucuna ulaşmıştır. Gençtürk vd. (2008) meslek yüksekokulu öğrencilerinin aldıkları muhasebe ve finans eğitimine olan bakış açılarını 1.sınıf ve 2.sınıflar arasında farklılık olup olmadığını araştırmışlardır ve 2.sınıftaki öğrencilerin uygulamalı eğitim ve derslerde konferans vb.

etkinliklere de yer verilmesini istedikleri sonucuna ulaşmıştır. Zeytinoğlu(2012) da meslek yüksekokullarda, muhasebe dersi alan öğrencilerin muhasebe eğitimine karşı tutum ve beklentilerini araştırmıştır. En belirgin öğrenci beklentilerinin, üniversiteden kendilerine olan güvenlerini kuvvetlendirmek ve yeni düşüncelere sahip olmalarını sağlamaları olduğunu tespit etmiştir. Bulca ve Erem (2014) çalışmalarında meslek yüksekokulu öğrencilerinin muhasebe ve finans eğitimine ve öğretim elemanlarına bakış açıları araştırmışlardır. Çalışmaya göre, öğrencilerin muhasebe ve finans eğitiminin meslek yaşamının ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikte olduğunu düşündüklerini ancak ikinci sınıf öğrencilerinin okuldan beklentilerinin gerçekleşmediği sonucuna ulaşmışlardır. Atmaca ve Coşgun (2014) meslek yüksekokullarındaki muhasebe dersi alan öğrencilerin muhasebe eğitimine karşı tutum ve beklentilerini araştırmış ve öğrencilerin en önemli beklentisinin uygulamalı eğitim almak olduğunu tespit etmiştir. Bu tür çalışmalarda uygulamalı eğitim beklentisi ön plana çıkmaktadır. Bu süreçte son yıllarda, pek çok üniversitede iki yıllık bölümlerde eğitimin, dördüncü yarıyıldarda iş başı eğitim biçiminde tasarlandığı görülmektedir.

Dört yıllık bölümlerle ilgi olarak da çok sayıda çalışma görülmektedir. Civan ve Cenger (2010) finansal yönetim dersini alan öğrencilerin bu derse olan genel algısı ve finans eğitiminden beklentilerini belirlemeye yönelik bir araştırma yapmışlardır. Yazarlar araştırmalarının teorik bölümünde finans eğitimini incelemişler, uygulama kısmında ise 8 üniversitede öğrencilerin finans eğitimine karşı olan genel tutumları ve öğrencilerin üniversiteden beklentilerini içeren bir anket çalışması yapmışlardır. Buna göre verilen eğitimde teknolojiyen daha fazla yararlanılmasının, teorik ve uygulamanın beraber verilmesi halinde daha faydalı olacağına ve öğrencilere staj imkanının sağlanması halinde eğitimin daha fazla verimli olacağı sonucuna ulaşmışlardır.

Korukoğlu (2003) üniversite öğrencilerinin okudukları bölümlere ilişkin bilgi düzeylerini, öğrencilerin bölümlerine ilişkin tutumlarını ve öğrencilerin beklentilerini ölçmeye yönelik bir araştırma yapmış ve öğrencilerin beklentilerini dikkate alan bir üniversitenin daha verimli olacağını düşündüklerini tespit etmiştir.

Şahin vd. (2011) öğrencilerin hayata ve okudukları bölüme bakış açıları ve üniversitedeki eğitimlerinden beklentilerini araştırmışlar ve öğrencilerin üniversiteden beklentilerinin başında mesleğe hazırlanma olduğu tespit edilmiştir. İkinci ve Burgaz (2007) öğrencilerin okudukları üniversitenin akademik danışmanlarına ve verilen akademik hizmetlere ilişkin mevcut algılarını ve beklentilerini araştırmıştır. Yazarlar, çalışmalarında anket yöntemi kullanılmış olup öğrencilerin meslek tanıtım faaliyetleri beklentisi içerisinde olduklarını ve öğretim elemanlarından ders içerisinde daha verimli aktiviteler beklentisi içerisinde olduklarını tespit etmiştir.

Tümer vd. (2010) üniversite öğrencilerinin öğretim elemanlarından beklentilerini ve bu beklentilerini okudukları fakülte ya da yüksekokula göre,

öğrencinin yaşına göre, mezun olunan lise türüne göre, liseden mezun olunan bölüme göre ve öğrenim türüne göre öğretim elemanlarından beklentilerini araştırmışlardır. Çalışma sonucuna göre öğrencilerin teorik bilgiye daha az önem verdiklerini tespit etmişlerdir. Tuğay (2014) muhasebe dersi alan öğrencilerin muhasebe dersine bakış açıları ve öğrencilerin öğretim elemanlarından beklentileri araştırılmıştır ve öğrencilerin beklentisinin öğretim elemanlarından teknolojiden daha çok yararlanmaları olduğunu tespit etmiştir.

Erdem ve Şenol (2015) üniversitede turizm eğitimi alan öğrencilerin üniversitedeki mevcut durumdan ve bölümlerindeki memnuniyeti ve mesleğe karşı olan tutumu araştırmışlar; öğrencilerin turizm mesleğine bakış açılarını ortaya koymuşlar ve bu alanda iş olanaklarının fazla olduğunu düşündüklerini tespit etmiştir. Tayyar ve Dilşeker (2012) devlet ve vakıf üniversitelerinde okuyan öğrencilerin buldukları üniversitenin fiziksel özelliklerini, öğrencilere sunulan hizmetlere, akademik ve akademik olmayan personellerin durumlarını mevcut algıları ve memnuniyet düzeylerini ölçen araştırma yapmışlardır. Çalışma sonuçlarına göre; memnuniyet, sadakat ve tavsiye arasındaki ilişkinin kuvvetli olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Yüksek lisans düzeyinde de yapılan çalışmalar bulunmaktadır. Arı vd. (2005) lisansüstü eğitim alan öğrencilerin aldıkları eğitime bakış açıları ve eğitimden beklentileri araştırılmış ve öğrencilerin birtakım beklenti içerisinde olduklarını tespit etmiştir. Bu beklentiler içerisinde; diğer üniversitedeki öğretim elemanlarından yararlanma ve lisansüstü eğitime geçmeden önce yabancı dil eğitimi alma mevcuttur. Demirbolat (2005) yüksek lisans öğrencilerinin aldıkları eğitim ve öğretim elemanlarından beklentileri araştırdığı çalışmasında, öğrencilerin derslerde geleneksel öğretim metotlarının kullanılmasını istemediklerini tespit etmiştir.

III. Yöntem Ve Bulgular

Bu bölüm, Çalışmadaki amaç, veri yapısı, kayıp veri analizi, tanımlatıcı istatistikler ve çalışmanın ana bulguları ile devam etmektedir.

A. Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı bankacılık ve finans eğitimi alan lisans öğrencilerinin üniversite ve meslek yaşamına ilişkin algı ve beklenti düzeylerini ölçmektir. Ayrıca, öğrencilerin öğrenim gördükleri sınıfların ve yaşların bu algılar üzerinde farklılık yaratıp yaratmadığı araştırılmaktadır.

B. Veri Yapısı

Çalışmanın verileri ankete dayalıdır. Ana kütleyi Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Bankacılık ve Finans Bölümünde öğrenim gören 577 öğrenci oluşturmaktadır. Örneklem 353 kişiden oluşmakta ve ana kütleyi temsil oranı %61,2'dir. 4 yıllık bir bölüm olan Bankacılık ve Finans bölümü, araştırma döneminde 3 yıldır öğrenci kabul etmiş durumdadır.

Çalışmaya 2'si demografik, 30'u algı ve beklentileri ölçen 32 soru dahil edilmiştir. Anketin oluşturulmasında Gökgez ve Zeytin (2012), Avcı (2011),

Owen vd. (2012), Ustasüleyman (2009), Bulca ve Erem (2014) ile Tayyar ve Dilşeker (2013) gibi çalışmalardan yararlanılmıştır. Algı ve beklentilere ilişkin sorular “1-Kesin katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum ve 5-Kesin katılıyorum” biçiminde kodlanmıştır.

C. Veri Analiz Yöntemleri

Çalışmaya önce kayıp verilerin tamamlanması ile başlanmıştır. Çünkü kayıp veriler Rubin’in de (1987) belirttiği gibi yanlılığa ve analiz sonucunun doğru tahmin edilmesini olumsuz etkilemektedir. Kayıp verilerin analizine bakıldığında araştırma kapsamında toplanan 353 ankette yer alan 10.590 (353*30) veri içinde 89 kayıp veriye ulaşılmıştır. Bu kayıp veriler, SPSS 20 programında yer alan EM (Expectation Maximization) algoritması kullanılarak tamamlanmıştır.

Veri setlerinde aşırı uç değerler, bir hipotezin istatistiksel olarak olmaması gerekirken anlamlı ya da anlamsız çıkmasına sebep olabilmektedir (Mertler ve Vannatta, 2005). Bu nedenle bu veriler örneklemeden çıkarılır. Veri setinin normal dağılıp dağılmadığı, model analizinde kullanılacak tahmin yönteminin belirlenmesi açısından oldukça önemlidir. Bu nedenle, analizlere geçmeden önce verilerin normal dağılıp dağılmadığını belirlemek için kurtosis (basıklık) ve skewness (çarpıklık) değerlerine bakılmıştır. Bu değerlerin, literatürde yer alan Pesonen(1975) ve D'Agostino ve Lee (1977) tarafından önerilen aralıklarda olduğu gözlemlendikten sonra analize geçilmiştir.

Analizlerde çok sayıda değişken kullanmak yerine, boyut indirgeme yoluna gidilmiştir. Çalışmada, zaten birbirleriyle ilişkisi olan gözlenen değişkenleri küçük bir set (bileşen –component) halinde toplayan temel bileşenler analizi (Baglin, 2014) uygulanmıştır. Temel bileşenler analizinde maddeleri boyutlandırmak için dik (orthogonal) döndürme yöntemlerinden en uygun olan varimax döndürme yöntemi (Abdi ve Williams, 2010) kullanılmıştır.

D. Tanımlayıcı İstatistikler

Çalışmada yer alan demografik sorular öğrencilerin bulunduğu sınıf ve öğrencilerin yaşlarıdır. Tablo 4’de de görüldüğü gibi öğrencilerin %34,6’sı birinci sınıfta iken, ikinci sınıfta bulunan öğrencilerin oranı %29,2 ve üçüncü sınıftaki öğrencilerin oranı %35,5’tir. Yaş dağılımına bakıldığında en çok öğrenci %52,7 ile 20-21 yaş grubunda bulunmaktadır.

Tablo 4: Demografik İstatistikler

Sınıf	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1.	122	34,6	35,3	35,3
2.	101	28,6	29,2	64,5
3.	123	34,8	35,5	100,0
Toplam	346	98,0	100,0	
Kayıp	7	2,0		
Toplam	353	100,0		
Yaş	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
20 >	111	31,4	33,2	33,2
20-21	176	49,9	52,7	85,9
21 <	47	13,3	14,1	100,0
Total	334	94,6	100,0	
Kayıp	19	5,4		
Toplam	353	100,0		

Tablo 5 öğrencilerin mezun olduktan sonra öğretim gördükleri dalla ilgili meslek tercihlerini göstermektedir. Tabloya göre, Bankacılık ve Finans bölümü öğrencilerinin mezuniyet sonrasında en çok tercih ettikleri iş sahası olarak bankalar önemli bir yer tutmaktadır. Öğrencilerin %61,7'lik kısmı bankalarda çalışmayı istemektedir. Kamuya ait Sermaye Piyasası Kurumu gibi yerler %65,5 ile en çok istenen çalışma yerleridir. Bunun nedeni kamunun büyük ölçüde iş garantisi veriyor olmasıdır. En az tercih edilen çalışma yeri %25,6 ile sigortacılık işletmeleridir. Bunda bölümde sigorta alanında derslerin bulunmamasının rolü olduğu söylenebilir. Tabloya göre, kendi işini kurmak isteyenlerin oranı %32,4'te kalmaktadır.

