

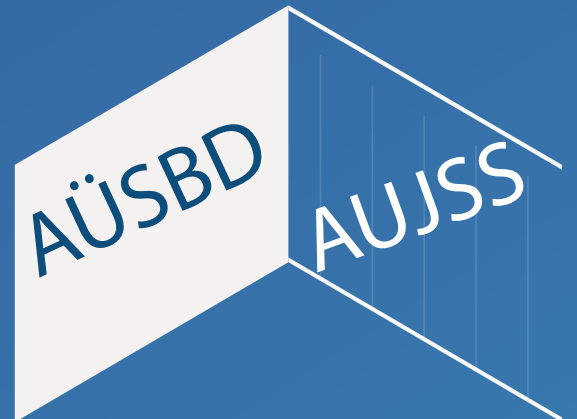
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

ANADOLU UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Cilt / Volume: 19 **Sayı**/No: 2 **Yıl**/Year: 2019



e-ISSN: 2667-8683



e-ISSN: 2667 - 8683



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
ANADOLU UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Cilt / Volume: 19 Sayı / Number: 2

AÜSBD
AUJSS

2019 - ESKİŞEHİR



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
ANADOLU UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Sahibi: Anadolu Üniversitesi adına Rektör Prof. Dr. Şafak Ertan ÇOMAKLI
Owner: On behalf of Anadolu University, Rector Prof. Dr. Şafak Ertan ÇOMAKLI

Görsel Tasarım ve Dizgi/Graphic Design & Typeset: Gülgün BULUT

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (AÜSBD) yayın hayatına 2001'de yılda iki sayı ile başlamıştır. 2012 itibarıyla Mart, Haziran, Eylül ve Aralık aylarında olmak üzere yılda 4 defa yayınlanan uluslararası hakemli bir dergidir.

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, **TÜBİTAK-ULAKBİM Sosyal Bilimler Veri Tabanı, Akademia Sosyal Bilimler İndeksi (ASOS Index), RePEc/Econpapers, Econlit, Ebscohost Academic Search Complete, Index Islamicus, Index Copernicus, Ulrich's Periodicals Directory