Tablo 5: Mezuniyet Sonrası Kariyer Tercihleri

	Kesin Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsız	Katılıyorum	Kesin Katılıyorum
Banka	27 (%7,8)	52 (%15,1)	53 (%15,4)	119 (%34,5)	94 (%27,2)
Sigorta	57 (%16,4)	105 (%30,2)	97 (%27,9)	65 (%18,7)	24 (%6,9)
Aracı Kurumlar	34 (%9,6)	76 (%22,1)	116 (%33,7)	95 (%27,6)	23 (%6,7)
Diğer	18 (%5,1)	40 (%11,4)	64 (%18,2)	165 (%46,9)	65 (%18,5)
Finansal Kurumlar					
Özel	34 (%9,8)	72 (%20,4)	76 (%22,0)	112 (%32,4)	52 (%15,0)
Şirketler					
Kamu Kurumları	21 (%6,0)	41 (%11,8)	58 (%16,7)	131 (%37,6)	97 (%27,9)
Kendi işimi kurmak isterim	59 (%16,8)	70 (%19,9)	108 (%30,8)	70 (%19,9)	44 (%12,5)
Diğer İşler	87 (%25,0)	98 (%28,2)	93 (%26,3)	36 (%10,3)	34 (%9,8)

a. Finansal Sektör Algısı

Finans bölümü öğrencileri mezuniyet sonrası finansal sistemin unsurlarından özel şirketler, bankalar, sigorta şirketleri, aracı kurumlar, borsalar, sermaye piyasası kurulu ve bunun gibi kurumlarda iş bulma olanağına sahiptir. Öğrencinin ileride içinde yer alacağı ortamın koşullarının farkında olması, ileriye dönük olarak kendini hazırlaması açısından değerlidir.

Öğrencilerin finansal sektördeki çalışma ortamına ilişkin algılarını ölçmek amacıyla literatürde yapılan çalışmalardan da faydalanılarak 10 adet soru seçilmiştir. Bu sorulara ilişkin olarak öğrencilerin algıları Tablo 6'da gösterilmektedir.

Tablo 6 öğrencilerin büyük ölçüde finans sektörünün iletişim becerisi gerektirdiğini, disiplinli bir çalışma ortamına sahip olduğunu, teknolojiyi yakından takip eden bir sektör olduğunu ve bulunan diğer özelliklerin büyük oranda farkında olduklarını göstermektedir. Bununla birlikte iş yoğunluğunun da çok fazla olduğuna inanılmaktadır.

Tablo 6: *Finansal Sektör Algısına İlişkin Yargıların Dağılımı*

Kod	Yargı	1 %	2%	3%	4%	5%
SA1	Finans sektörü etkili iletişim becerisi gerektirir	2.9	4.0	3.4	44.5	45.1
SA2	Finans sektörü disiplinli bir çalışma ortamına sahiptir	2.6	3.8	4.9	43.1	45.7
SA3	Finans sektörü teknolojik yenilikleri yakından takip eden bir sektördür	2.9	4.9	12.7	42.4	37.2
SA4	Finans sektörü gizliliğe önem veren bir sektördür	3.2	4.6	20.3	34.4	37.5
SA5	Finans sektöründe iş yoğunluğu azdır	36.0	40.9	12.9	8.0	2.3
SA6	Finans sektöründe başarılı olmak için ekip çalışmasına yatkın olmak gerekmektedir	2.3	5.2	16.7	46.6	29.3
SA7	Finans sektöründeki meslekler yeniliklere açıktır	3.7	4.8	12.0	51.6	27.9
SA8	Finans sektöründe işte yükselme olanakları fazladır	3.8	9.0	9.6	55.2	22.4
SA9	Finans sektörü kişisel gelişimime olanak sağlayabilecek bir iş yaşamı sunar	5.4	10.6	13.5	50.7	19.8
SA10	Finans sektöründeki çalışanların ücretleri diğer sektörelere göre yüksektir	5.1	23.4	21.4	44.4	5.7

1:Kesinlikle Katılmıyorum 2:Katılmıyorum 3:Fikrim Yok 4:Katılıyorum 5:Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 7 ise öğrencilerin finansal sektör algılamalarına ilişkin algı ortalamalarını ve normallik dağılım ölçülerini göstermektedir. Tabloya bakıldığında, tüm sorulara verilen puanların 3'ün üzerinde olduğu görülmektedir. Bu durum, finans bölümündeki öğrencilerin ileride çalışacakları iş yaşamı hakkındaki sorulara büyük ölçüde katıldıklarını göstermektedir.

Tablo 7: Finansal Sektör Algısına İlişkin Ortalama ve Normal Dağılım Ölçüleri

	N	Ortalama	Std.	Çarpıklık		Basıklık	
		a	Sapma	İstatistik	Std. Hata	İstatistik	Std. Hata
SA1	353	4,2526	,91343	-1,741	,130	3,445	,259
SA2	353	4,2388	,91590	-1,617	,130	2,925	,259
SA3	353	4,0583	,97010	-1,187	,130	1,337	,259
SA4	353	3,9856	1,01973	-,942	,130	,526	,259
SA5	353	3,9827	1,02799	-1,002	,130	,444	,259
SA6	353	3,9474	,93526	-,961	,130	,931	,259
SA7	353	3,9431	,97381	-1,254	,130	1,682	,259
SA8	353	3,8303	,98710	-1,129	,130	1,061	,259
SA9	353	3,6858	1,07105	-,935	,130	,293	,259
SA10	353	3,2219	1,02930	-,424	,130	-,763	,259
N	353						

b. Finansal Sektörden Beklentiler

Tablo 8 öğrencilerin finans kurumlarından beklentilerini göstermektedir. Tablodaki tüm yargılar öğrenciler tarafından %90'dan az olmamak üzere kabul edilmektedir. Öğrencilerin kurumlardan en büyük beklentileri arasında sektörle ilgili bilgilendirme yapılması ve kurumlarla iletişim kurulabilmesi gelmektedir.

Tablo 8: Finansal Sektörden Beklentilere İlişkin Yargıların Dağılımı

Kod	Yargı	1%	2%	3%	4%	5%
SB1	Sektörü daha iyi tanımam için çalışanların bizleri bilgilendirmesini isterim	3.4	2.3	2.6	31.9	59.8
SB2	Finans kurumlarının öğrenciler ile daha çok etkileşimde olmasını isterim	3.4	2.9	1.4	35.4	56.9
SB3	Finans kurumlarının sektörü yakından tanımam için kariyer günleri düzenlemesini isterim	2.6	2.6	8.2	34.1	52.6
SB4	Sektörü yakından tanımak için ilgili finans kuruluşlarına online ortamda kolay ulaşmak isterim	2.3	2.0	4.6	47.1	44.0
SB5	Sektörde çalışanlara kolay ulaşabilmek isterim	2.0	4.3	4.9	45.6	43.3

1:Kesinlikle Katılmıyorum 2:Katılmıyorum 3:Fikrim Yok 4:Katılıyorum 5:Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 9'da beklenti ortalamalarının tüm sorular için 4'ten büyük olduğu görülmektedir. Bu da, öğrencilerin sektörden beklentilerinin oldukça yüksek olduğu anlamını taşımaktadır. Öğrencilerin finansal kurumlardan en çok beklentisinin daha çok bilgilendirme yapılması olduğu görülmektedir.

Tablo 9: Finansal Sektörden Beklentilere İlişkin Ortalama ve Normal Dağılım Ölçüleri

	N	Ortalama		Çarpıklık		Basıklık	
		İstatistik	Ortalama a	Std. Sapma	İstatistik	Std. Hata	İstatistik
SB1	353	4,4223	,91709	-2,180	,130	5,085	,259
SB2	353	4,3917	,92086	-2,128	,130	4,869	,259
SB3	353	4,3165	,91727	-1,670	,130	3,002	,259
SB4	353	4,2829	,82895	-1,742	,130	4,346	,259
SB5	353	4,2364	,87904	-1,565	,130	2,951	,259
N	353						

c. Genel Öğretim Ortamı Yeterliliği

Bu ölçeğin hazırlanması sırasında Tayyar ve Dilşeker (2012), Bulca ve Erem'in (2014) üniversite öğrencilerinin öğretim ortamı ve öğretim elemanları ile ilgili memnuniyet düzeylerini ölçtükleri çalışmalardan da büyük ölçüde yararlanılmıştır.

Öğrencilerin, öğretim ortamına ilişkin düşüncelerinin dağılımı Tablo 10'da gösterilmektedir. Tablo 10'a göre en çok yeterli görülen yargı %47,7 ile öğretim üyeleriyle olan iletişim düzeyi olduğu görülmektedir. En düşük yeterlilik düzeyi ise %17,5 ile okulun fiziksel ortamıdır. Bu durum Tablo 11'de yer alan soru ortalama değerleri ile de ortaya çıkmaktadır.

Tablo 10: Genel Öğretim Ortamı Yeterliliğine İlişkin Yarguların Dağılımı

Kod	Yargı	1%	2%	3%	4%	5%
OA1	Öğretim üyeleri ile iletişim düzeyi yeterlidir	7.2	29.3	15.8	44.3	3.4
OA2	Öğretim üyelerinin desteği yeterlidir	9.5	29.2	15.8	40.7	4.9
OA3	Okulumuzda idari personelin desteği yeterlidir	9.1	34.1	23.0	31.0	2.8
OA4	Okul idarecilerinin desteği yeterlidir	8.3	34.8	22.4	32.8	1.7
OA5	Eğitim/öğretim etkinlikleri yeterlidir	10.3	40.8	20.7	23.9	4.3
OA6	Akademik uygulama etkinlikleri yeterlidir	10.8	43.3	20.9	22.7	2.3
OA7	Okulumuzun fiziki ortamı finansal eğitim için yeterlidir	18.1	35.5	28.9	14.9	2.6

1:Kesinlikle Katılmıyorum 2:Katılmıyorum 3:Fikrim Yok 4:Katılıyorum 5:Kesinlikle Katılıyorum

Öğrencilerin genel olarak öğretim ortamı yeterliliği konusundaki algıları yüksek değildir. En düşük yeterlilik düzeyi, yüksekokulda genel olarak öğretim faaliyetlerine uygun bir fiziksel yapının uygunluğuna ilişkin soruda (2,4792) ortaya çıkmaktadır.

Tablo 11: Genel Öğretim Ortamı Yeterliliğine İlişkin Ortalama ve Normal Dağılım Ölçüleri

	N	Ortalama	Std. Sapma	Çarpıklık		Basıklık	
	İstatistik	İstatistik	İstatistik	İstatistik	Std. Hata	İstatistik	Std. Hata
OA1	353	3,0866	1,07477	-,349	,130	-1,098	,259
OA2	353	3,0214	1,12399	-,234	,130	-1,119	,259
OA3	353	2,8475	1,05277	-,014	,130	-1,039	,259
OA4	353	2,8461	1,02507	-,055	,130	-1,108	,259
OA5	353	2,7073	1,06967	,301	,130	-,832	,259
OA6	353	2,6140	1,01715	,337	,130	-,786	,259
OA7	353	2,4792	1,03020	,319	,130	-,565	,259
N	353						

d. Öğretim Ortamından Beklentiler

Öğrencilerin okuldan beklentilerinin anlaşılması daha başarılı sonuçları ortaya çıkaracak öğretim ortamının dizaynı bakımından değerli bilgiler sunmaktadır. Tablo 12 öğrencilerin okul ortamından beklentilerini göstermektedir. Tabloya göre en büyük beklenti %92,9 ile sektör temsilcilerinin derslere davet edilmesi ve iş yeri ziyaretleri (%91,8) düzenlenmesidir.

Tablo 13'te öğrencilerin akademik birimlerinden beklentileri yer almaktadır. Öğrencilerin okullarından en büyük beklentisini piyasa profesyonellerini akademik derslere entegre etmek (4,5224) oluşturmaktadır. Bunun yanında teknik geziler, farklı kurslar, ders içeriklerinin finansal yaşamın gerekleri için daha uygun olması beklenmektedir. Öğretim sürecinde teorik bilgiye ağırlık verilmesi isteği ise en düşük düzeyde (3,2652) kalan beklenti olarak ortaya çıkmaktadır.

Tablo 12: Öğretim Ortamından Beklentiler İlişkin Yarguların Dağılımı

		1%	2%	3%	4%	5%
OA1	Sektörde deneyimli çalışanlar derslere davet edilmelidir	1.7	3.1	2.3	27.1	65.8
OA2	Daha fazla teknik gezi(iş yeri ziyareti gibi) düzenlenmelidir	1.7	3.1	3.4	31.1	60.7
OA3	Finans sektörüne uygun becerilerimi geliştirici kurslar açılmalıdır	1.7	2.0	4.8	34.8	56.7
OA4	Derslerin içeriği finans sektörünün gereklerini karşılayacak düzeyde olmalıdır	1.1	3.4	3.7	35.4	56.4
OA5	Daha fazla etkinlik (seminer, konferans, panel vb) düzenlenmelidir	1.4	4.3	4.6	38.9	50.9
OA6	Finansal güncel sektör haberlerine derslerde yer verilmelidir	2.3	2.9	5.8	40.9	48.1
OA7	Derslerimizde uygulamalı bilgiye ağırlık verilmelidir	4.3	9.9	5.2	33.0	47.5
OA8	Derslerimizde teorik bilgiye ağırlık verilmelidir	11.5	20.4	14.1	37.6	16.4

1:Kesinlikle Katılmıyorum 2:Katılmıyorum 3:Fikrim Yok 4:Katılıyorum 5:Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 13: Öğretim Ortamından Beklentilere İlişkin Ortalama ve Normal Dağılım Ölçüleri

	N	Ortalama	Std. Sapma	Çarpıklık		Basıklık	
	İstatistik	İstatistik	İstatistik	İstatistik	Std. Hata	İstatistik	Std. Hata
OA1	353	4,5224	,82913	-2,282	,130	5,725	,259
OB2	353	4,4576	,84200	-2,035	,130	4,657	,259
OB3	353	4,4283	,81539	-1,918	,130	4,612	,259
OB4	353	4,4249	,81230	-1,819	,130	3,909	,259
OB5	353	4,3343	,86273	-1,637	,130	2,988	,259
OB6	353	4,3008	,87465	-1,707	,130	3,534	,259
OB7	353	4,0933	1,13442	-1,288	,130	,753	,259
OB8	353	3,2652	1,26773	-,366	,130	-1,023	,259
N	353						

e. Temel Bileşenler Analizi

Öğrencilerin yaşı ve buldukları sınıfların algı ve beklentiler üzerindeki etkisini daha az sayıda değişken kullanarak araştırmak için faktör grupları belirlenmektedir. Ortaya çıkan tüm faktör gruplarında KMO Barlet test sonuçları 0,50 değerinin üzerindedir. Bu sonuç çalışmadaki örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu göstermektedir.

Öğrencilerin finansal sektöre ilişkin ölçeği temel bileşenler analizine tabi tutulmuştur. Analiz sırasında Finansal Sektör Algısı ölçeğinde yer alan SA8 ve SA10 dışındaki sorular tek bir faktörde toplanmıştır. Bu iki soru, anlamlı bir faktör oluşturmadığı için analizden çıkarılmıştır. Finansal Sektörden Beklentiler ölçeğindeki tüm sorular tek bir faktörde toplanmıştır. Genel Öğretim Ortamı Yeterliliği ölçeğinde ise OA6 sorusu faktör dışında kalmakta, diğer tüm sorular tek bir faktörde toplanmaktadır. Öğretim Ortamından Beklentiler ölçeğinde “OB8 Daha çok teorik bilgi verilmelidir” sorusu ölçekten çıkarılmıştır. Sonuçlar Tablo 14’te gösterilmiştir. Finansal sektör algısı içinde en önemli görülen soru “Finans sektörünün etkili iletişim becerisi gerektirir” sorudur.

f. Varyans Analizi Bulguları

Öğrencilerin yaş ve sınıflarının finans sektöründeki iş ortamı algısı ve sektörden beklentiler ile öğretim ortamı üzerinde değerlendirmelerinin ve beklentilerinin farklılık yaratıp yaratmadığını ortaya çıkarmak için tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Öncelikle varyansların homojenlik testi yapılmıştır. Varyansları homojen olmayan sorularda Games-Howel testi kullanılmıştır. Öğrencilerin sınıfları ile ilgili test sonuçları Tablo 15’te, yaşları ilgili test Tablo 16’da görülmektedir.

Tablo 14: Ölçeklere İlişkin Temel Bileşenler Analizi Sonuçları

Soru No	İfade	Yük değeri
Finansal Sektör Algısı		
SA1	Finans sektörü etkili iletişim becerisi gerektirir.	0,821
SA2	Finans sektörü disiplinli bir çalışma ortamına sahiptir.	0,778
SA3	Finans sektörü teknolojik yenilikleri yakından takip eden bir sektördür.	0,763
SA6	Finans sektöründe başarılı olmak için ekip çalışmasına yatkın olmak gerekmektedir.	0,738
SA7	Finans sektöründeki meslekler yeniliklere açıktır.	0,718
SA4	Finans sektörü gizliliğe önem veren bir sektördür.	0,605
SA9	Finans sektörü kişisel gelişimime olanak sağlayabilecek bir iş yaşamı sunar.	0,469
SA5	Finans sektöründe iş yoğunluğu azdır.	0,463
Özdeğer	: 3,721	% Toplam Varyans : 46,513
Toplam Varyans	: 46,513	KMO : ,876
Alfa	: ,821	
Finansal Sektörden Beklentiler		
SB1	Sektörü daha iyi tanımak için çalışanlardan bilgilendirme isterim.	0,869
SB4	İlgili finans kuruluşlarına online ortamda kolay ulaşmak isterim.	0,821
SB5	Sektörde çalışanlara kolay ulaşabilmek isterim.	0,813
SB3	Finans kurumlarının sektörü yakından tanımam için kariyer günleri düzenlemesini isterim.	0,812
SB2	Finansal kurumlarının öğrenciler ile daha çok etkileşimde olmasını isterim.	0,809
Özdeğer	: 3,406	% Toplam Varyans : 68,126
Toplam Varyans	: 68,126	KMO : ,853
Alfa	: ,882	
Genel Öğretim Ortamı Yeterliliği		
OA4	Okul idarecilerinin desteği yeterlidir.	0,849
OA2	Öğretim üyelerinin desteği yeterlidir.	0,845
OA3	Okulumuzda İdari personelin desteği yeterlidir.	0,796
OA1	Öğretim üyeleri ile iletişim düzeyi yeterlidir.	0,731
OA5	Eğitim/öğretim etkinlikleri yeterlidir.	0,713
OA7	Okulumuzun fiziki ortamı finansal eğitim için yeterlidir.	0,520
Özdeğer	: 3,382	% Toplam Varyans : 56,364
Toplam Varyans	: 56,364	KMO : ,821
Alfa	: ,840	
Öğretim Ortamından Beklentiler		
OA1	Sektörde deneyimli çalışanlar derslere de davet edilmelidir.	0,856
OB3	Finans sektörüne uygun becerilerimi geliştirici kurslar açılmalıdır.	0,852
OB4	Derslerin içeriği finans sektörünün gereklerini karşılayacak düzeyde olmalıdır.	0,851
OB2	Daha fazla teknik gezi (iş yeri ziyareti gibi) düzenlenmelidir.	0,846
OB6	Finansal güncel sektör haberlerine derslerde yer verilmelidir.	0,789
OB5	Daha fazla etkinlik (seminer, konferans, panel gibi) düzenlenmelidir.	0,762
OB7	Derslerimizde daha fazla uygulamalı bilgi verilmelidir.	0,399
Özdeğer	: 4,263	% Toplam Varyans : 60,906
Toplam Varyans	: 60,906	KMO : ,888
Alfa	: ,870	

Tablo 15’te öğrencilerin sınıflarına göre tüm ölçek düzeylerinde diğer sınıflardan farklı düşündükleri görülmektedir. Bu öğrencilerin finansal sektör ve öğretim ortamını değerlendirmelerin yanında beklentilerinin de diğer sınıflara göre istatistiki olarak anlamlı bir biçimde düşük olduğu görülmektedir. Buna göre ilk yıl yüksek olan değerlendirme ve beklenti puanları ikinci sınıfta düşmekte ve üçüncü sınıfa gelindiğinde tekrar yükselişe geçmektedir. Bu durumun nedeni olarak, sınıflara göre ders ve ders içeriklerinin farklı olması akla gelmektedir. Şöyle ki, bankacılık ve finans bölümündeki birinci sınıf öğrencileri üniversitelerdeki tüm sosyal bölümlerde olduğu gibi, çoğu ortak içerikli dersler almaktadır. Bu bölümde ikinci sınıfa gelindiğinde, finans alanındaki dersler tüm dersler içinde büyük bir ağırlık kazanmakta, hemen hemen tüm dersler finans içerikli olmaktadır. Üçüncü sınıfa gelindiğinde öğrenciler ders içeriklerindeki yoğun değişime uyum sağlamakta ve düşünceler tekrar birinci sınıftaki seviyeye yaklaşmaktadır.

Tablo 15: Öğrencilerin Sınıfı İle Öğretim Ortamı Algısı (ÖO) ve Beklentileri (ÖB), Finansal Sektör Algısı (SA) ve Beklentileri (SB) Arasındaki Tek Yönlü Varyans Analizi

Faktör	Sınıfı	Ortalama	Std.sapma	F değeri	P değeri
(SA) Finansal Sektör Algısı	1	4,1725	,52041	6,148	,002
	2	3,8956	,85552		
	3	3,9394	,55749		
(SB) Finansal Sektörden Beklentiler	1	4,4444	,63892	1,828	,036
	2	4,1878	,91318		
	3	4,3130	,66269		
(OA) Genel Öğretim Ortamı Yeterliliği	1	2,7747	,78811	2,154	,030
	2	2,7230	,81231		
	3	2,9804	,73871		
(OB) Öğretim Ortamından Beklentiler	1	4,1087	,47448	3,241	,040
	2	3,9298	,73287		
	3	4,0946	,50750		

Öğrencilerin yaşının etkisi de Tablo 16’da görülmektedir. Öğrencilerin yaşı, finansal yaşamla ilgili algı düzeylerini ve okul ortamına ilişkin algıları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ($P > 0,050$) bir farklılığa yol açmamaktadır. Ancak, öğrencilerin yaşı sektörden ve okuldan olan beklentiler üzerinde farklılık yaratmaktadır.

Tablo-16: Öğrencilerin Yaşı İle Öğretim Ortamı Algısı (ÖO) ve Beklentileri (ÖB), Finansal Sektör Algısı (SA) ve Beklentileri (SB) Arasındaki Tek Yönlü Varyans Analizi

Faktör	Yaş Grupları	Ortalama	Std.sapma	F değeri	P değeri
(SA) Finansal Sektör Algısı	1	4,0459	,60711	1,801	,167
	2	4,0339	,62408		
	3	3,8474	,77678		
(SB) Finansal Sektörden Beklentiler	1	4,3156	,75468	5,326	,005
	2	4,4130	,62979		
	3	4,0255	,95062		
(OA) Genel Öğretim Ortamı Yeterliliği	1	2,7442	,81035	1,527	,219
	2	2,8588	,76585		
	3	2,9701	,78180		
(OB) Öğretim Ortamından Beklentiler	1	4,0657	,53866	5,928	,003
	2	4,1190	,51815		
	3	3,8029	,73604		

Buna göre; en yüksek beklenti düzeyi ikinci yaş grubu olan (20-21) yaşındakiler iken, 22 ve üstündeki yaşlarda öğrencilerin oluşturduğu üçüncü gruptaki öğrencilerin beklentilerinin şiddeti azalmaktadır. Bunun nedeni, bu yaş grubundaki öğrencilerin göreceli olarak son sınıflarda bulunmaları ve artan yaşla birlikte beklentilerini karşılama eğiliminde olabileceklerine bağlanabilecektir.

IV. Sonuç

Bu çalışmada lisans düzeyinde bankacılık ve finans eğitimi alan öğrencilerin üniversite ve meslek yaşamına ilişkin algı ve beklenti düzeyleri ölçülmektedir. Ayrıca, öğrencilerin öğrenim gördükleri sınıfların ve yaşların bu algılar üzerinde farklılık yaratıp yaratmadığı araştırılmaktadır.

Çalışma, kayıtlı 577 öğrencinin bulunduğu Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Bankacılık ve Finans Bölümü öğrencilerinden 353'ünün katıldığı anket uygulamasına dayanmaktadır. Elde edilen veriler varyans analizine tabi tutulmuştur.

Öğrencilerin finans sektörü ile ilgili sorulara verdikleri yanıtlara bakıldığında soru puan değerlerinin yüksek olduğu görülmektedir. Öğrenciler; finans sektörünün etkili iletişim becerisi gerektirdiğini, disiplinin ön planda olduğunu, sektörün teknolojik gelişmeleri yakından takip ettiğini, gizliliğe önem verildiğini, iş yoğunluğunun aşırı olmadığını, başarılı olmak için ekip çalışmasına yatkın olunması gerektiğini, sektörün yeniliklere açık olduğunu, sektörün öğrencilerin kişisel gelişimine uygun iş fırsatları sunduğunu, işte yükselme olanaklarının olduğunu, düşünmektedir. Ancak, sektördeki ücretlerin yüksek olduğu konusunda tereddütler bulunmaktadır.

Öğrencilerin sektörden beklentileri incelendiğinde tüm sorular için yüksek puan verildiği görülmüştür. Öğrencilerin en önem verdikleri beklenti, sektörün daha iyi tanıyabilmek için sektör çalışanlarının sunduğu bilgilendirme

olanaklarının artmasıdır. Bu nedenle de sektör çalışanları ile daha çok etkileşim istenmektedir. Karşılıklı etkileşim olanaklarının gelişmesi için de kariyer günler düzenlenmesi istenmektedir. Ayrıca, kurumlarla on-line iletişim olanaklarının geliştirilmesi beklenmektedir. Son sırada yer alan beklenti ise, sektör çalışanlarına daha kolay biçimde ulaşma olanağı elde etmektir.

Yüksekokuldaki öğretim ortamına ilişkin öğrenci değerlendirmelerine bakıldığında, puanların yüksek olmadığı görülmektedir. Öğrencilerin öğretim üyeleri ile iletişimi ve öğretim üyelerinin kendilerine verdikleri destek için verdikleri puan ortalamanın biraz üzerindedir. Buna karşılık, okuldaki finans öğretimi için gerekli fiziki altyapının en düşük puanı aldığı görülmüştür.

Finans öğrencilerinin okuldan beklentileri arasında en önemli unsuru sektör temsilcilerinin derslere davet edilmesi oluşturmaktadır. Finansla ilgili alanlarda becerileri geliştirecek kurslar, ders içeriklerinin finans sektörünün gereklerine uygun olarak geliştirilmeye devam edilmesi, işyeri gezileri, derslerde güncel finansal gelişmelere daha çok yer verilmesi, konferanslar verilmesi diğer önemli beklentiler arasındadır.

Çalışmada, finans öğrencilerinin sınıf ve yaşlarının algı ve beklentiler üzerinde farklılıklar ortaya çıkardığı görülmektedir. Finans ağırlıklı yoğun derslerle ilk kez tanışan ikinci sınıf öğrencilerin memnuniyet ve beklenti düzeyleri daha düşük iken, üçüncü sınıfta motivasyonu yükselen öğrencilerin memnuniyet ve beklentilerinin de arttığı gözlenmektedir.

Öğrencilerin yaşının değişmesi de algı beklenti üzerinde farklılık ortaya çıkarmaktadır. 21 yaşından büyük öğrencilerin finansal sektör algısı, sektörden beklentileri ve okuldan beklentileri diğerlerine göre daha düşüktür. Bu öğrenciler okuldaki öğretim ortamından daha küçük yaştaki öğrencilere göre daha çok memnundur.

Çalışmanın çıkarımları şu şekilde sıralanabilir: (i) Öğrencilerin finans sektörü ile ilgili algıları ve meslek ile ilgili beklentileri analiz edilmesi eğitim politikalarına katkı yapacaktır. (ii) Öğrencilerin finans sektöründen beklentilerinin belirlenmesi, eğitim kurumları ile sektör temsilcileri arasında iletişim ve işbirliği gereksinimini ortaya koymaktadır. (iii) İşbirliğinin gelişmesi hem öğrencilerin sektöre uygun yetişmeleri hem de sektörün gelişimine uygun işgücü gereksinimini sağlamak bakımından önem kazanmaktadır.

Buna göre farklı kesimler açısından kazanımlar şu biçimde sıralanabilir: (i) Öğrenciler daha etkili öğrenme süreci sonunda iş yaşamına katılabilir. Bu da iş yaşamında daha mutlu insan ve etkili hizmeti ortaya çıkarabilir. (ii) Finans Sektörünün iş gereklerine daha uygun işgücü olanakları artar, bunun sonucunda iş öncesi işe alıştırma ve benzeri maliyetlerden tasarruf sağlanabilir ve iş süreçlerinde etkinlik artabilir. (iii) Kamunun daha kaliteli hizmet alması mümkün olabilir. (iv) Finansal yaşamda etkinliğin artması katma değeri yüksek hizmetleri ortaya çıkarabilir bu da devletin vergi ve benzeri gelirleri üzerinde olumlu etki ortaya çıkarabilir.

Kaynaklar

- Abdi, H., ve Williams, L. J. (2010). Principal component analysis. Wiley Interdisciplinary Reviews: Computational Statistics, 2(4), ss.433-459.
- Arı, E., Pehlivanlar, E., ve Çömek, A. (2005). "Lisansüstü eğitimi öğrencilerinin gördükleri eğitim hakkındaki beklenti ve görüşlerinin belirlenmesi", *DEU Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, (Özel sayı 1), ss.231-235.
- Arslan, K. (2002). "Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 3(2), ss.1-11.
- Atmaca, M., ve Coşgun, N. (2014). "Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'ne Bağlı Meslek Yüksek Okullarında Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Motivasyonlarının ve Beklentilerinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma", *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(1), ss.167-184.
- Avcı, N. (2011). "Turizm Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin İş Değerleri: Çeşme Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), ss.7-18.
- Baglin, J. (2014). "Improving Your Exploratory Factor Analysis for Ordinal Data: A Demonstration Using FACTOR", *Practical Assessment, Research ve Evaluation*, 19(5),ss. 2-14.
- Bulca, H., ve Erem, I. (2014). "Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Muhasebe ve Finans Eğitimine Yönelik Düşünceleri: Uşak Üniversitesi'nde Bir Araştırma", *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(19), ss.67-94.
- Büyüksalvarcı, A., Güler, S., ve Taner, B. (2011). "Türkiye'de Lisans Düzeyinde Finans Eğitim Konuları: Eğiticimler ve Uygulayıcıların Görüşleri Kapsamında Mevcut Durum ve Beklentiler", *Ege Akademik Bakış*, 11(3), ss.479-486.
- Civan, M., ve Cenger, H. (2010). "Finansal Yönetim Dersini Almış Öğrencilerin Finans Eğitimi Beklentilerini Ölçmeye Yönelik Yapılan Bir Çalışma", *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 46, ss.84-99
- Demirbolat, A. O. (2005). "Yüksek Lisans Öğrencilerinin Program ve Öğretim Elemanlarından Beklentileri", *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(1), ss.47-64.
- D'Agostino, R. B. ve Lee A. F. S. (1977). "Robustness of location estimators under changes of population kurtosis", *Journal of the American Statistical Association*, 72, ss.393-396
- Ekinci, C. E., ve Burgaz, B. (2007). "Hacettepe Üniversitesi Öğrencilerinin Bazı Akademik Hizmetlere İlişkin Beklenti ve Memnuniyet Düzeyleri", *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33(33), ss.120-134.
- Erdem, B., ve Şenol, F. (2015). "Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Öğrenim Gördükleri Üniversiteye İlişkin Memnuniyet

- Algıları: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Örneği”, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(5), ss.176-196.
- Gençtürk, M., Demir, Y., ve Çarıkçı, O. (2008). “Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Muhasebe-Finans Eğitimine Bakış Açıları ve Farkındalıkları Üzerine Bir Uygulama”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(1), ss.209-228.
- Gökgöz, A., ve Zeytin, M. (2012). “Muhasebe Meslek Mensuplarının Mesleki Faaliyetlerinde Karşılaştıkları Sorunlar ve Beklentileri: Bilecik ve Yalova İlleri Uygulaması”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(1), ss.477-493.
- Korukoğlu, A. (2003). “Üniversite Öğrencilerinin Eğitimden Beklentileri” Ege Üniversitesi İİBF Örneği”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1),ss.79-89.
- Mertler, CA, ve Vannatta RA. (2005). *Advanced and Multivariate Statistical Methods*. Los Angeles: Pyrczak Publishing.
- Owen, F. K., Kepir, D. D., Özdemir, S., Ulaş, Ö., ve Yılmaz, O. (2012). “Üniversite Öğrencilerinin Bölüm Seçme Nedenleri”, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(3), ss.135-151.
- Pesonen E. (1975). “NP-technique as a tool in decision making”. *Astin Bulletin*, 8, ss.359-363.
- Rubin, D. B. (1987). *Multiple imputation for nonresponse in surveys*. John Wiley ve Sons.
- Şahin, İ., Zoraloğlu, Y. R., ve Fırat, N. Ş. (2011). “Üniversite Öğrencilerinin Yaşam Amaçları, Eğitsel Hedefleri Üniversite Öğreniminden Beklentileri ve Memnuniyet Durumları”, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 17(3), ss.429-452.
- Tayyar, N., ve Dilşeker, F. (2013). “Devlet ve Vakıf Üniversitelerinde Hizmet Kalitesi ve İmajın Öğrenci Memnuniyetine Etkisi”, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, (28), ss.184-204.
- Tuğay, O. (2014). “Muhasebe Dersi Alan Öğrencilerin Muhasebe Dersine Yönelik Algıları ve Muhasebe Öğretim Elemanlarından Beklentileri Üzerine Mehmet Akif Ersoy Üniversitesinde Bir Araştırma”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 9(3), ss.49-68.
- Tuncer, M. (2011). “Yükseköğretim Gençliğinin Gelecek Beklentileri Üzerine Bir Araştırma”, *Electronic Turkish Studies*, 6(2), ss.935-948.
- Tümer, E. İ., Miran, B., ve Birinci, A. (2010). “Atatürk Üniversitesine Kayıtlı Öğrencilerin Öğretim Üyelerinden Beklentilerini Etkileyen Faktörlerin Analizi”, *Journal of the Faculty of Agriculture*, 41(2), ss.935-948.
- Ustasüleyman, T. (2009). “Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi: AHS-TOPSIS Yöntemi”, *Bankacılar Dergisi*, 69, ss.33-43.
- Yenen, V. Z., ve Gözülü, S. (2010). “Yüksek Öğretimde Müşteri Beklentileri: Türkiye'den örnekler”. *İTÜ Dergisi/d*, 2(2), ss.28-38.

Zeytinoğlu, E. (2012) “Muhasebe Bölümü Öğrencilerinin Motivasyonu ve Beklentileri Üzerine Bir Araştırma: Dumlupınar Üniversitesi Örneği”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Ocak, ss.103-115.

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, www.tcmb.gov.tr.

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, www.bddk.org.tr.

Sermaye Piyasası Kurulu, www.spk.gov.tr.

Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu, www.tmsf.org.tr.

Borsa İstanbul A.Ş, www.borsaistanbul.com.

Takasbank, www.takasbank.com.tr.

ENLARGEMENT AS A CASE SHOWING DELIBERATIVE AND REVERSIBLE NATURE OF THE EUROPEAN INTEGRATION

Yılmaz KAPLAN*

Alınış Tarihi: 18 Ekim 2016

Kabul Tarihi: 11 Aralık 2016

Abstract: This paper reports on a case study on the EU's enlargement process which aims to provide an empirical answer to the question whether the European integration is irreversible or not. In line with a Habermasian logic, the study has found that both the existing members' and new comers' behavioural patterns were mainly shaped by instrumental/strategic actions, which were inappropriate to the logic of appropriateness, during the enlargement process from the 1970s to the 2010s. Therefore, this finding supports the argument that the European integration is an outcome of member states' deliberative actions; thus, it might be reversible when member states' significant interests clash with this integration process.

Keywords: European Integration, Enlargement, Communicative Action, Agent-structure Model.

GENİŞLEME: AVRUPA ENTEGRASYONUNUN MÜZAKEREYE DAYALI VE TERSİNE DÖNEBİLİR DOĞASINI GÖSTEREN BİR VAKA

Öz: Bu makalenin amacı AB'nin genişleme süreci üzerinden bir vaka çalışması yürüterek Avrupa entegrasyonu tersine dönebilir mi sorusuna ampirik bir cevap sunmaktır. Bu çalışma Habermasçı bir mantık içerisinde 1970'lerden 2010'lara kadar süregelen AB genişleme sürecinde hem aday hem de üye ülkelerin davranışlarının uygunluk mantığına uygunsuz bir şekilde yarar odaklı stratejik hareketlerle şekillendiğini bulmuştur. Böylelikle bu bulgu 'Avrupa entegrasyonu üye ülkelerin bilinçli hareketlerinin bir ürünüdür ve üye ülkelerin hayati çıkarları bu entegrasyon süreci ile çakışırsa süreç tersine dönebilir' argümanını desteklemektedir.

Anahtar kelimeler: Avrupa Entegrasyonu, Genişleme, İletişimsel Eylem, Yapan-Yapı Modeli.

I. Introduction

The end of the Cold War created a benign political atmosphere in which the European integration had a chance to vertically and horizontally flourish in the 1990s and early 2000s. In line with this real-life development, the constructivist assumption about the future of the European integration also became highly popular in the EU studies. According to those assumptions, member states were in an Europeanization process, through which they would be melted in the EU pot, a common European identity would evolve from European nations, and a gradually deepening supranational integration would be possible (Besson, 2006; Cowles, Caporaso, and Risse, 2001; Eriksen, 2005; Habermas, 1998, 2004; Risse, 2010; Schmitter, 2000; Shore, 2001). However,

*Arş. Gör. Dr. Erzurum Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü

these assumptions were scattered by the recent developments. Mainly, the member states have a tendency to sideline the EU rules as a response to the rise of *realpolitik*. To illustrate, due to the securitization of immigration issue, Germany, Austria, France, Denmark and Sweden decided to control their own national borders (Baczynska, 2016; Traynor and Smith, 2016). Secondly, the discussions on Brexit and Grexit could be seen as national objections to Brussels' existing central power. Thirdly, sovereign debt crisis showed that there was not a solidarity among the EU's nations because the rich nations objected to bailing out other members suffering from national debt crisis, and in return, the indebted nations also revolted against the austerity plans dictated by the EU (Zielonka, 2014). Fourthly, Euroscepticism has been institutionalized as a political position against a supranational EU across the member states.

As a result, it could be argued that all Europe has woken up from a dream, and the constructivist approaches have difficulty in explaining *new Europe*. Thus, there is also a decline in the popularity of the constructivist approach in the EU studies (Blavoukos and Oikonomou, 2012; Coman and Crespy, 2014). As a result, the question: *whether the European integration is reversible or not* has become more important in the EU studies after the euro crisis (Giddens, 2013; Hayward and Wurzel, 2012; Webber, 2014; Zielonka, 2014; Zimmermann and Dur, 2012). In this sense, this paper aims to contribute an academic answer to this question by carrying out a case study on the EU's enlargement process in line with a critique of constructivism. The EU's enlargement represents the horizontal integration of Europe; thus, findings from this research might provide empirical arguments to be used to anticipate the future of the European integration process.

II. The Critique of Constructivism and the EU's Enlargement

This study mainly focuses on the critique of constructivism that it has a unidirectional/deterministic logic emphasising only one possible behaviour pattern of nation-state (an evolution from Lockean culture of anarchy to Kantian culture of peace) (Drulák, 2006). In particular, the constructivist approach perceives member states as norm-abider agents in the EU structure. Therefore, according to this approach, they would irreversibly get socialized in the EU and unconsciously adopt the EU's norms/values (Europeanization process). As a result of this socialization process, they would develop a common identity and relevant norms, and behave accordingly (a logic of appropriateness to the EU identity and norms would drive member state behaviour). Therefore, nation-state would gradually be melted into the EU pot and a supranational EU would be the final destination of the European integration process (Besson, 2006; Cowles, Caporaso, and Risse, 2001; Eriksen, 2005; Habermas, 1998, 2004; Risse, 2010; Schmitter, 2000; Shore, 2001). According to this reasoning, the EU's irreversible supranational destination mostly depends on 'socialization/Europeanization of member states'; thus, member states are

considered as an internal part of the European integration (Sending, 2002). However, this paper argues that member states are at the same time nation-states who are the most institutionalized actors in the world system; thus, they are actually exogenic actors in the EU with their stronger national identity, norms and institutions. As a result of this fact, constructivism might exaggerate the effect of 'Europeanization/socialization' on them.

Related to this problem, Thomas Risse tries to develop a better understanding with an aim to explain Europeanization in nation-state behaviour as a deliberate action. Instead of the above-mentioned 'norm-abider agent' understanding, he defines member states as deliberative actors in a normative environment from a Habermasian perspective (Risse, 2009). According to this understanding, member states deliberatively construct a collective reasoning via argumentation/persuasion and they have a tendency to abide by that new collective reasoning (communicative action) (Risse, 2000; Risse and Sikkink, 1999), therefore, the internalization of new European norms are possible through a communication process between member states (Sending, 2002: 462). Finnemore and Sikkink (1999) also accept that 'logic of appropriateness' is not the only reason driving nation-state behaviour, but according to them, persuasion is the key linking an agent's (nation-state) action to social structure (the EU).

To have a better understanding of the question how persuasion will be achieved between member states, Habermas's typology of agent actions might be more explanatory. First of all, it should be underlined that Habermas is not against the utilitarian models explaining agents' behaviour as a deliberative/instrumental action, but according to him, these models are not enough to develop a theory of rational action (Heath, 2001). For that reason, he develops a typology explaining agents' actions in a deeper framework (Maat, 2009). After defining rationality as 'a problem solving action' (Habermas, 1984: 12), he formulates three categories explaining agents' actions as instrumental, strategic or communicative actions. According to this categorization, instrumental and strategic actions are motivated by 'egocentric calculations of success'; however, although instrumental action is non-social, strategic action is a social action through which one agent tries to manipulate/convince another one or become more successful than it. Contrary to these success oriented actions, communicative action is a social action in which agents have an orientation to reaching understanding (ibid: 285-286). Therefore, according to Habermas (1984: 286):

In communicative action participants are not primarily oriented to their own individual successes; they pursue their individual goals under the condition that they can harmonize their plans of action on the basis of common situation definitions.

According to this understanding, the European integration should be an outcome of a set of communicative actions implemented by member states if the

integration is 'irreversible'. However, this paper has analysed the EU's enlargement waves and revealed that the EU's horizontal integration process actually suffers from a lack of 'communicative action'. Firstly, the paper has found that the existing member states' behaviour was mainly driven by instrumental and strategic actions; thus, they did not hesitate to implement inappropriate behaviour to the EU's norms. For example, they stretched out the enlargement related negotiations and did not hesitate to use their 'veto power' as a last resort to secure their national interests. On the other hand, the accession negotiations did not produce communicative actions perfectly embedded by new comers as a result of the hierarchical nature of the accession process; therefore, the Europeanization via enlargement conditionality was actually reversible and new comers easily displayed inappropriate behaviour to the EU's norms in the post-accession era. As a result, the findings of this paper showed that the EU's horizontal integration process suffers from a lack of communicative action; thus, they support the argument that the European integration might be reversible if it does not satisfy member states' national expectations. To show the findings above in detail, the paper firstly focuses on the existing members' inappropriate behaviour in the EU's enlargement process, and secondly, on new comers' inappropriate behaviour to the EU's norms.

A. The existing members' inappropriate behaviour

If the EU's enlargement process is analysed at a rhetorical level, it might be seen as an outcome of a communicative action. In particular, if European integration is considered as a 'lifeworld' for the member states in which they are harmonizing their specific interests via communication, this lifeworld represents the entire continent of Europe. Thus, every European country has a right to be part of it. In this sense, it will be awkward for the existing member states to object to any enlargement in this lifeworld. Especially, as enlargement is a complex issue to make clear cost-benefit calculations (Moravcsik and Schimmelfennig, 2009), it could be assumed that this complexity might bind member states' 'egocentric calculations', and the argument: *enlargement expands peace and prosperity further in Europe* might be influential over member states as a 'better argument' driving their attitudes towards enlargement. However, if the issue is analysed a bit further, it can easily be realized that enlargement actually causes significant changes and revisions in the EEC/EC/EU lifeworld; thus, the enlargement process cannot be governed by a 'better argument', but it contains serious negotiations among the member states (Finlayson, 2005: 52). Therefore, the EU's enlargement should not only become a 'better argument' but also its outcomes should be 'reasonably well' for member states.

From this perspective, the paper has found that despite their rhetorical support for enlargement, the member states' specific interests became more apparent in the enlargement related negotiations and their behavioural patterns were more similar to instrumental and strategic actions. In this regard, the most

noticeable inappropriate behaviour of member states against their initial rhetorical support for enlargement was *veto threat*. Here, the most famous case is the French President de Gaulle's double veto against the British applications in 1963 and 1967 despite the other members' strong criticisms (Dedman, 2009). At the Dublin European Council (3–4 December 1984), Greece declared that it would veto the Iberian accession until guaranteeing getting more financial aid (via Integrated Mediterranean Program) despite being another newly joined Mediterranean country and despite the criticisms of the other nine members (Brown, 1984; Getler, 1984; Lewis, 1984; The European Council, 1984). The poorer members were worried that the EFTA enlargement might result in a power shift from poor south to rich north within the Community (Hutton, 1992); thus, at the Brussels Summit (11 May 1992), Spain, Portugal and Ireland stated their intention to veto any Community decision if the EFTA countries were included in the decision making process before a satisfactory agreement on the cohesion funds (Piedrafita, 2006). Greece again threatened to veto the Eastward enlargement if Cyprus was excluded from the accession process (Bideleux and Jeffries, 1998: 648). The Dutch finance minister Gerrit Zalm also used this tool in the case of the Eastward enlargement in 1997 to push other members to accept a fairer financial system (according to the Netherlands' national interests) (Butler, 1997; O'Brennan, 2006: 45). Just before the Luxembourg European Council (1997), Spain hinted that it might veto the Eastern enlargement if its financial concerns were not met (Walker, 1997). Austria set out the resumption of the accession negotiations with Croatia as a condition to allow starting the accession negotiation with Turkey in 2005 (Watt and Smith, 2005). Greece blocked the accession negotiation with the FYR of Macedonia because of the dispute on the name: 'Macedonia', which was also a Greek region's name (Deutsche Presse-Agentur, 2009). Despite being a fervent supporter of the EU's enlargement, even Britain declared that it would veto any further enlargement unless the other EU members agreed to reform the EU's free movement of people principle to prevent the immigration influx from new members to Britain in 2013 (Meade, 2013; Waterfield, 2013). More dramatically, Cyprus, Greece, Romania, Slovakia, Spain do not recognize Kosovo's independence; thus, the EU does not have a common position on it.

In addition to the direct *veto threat*, the member states' instrumental and strategic actions also stretched out the enlargement related negotiations. For example, the Iberian enlargement process started in the late 1970s but ended in 1986 due to the difficult negotiations between the existing members on how to finance the Iberian enlargement and how to integrate the applicants' agriculture sector in the Community system. To illustrate, France and Italy asked for a protection mechanism for their own farmers before the accession of the Iberian countries (Duchene, 1982), and it took several years to reach a consensus on this mechanism. In addition to this, the solution of the British rebate problem became an implicit condition for the achievement of the Iberian enlargement

(Glencross, 2009: 95; Ruano, 2005: 268). Despite the consensus among the member states about the EFTA enlargement, it became a part of ‘deepening vs. widening’ discussions in the early 1990s. Especially, according to France, the ratification of the Maastricht Treaty was an important conditionality to the EFTA enlargement because the deepening of the integration should have a priority over the enlargement (Krotz and Schild, 2013; Preston, 1997). Although many studies explain the Eastward enlargement as an outcome of member states’ moral duty (Bafoil, 2013; Casier, 2008; Risse, 2010; F. Schimmelfennig, 2001; Schimmelfennig and Sedelmeier, 2002; Sedelmeier, 2005; Sjursen, 2002), it required deep structural reforms in the EU system (the EU’s governance and finance, the CAP, and Structural and Cohesion Funds); thus, it went hand in hand with two history-making intergovernmental conferences (the 1996 IGC and 2000 IGC), in which member states were highly sensitive about their national preferences. To illustrate, the 1996 IGC aimed to reform the EU’s financial system, the CAP, and the Structural and Cohesion Funds; however, the national preferences were so diverse that they could not reach a consensus (Sedelmeier, 2000). Therefore, the Agenda 2000 was initiated in 1997 to achieve those reforms, but the member states could not reach a consensus until the Berlin European Council on 25-26 March 1999 (The European Council, 1999). The 2000 IGC was launched in 1999 to reform the EU’s governance prior to the Eastward enlargement, and after a three-year negotiation process, the member states could finally reach an agreement on the Eastward enlargement at the Copenhagen European Council on 12-13 December 2002 (The European Council, 2002). In terms of the EU’s enlargement towards the Western Balkans and Turkey, it is still an ongoing but open-ended process in which ‘bilateral conditionality’ originating from member states’ specific interests is the main obstacle to achieving any progress (e.g. Greece vs. Macedonia, Cyprus vs. Turkey, Croatia vs. Serbia).

B. New comers’ inappropriate behaviour

The Constructivist understanding assumes that applicant countries are willing to adopt the EU’s norms; thus, enlargement might result in irreversible Europeanization in their behaviour. However, as noted above, this assumption is an outcome of a unidirectional logic focusing on one possible reality (Europeanization via enlargement) (Guba and Lincoln, 1989) but this ‘limits the space for critical thinking’ (Zehfuss, 2002: 262). Firstly, we need to be critical about this possibility because of the fact that an identity replacement from nation state towards the EU should be harder than the mentioned constructivist expectation as national-level socialization might dominate the EU-level socialization that is a relatively new undertaking compared to nation-state (Zürn and Checkel, 2005: 1075). In this sense, the embeddedness of a common action by parties needs harmonization of national interests ‘on the basis of common situation definitions’ (Habermas, 1984: 286). Therefore, Risse (2000: 19) also points out ‘non-hierarchical’ relationship between parties as a key to the

development of a communicative action. Despite this fact, when the EU's enlargement process is analysed, it could be easily seen that it has a hierarchal system in which applicant states are in an inferior position compared to the existing members during the accession negotiations, and actually, these negotiations are not real negotiations between equals but a process screening to what extent applicants have adopted the EU's existing rules/norms dictated via enlargement conditionality (Moravcsik and Vachudova, 2002). As a result of this hierarchical relationship, the accession negotiations could not produce a communicative action embedded by candidate states, and after getting rid of the accession conditionality as the sword of Damocles above their head, they might display behaviour inappropriate to the EU's norms (especially in politically controversial issues) (Grabbe, 2014).

The most noticeable example supporting this argument is Britain. Britain was not a constitutive partner of the European integration project in the 1950s; thus, the integration was governed mostly under the influence of France (Ruttley, 2002: 230). In line with France's priorities, the integration was institutionalized on a path going towards a supranational inward-looking integration, however, Britain's national system was mostly comply with an intergovernmental outward-looking one (Crowson, 2007). On the other hand, the application emerged as a necessary instrumental/strategic action for Britain according to the post-war international parameters; therefore, she had to accept the accession conditionality determined by the existing members (Gowland, Turner, and Wright, 2009). As a result, when Britain became a member of the Community in 1973, an immediate anomaly between the national and the Community system emerged, and since then, Britain has challenged supranational proposals and tried to drive the integration process towards a more intergovernmental outward-looking path (George, 1996; Gifford, 2008). In this sense, even the term: 'Euroscepticism' was coined to define Britain's position in the Community (Milner, 2000). As a result of this anomaly, 'renegotiation of the terms of entry' is always on the British political agenda, and a second EU membership referendum (Brexit) takes place in June 2016 after her first membership referendum in 1975. Similar to Britain, the Scandinavian countries have also had a Eurosceptic position defending their national systems against the central power of Brussels since their full membership, which was an outcome of 'exogenous' enforcements like the enactment of Single European Act and the rise of globalization (Bieler, 2000; Schimmelfennig and Sedelmeier, 2005; Tatham, 2009).

As a counter argument, the Mediterranean and the Eastward enlargement might be introduced as good examples proving Europeanization of authoritarian states via enlargement. At first glance, it is acceptable that newly formed democratic regimes in those countries needed the EU membership to strengthen their legitimacy; therefore, they were keener to adopt the EU norms. However, despite this fact, their Europeanization is still reversible. Firstly,

Europeanization as a newly constructed phenomenon affecting member states' behaviour might be 'viable' in a limited time and space (see: Glaserfeld, 1984, Christiansen, Jorgensen, and Wiener, 2001). In addition to this, member states as nation-states are exogenic actors in the EU who are highly responsive to any significant change in the international arena. Therefore, they might change their behaviour patterns and behave differently in different time-space horizons. Especially when they face an international exogenous shock like the recent financial crisis, rise of realpolitik or the immigration crisis, they might change their behaviour patterns. To illustrate, the sovereign debt crisis in the EU in connection with the global financial crisis has showed that the convertibility of the Mediterranean countries' Europeanization is actually possible as the negotiations on potential solutions to this crisis were power oriented and suffered from a lack of communicative action. As a result, the Mediterranean nations revolted against the hegemonic position of the EU (Kaldor and Selchow, 2015). The lack of communicative action in the negotiations also aroused fear and mutual suspicion among the EU nations (Zielonka, 2014). Related to this point, even Risse (2014) accepts that the politicization of the EU issues in the members states' public spheres after the euro crisis might lead to 'de-Europeanization' and 're-nationalization' if political leaders in Europe cannot construct a sufficient 'communicative space' to govern this politicization. And actually, 'de-Europeanization' has already entered the academic discourse to emphasize the inappropriate behaviour of the new members to the EU's norms (Ágh, 2015, 2016; Öniş and Kutlay, 2016; Raagmaa, Kalvet, and Kasesalu, 2014; Triandafyllidou, 2014). For example, Hungary and Poland emerged as two 'illiberal' democracies' of the EU (Friedman, 2016; Muller, 2016; *The Economist*, 2015; Zalan, 2016), and the Hungarian Prime minister Viktor Orbán explicitly praises 'illiberal democracy' as a more appropriate model for Hungary and refuses the adoption of 'West European' style of democracy by arguing that member states should have a right to interpret democracy according to their own political culture (European Union News, 2015). In addition to them, after passing the accession conditionality, Romania and Bulgaria relaxed their effort to institutionalize 'rule of law' in their domestic systems. As a result of this experience, the EU members decided to make the accession process tougher at the December 2006 summit by implementing justice and corruption tests for candidates (The European Council, 2006). However, despite this effort, 'rule of law' as an important EU norm was not sufficiently institutionalized in these members (Deutsche Presse-Agentur, 2013; Vucheva, 2008). In other words, they witnessed a kind of 'de-Europeanization' in the post-enlargement era as well (Iancu and Ungureanu, 2013). Additionally, the gravitational power of the EU over the applicant countries is also in decline after the euro crisis; thus, a 'de-Europeanization process' is also a case for them (e.g. see: Ovali, 2015).

III. Conclusion: A Reversible Integration

Whether the European integration is reversible is becoming a more important question in the EU studies in the wake of the recent financial crisis. Therefore, this study aims to offer an empirical answer to this question by analysing the EU's enlargement process (the EU's horizontal integration process) in line with a critique of constructivism. The paper is critical about the constructivist perception of member state as a norm-abider internal agent in the EU structure. However, it argues that member states are actually nation states that are the strongest and well-institutionalized actors with a high sensitivity to global affairs. This means that they are not an internal part of the EU structure, through which their unconscious Europeanization would be possible. In this sense, as noted above, Hebermasian logic also accepts that the European integration is an outcome of deliberative actions of member states. Furthermore, according to this logic, 'irreversibility of it' depends on a shift in member states' behaviour from instrumental/strategic action to communicative action.

The paper has analysed the EU's enlargement waves from this perspective and found that neither the existing members nor the new comers properly performed this behaviour pattern (communicative action) in the EU's enlargement process. In other words, according to the findings, member states (both existing and new comers) did not hesitate to behave inappropriately to the EU's norms/identity contrary to the constructivist assumptions originating from 'logic of appropriateness'. Firstly, the existing members performed instrumental/strategic actions during the enlargement process. To illustrate, they did not hesitate to use their 'veto power' or to stretch out the enlargement related negotiations to guarantee their national interests. In addition to this, the paper has found that enlargement conditionality or accession process did not result in a communicative action embedded by the new comers because of the hierarchal nature of the accession negotiations; therefore, the new comers had a tendency to reverse their behavioural pattern according to their national preferences in the post-accession era if these preferences clash with the EU's norms/identity. As a result, these findings about member states' behaviour derived from the EU's horizontal integration process suggest that the European integration might be reversible once it clashes with member states' significant national interests or a change in the international parameters pushes member states to behave differently.

These findings have also suggested that the unidimensional (the EU centred) understanding of the 'agent-structure model' should be enriched. The European integration is still an ongoing process; thus, it is hard to define it as a 'structure' with a fixed identity and norms. Therefore, using the 'logic of appropriateness' emphasizing the EU's identity and norms as the main determinants of member state behaviour is too deterministic (also see: Moravcsik, 2001). This paper has already provided many examples showing inappropriate behaviour of member states to the EU's identity and norms. As a

result, we have an important question: To what extent this ongoing process is a per se structure, independent from the broader international system and nation state. Firstly, nation-state is the strongest political institution in the world politics; thus, to what extent is it meaningful to define it as a norm-abider individual/agent in a looser ongoing institutionalization process (EU)? Secondly, the international system can also be considered as a broader structure in which the EU might adopt an agent role. Therefore, the EU scholars need to devote more attention to ‘agent-structure’ discussions in the discipline of IR (e.g. the nature of agents and structures and their relationships, and ‘level of analysis’ problem) (e.g. see: Carlsnaes, 1992; Dessler, 1989; Doty, 1997; Wendt, 1987) to make nation state behaviour in the EU, and through which the future of the EU, more knowable.

References

- Ágh, A. (2015) “De-Europeanization and de-Democratization trends in ECE: From the Potemkin Democracy to the Elected Autocracy in Hungary”, *Journal of Comparative Politics*, 8(2), pp. 4-26.
- Ágh, A. (2016) “The Decline of Democracy in East-Central Europe: Hungary as the Worst-Case Scenario”, *Problems of Post-Communism*, pp. 1-11. <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10758216.2015.1113383>. Accessed: 04.02.2016.
- Baczynska, G. (2016) “EU's Tusk warns Europe has two months to tackle migration crisis”, *Reuters*. <http://www.reuters.com/article/us-europe-migrants-tusk-idUSKCN0UX220>. Accessed: 19.01.2016.
- Bafoil, F. (2013). *Resilient States from A Comparative Regional Perspective: Central and Eastern Europe and Southeast Asia*, World Scientific, London.
- Bideleux, R. and Jeffries I. (1998). *A History of Eastern Europe: Crisis and Change*, Routledge, London and New York.
- Bieler, A. (2000). *Globalisation and Enlargement of The European Union: Austrian and Swedish Social Forces in the Struggle over Membership*, London and New York: Routledge.
- Blavoukos, S. and G. Oikonomou (2012), “Is ‘Europeanization’ Still in Academic Fashion? Empirical Trends in the period 2002-2011”. *Paper presented at the Comparing and Contrasting Europeanization: Concepts and Experiences conference*, May, Athens.
- Brown, D. (1984) “Greece robs Dublin summit of triumph”, *The Guardian*. <http://search.proquest.com.ezproxy.york.ac.uk/hnpguardianobserver/docview/186536851/AE9A5B66F7F74A42PQ/4?accountid=15181>. Accessed: 03.01.2015.
- Butler, K. (1997) “Germany wants its money back”, *The Independent*. https://www.nexis.com/results/enhdocview.do?docLinkInd=true&ersKey=y=23_T23477279506&format=GNBFI&startDocNo=0&resultsUrlKey

- =0_T23477279515&backKey=20_T23477279516&csi=8200&docNo=2. Accessed: 11.02.2016.
- Carlsnaes, W. (1992) "The agency-structure problem in foreign policy analysis", *International Studies Quarterly*, 36(3), pp. 245-270.
- Casier, T. (2008), "The New Neighbours of the European Union: The Compelling Logic of Enlargement?", J. DeBardeleben (ed.), *The Boundaries of EU Enlargement: Finding a Place for Neighbours*, Palgrave, Basingstoke, pp. 19-32.
- Christiansen, T., K. E. Jorgensen, and A. Wiener, (2001), "Introduction", T. Christiansen, K. E. Jorgensen, and A. Wiener (eds.), *The Social Construction of Europe*, SAGE, London and Thousand Oaks, pp. 1-21.
- Coman, R. and A. Crespy (2014), "Still in Search of Europeanization: From Limited to Structural Change?", R. Coman, T. Kostera, and L. Tomini (eds.), *Europeanization and European Integration: From Incremental to Structural Change*, Palgrave, Basingstoke, pp. 50-69.
- Crowson, N. J. (2007). *The Conservative Party and European integration since 1945: At the heart of Europe?*, Routledge, London and New York.
- Dedman, M. (2009). *The origins and development of the European Union 1945-2008: A history of European Integration*, 2nd edition, Taylor and Francis, Oxon.
- Dessler, D. (1989) "What's at Stake in the Agent-Structure Debate?", *International organization*, 43(03), pp. 441-473.
- Deutsche Presse-Agentur (2009) "No EU shift on Macedonia's membership hopes".
https://www.lexisnexis.com/uk/nexis/results/docview/docview.do?docLinkId=true&risb=21_T20784122295&format=GNBFI&sort=DATE,A,H&startDocNo=126&resultsUrlKey=29_T20784122291&cisb=22_T20784156912&treeMax=true&treeWidth=0&csi=144245&docNo=147. Accessed: 08.12.2009.
- Deutsche Presse-Agentur (2013) "Romania still falling short of EU rule-of-law criteria". https://www.nexis.com/results/enhdocview.do?docLinkId=true&ersKey=23_T23512219236&format=GNBFI&startDocNo=26&resultsUrlKey=0_T23512309061&backKey=20_T23512309062&csi=144245&docNo=38. Accessed: 30.01.2013.
- Doty, R. L. (1997) "Aporia: A Critical Exploration Of The Agent-Structure Problematique in International Relations Theory", *European Journal of International Relations*, 3(3), pp. 365-392.
- Drulák, P. (2006), "Reflexivity and structural change", S. Guzzini and A. Leander (eds.), *Constructivism and International Relations: Alexander Wendt and His Critics*, Routledge, London and New York, pp. 138-157.
- Duchene, F. (1982), "Community Attitudes", D. Seers, C. V. Vaitos, and M. L. Kiljunen (eds.), *The Second Enlargement of The EEC: Integration of Unequal Partners*. Macmillan Press, Basingstoke, pp. 25-42.

- European Union News (2015) "Hungary: The Prime Minister's interview with Russian daily newspaper Kommersant". https://www.nexis.com/results/enhdocview.do?docLinkInd=true&ersKey=23_T23511606063&format=GNBFI&startDocNo=0&resultsUrlKey=0_T23511606066&backKey=20_T23511606067&csi=400456&docNo=15. Accessed: 20.02.2015.
- Finlayson, J. G. (2005). *Habermas: A Very Short Introduction*, Oxford University Press, Oxford.
- Finnemore, M., and K. Sikkink (1999), "International Norm Dynamics and Political Change", P. J. Katzenstein, R. O. Keohane, and S. D. Krasner (eds.), *Exploration and Contestation in the Study of World Politics*, MIT Press, Massachusetts, pp. 247-278.
- Friedman, G. (2016) "Hungary, Poland and illiberal democracy", *Euractiv.com*. <http://www.euractiv.com/section/global-europe/opinion/hungary-poland-and-illiberal-democracy/>. Accessed: 22.03.2016.
- George, S. (1996). *An Awkward Partner: Britain in the European Community*, Oxford University Press, Oxford.
- Getler, M. (1984) "Europeans In Accord on Some Issues; Greece Threatens 2 Nations' Entry", *The Washington Post*. <https://www.nexis.com/auth/checkbrowser.do?t=1455016537880&bhcp=1>. Accessed: 05.12.1984.
- Giddens, A. (2013). *Turbulent and mighty continent: What future for Europe*, Polity Press, Cambridge.
- Gifford, C. (2008). *The Making of Eurosceptic Britain: Identity and Economy in a Post-imperial State*, Ashgate Pub Co, Hampshire.
- Glaserfeld, E. V. (1984), "An Introduction To Radical Constructivism", P. Watzlawick, (ed.), *The Invented Reality: How Do We Know What We Believe to Know? Contributions to Constructivism*, Norton, New York.
- Glencross, A. (2009). *What Makes the EU Viable? European Integration In The Light of the Antebellum US Experience*, Palgrave Macmillan Basingstoke.
- Gowland, D., A. Turner, and A. Wright (2009). *Britain and European Integration Since 1945: On the Sidelines*, Taylor and Francis, Oxon.
- Grabbe, H. (2014) "Six Lessons of Enlargement Ten Years On: The EU's Transformative Power in Retrospect and Prospect", *JCMS: Journal of Common Market Studies*, 52(S1), pp. 40-56.
- Guba, E. G. and Y. S. Lincoln (1989). *Fourth Generation Evaluation*, Sage, London.
- Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action (Vol.1): Reason and the Rationalization of Society*, Beacon, Boston.
- Hayward, J. and R. Wurzel (2012) (eds.). *European Disunion: Between Sovereignty and Solidarity*, Palgrave Macmillan, Basingstoke.
- Heath, J. (2001). *Communicative Action and Rational Choice*, The MIT Press, Cambridge-Massachusetts.
- Hutton, W. (1992) "Cash row makes EC think bigger; Despite the Danish vote

- doubts, the European heads of government meeting is mapping confidently the road from Maastricht”, *The Guardian*. <http://www.lexisnexis.com/uk/nexis/auth/checkbrowser.do?t=1396212017397&bhcp=1>. Accessed: 31.03.2014.
- Iancu, D. C., and M. Ungureanu, (2013) “Conditionality and Reform Reversal: The Case of the Romanian Civil Service”, *Paper presented at the Draft paper presented at the NISPAcee conference*. May, Belgrade.
- Kaldor, M. and S. Selchow (2015). *Subterranean Politics in Europe*, Palgrave Macmillan, Basingstoke.
- Krotz, U. and J. Schild (2013). *Shaping Europe: France, Germany, and Embedded Bilateralism from the Elysée Treaty to Twenty-First Century Politics*, Oxford University Press, Oxford.
- Lewis, P. (1984) “Madrid and Lisbon face new hurdle to market entry, *The New York Times*”. https://www.nexis.com/results/enhdocview.do?docLinkInd=true&ersKey=23_T23459685649&format=GNBFI&startDocNo=0&resultsUrlKey=0_T23459685657&backKey=20_T23459685658&csi=6742&docNo=22. Accessed: 05.12.1984.
- Maat, J. (2009), “Habermas, Jürgen”, J. L. Mey (ed.), *Concise Encyclopedia of Pragmatics*, 2nd edition, Elsevier, Oxford.
- Meade, G. (2013) “Cameron threat over EU expansion, *Press Association Mediapoint*”. https://www.lexisnexis.com/uk/nexis/results/docview/docview.do?docLinkInd=true&risb=21_T20840540063&format=GNBFI&sort=DATE,A,H&startDocNo=51&resultsUrlKey=29_T20840540059&cisb=22_T20840540081&treeMax=true&treeWidth=0&csi=8170&docNo=57. Accessed: 30.10.2014.
- Milner, S. (2000) “Introduction: A Healthy Scepticism?”, *Journal of European Integration*, 22(1), pp. 1-13.
- Moravcsik, A. (2001), “Constructivism and European Integration: A Critique”, T. Christiansen, K. E. Jørgensen, and A. Wiener (eds.), *The Social Construction of Europe*, SAGE publications, London, pp. 176-188.
- Moravcsik, A. and F. Schimmelfennig (2009), “Liberal Intergovernmentalism”, A. Wiener, and T. Diez (eds.), *European Integration Theory*, 2nd edition, Oxford University Press, Oxford, pp. 67-90.
- Moravcsik, A. and Vachudova, M. A. (2002) “Bargaining Among Unequals: Enlargement and the Future of European Integration”, *EUSA Review*, 15(4).
- Muller, J. W. (2016) “The problem with “Illiberal Democracy”, *www.project-syndicate.org*. <https://www.project-syndicate.org/commentary/the-problem-with-illiberal-democracy-by-jan-werner-mueller-2016-01>. Accessed: 21.01.2016.
- O'Brennan, J. (2006). *The Eastern Enlargement of the European Union*, Routledge, London and New York.
- Öniş, Z. and M. Kutlay (2016) “Limits of the EU's Transformative Power in the

- European Periphery in a Shifting Global Order: Comparative Perspectives from Hungary and Turkey”, DOI:10.13140/RG.2.1.4604.5044.
- Ovali, A. Ş. (2015) “The Global Financial Crisis and the De-Europeanisation of Turkish Foreign Policy”, *Hellenic Studies/Etudes Helleniques*, 23(1), pp. 141-168.
- Piedrafita, S. (2006), “In Spite of the Costs? Moral Constraints on Spain's Enlargement Policy”, H. Sjurson, (ed.), *Questioning EU Enlargement: Europe in Search of Identity*, Routledge, London and New York, pp. 44-61.
- Preston, C. (1997). *The Enlargement and Integration of the European Union: Issues and Strategies*, Routledge, London and New York.
- Raagmaa, G., T. Kalvet, and R. Kasesalu (2014) “Europeanization and de-Europeanization of Estonian Regional Policy”, *European planning studies*, 22(4), pp. 775-795.
- Risse, T. (2000) “Let's Argue!: Communicative Action in World Politics”, *International organization*, 54(01), pp. 1-39.
- Risse, T. (2009), “Social constructivism and European integration”, A. Wiener and T. Diez (eds.), *European Integration Theory*, 2nd edition, Oxford University Press, Oxford, pp. 144-162.
- Risse, T. (2010). *A Community of Europeans?: Transnational Identities and Public Spheres*, Cornell Univ Press, Ithaca and London.
- Risse, T. (2014) “No demos? Identities and public spheres in the euro crisis”, *JCMS: Journal of Common Market Studies*, 52(6), pp. 1207-1215.
- Risse, T. and K. Sikkink (1999), “The Socialization of International Human Rights Norms into Domestic Practices: Introduction”, T. Risse, S. C. Ropp, and K. Sikkink (eds.), *The Power of Human Rights: International Norms And Domestic Change*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 1-38.
- Ruano, L. (2005), “Institutions, Policy Communities and EU Enlargement: British, Spanish And Central European Accession Negotiations in the Agricultural Sector”, F. Schimmelfennig and Sedelmeier, U. (eds.), *The Politics of European Union Enlargement: Theoretical Approaches*, Routledge, London and New York, pp. 258-276.
- Ruttley, P. (2002), “The Long Road to Unity: The Contribution of Law to the Process of European Integration Since 1945”, A. Pagden (ed.), *The idea of Europe: From antiquity to the European Union*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 228-259.
- Schimmelfennig, F. (2001) “The Community Trap: Liberal Norms, Rhetorical Action, and the Eastern Enlargement of the European Union”, *International organization*, 55(1), pp. 47-80.
- Schimmelfennig, F. and U. Sedelmeier (2002) “Theorizing EU Enlargement: Research Focus, Hypotheses, and the State of Research”, *Journal of*

European Public Policy, 9(4), pp. 500-528.

- Schimmelfennig, F. and U. Sedelmeier (2005), "The Politics of EU Enlargement: Theoretical and Comparative Perspectives", F. Schimmelfennig, and U. Sedelmeier (eds.), *The Politics of European Union Enlargement: Theoretical Approaches*, Routledge, London and New York, pp. 1-30.
- Sedelmeier, U. (2000), "East of Amsterdam: The Implications of the Amsterdam Treaty for Eastern Enlargement", K. Neunreither, and A. Wiener (eds.), *European Integration after Amsterdam: Institutional Dynamics and Prospects for Democracy*, Oxford University Press, Oxford, pp. 218-238.
- Sedelmeier, U. (2005). *Constructing the Path to Eastern Enlargement: The Uneven Policy Impact of EU Identity*, Manchester University Press, Manchester.
- Sending, O. J. (2002) "Constitution, Choice and Change: Problems with the Logic of Appropriateness' and Its Use in Constructivist Theory", *European Journal of International Relations*, 8(4), pp. 443-470.
- Sjursen, H. (2002) "Why Expand?: The Question of Legitimacy and Justification in the EU's Enlargement Policy", *JCMS: Journal of Common Market Studies*, 40(3), pp. 491-513.
- Tatham, A. F. (2009). *Enlargement of the European Union*, Kluwer law international, Alphen aan den Rijn.
- The Economist (2015) "Europe's new headache". <http://www.economist.com/news/leaders/21679470-new-government-poland-has-made-awful-start-europes-new-headache> Accessed: 05.12.2015.
- The European Council (1984) "Dublin European Council (3-4 December 1984). Reproduced from the Bulletin of the European Communities, No. 12/1984". <http://aei.pitt.edu/1400/>. Accessed: 09.08.2015.
- The European Council (1999) "Berlin European Council (24-25 March 1999). Presidency conclusions". <http://aei.pitt.edu/43335/> Accessed: 12.08.2015.
- The European Council (2002) "Copenhagen European Council (12-13 December 2002). Presidency conclusions and annexes. Revised version. 15917/02, 29 January 2003". <http://aei.pitt.edu/43349/>. Accessed: 12.08.2015.
- The European Council (2006) "Brussels European Council (14-15 December 2006). Presidency Conclusions". http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/ec/92202.pdf. Accessed: 12.08.2015.
- Traynor, I. and H. Smith (2016) "EU border controls: Schengen scheme on the brink after Amsterdam talks", *The Guardian*. <http://www.theguardian.com/world/2016/jan/25/refugee-crisis-schengen-area-scheme->

- brink-amsterdam-talks. Accessed: 26.01.2016.
- Triandafyllidou, A. (2014) "Greek Migration Policy in the 2010s: Europeanization Tensions at a Time of Crisis", *Journal of European Integration*, 36(4), pp. 409-425.
- Vucheva, E. (2008) "Bulgaria to lose EU money over persistent corruption problems", *euobserver.com*. https://www.nexis.com/results/enhdocview.do?docLinkInd=true&ersKey=23_T23512075695&format=GNBFI&startDocNo=51&resultsUrlKey=0_T23512180306&backKey=20_T23512180307&csi=258503&docNo=66. Accessed: 16.07.2008.
- Walker, M. (1997) "Spain and Italy see financial hurdle in EU enlargement", *The Guardian*. https://www.nexis.com/results/enhdocview.do?docLinkInd=true&ersKey=23_T23483302931&format=GNBFI&startDocNo=26&resultsUrlKey=0_T23483320785&backKey=20_T23483320786&csi=138620&docNo=40. Accessed: 27.11.1997.
- Waterfield, B. (2013) "I'll veto new EU states unless we deal with mass migration, pledges David Cameron; Prime Minister tells summit of Europe's leaders Britain will wield a veto unless tougher controls are imposed on free movement", *The Telegraph*. https://www.lexisnexis.com/uk/nexis/results/docview/docview.do?docLinkInd=true&risb=21_T20840540063&format=GNBFI&sort=DATE,A,H&startDocNo=51&resultsUrlKey=29_T20840540059&cisb=22_T20840540081&treeMax=true&treeWidth=0&csi=389195&docNo=62. Accessed: 30.10.2014.
- Watt, N. and H. Smith (2005) "Ankara and the EU: Sweet and sour climax to Turkey's long march: Austria backs down but leaves bad taste for talks: Deal reached after day of diplomatic brinkmanship", *The Guardian*. https://www.lexisnexis.com/uk/nexis/results/docview/docview.do?docLinkInd=true&risb=21_T20668369217&format=GNBFI&sort=DATE,A,H&startDocNo=51&resultsUrlKey=29_T20668369213&cisb=22_T20668424858&treeMax=true&treeWidth=0&csi=138620&docNo=52. Accessed: 05.10.2014.
- Webber, D. (2014) "How Likely is It That the European Union Will Disintegrate? A Critical Analysis of Competing Theoretical Perspectives", *European Journal of International Relations*, 20(2), pp. 341-365.
- Wendt, A. E. (1987) "The Agent-Structure Problem in International Relations Theory", *International organization*, 41(03), pp. 335-370.
- Zalan, E. (2016) "How to build an illiberal democracy in the EU", *euobserver.com*. <https://euobserver.com/political/131723>. Accessed: 08.01.2016.
- Zehfuss, M. (2002). *Constructivism in International Relations: The Politics of Reality*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Zielonka, J. (2014). *Is the EU Doomed*. Polity Press: Cambridge.

Zimmermann, H. and A. Dur (2012) (eds.). Key Controversies in European Integration, Palgrave, Basingstoke.

Zürn, M. and J. T. Checkel (2005) "Getting Socialized to Build Bridges: Constructivism and Rationalism, Europe and the Nation-State", *International organization*, 59(04), pp. 1045-1079.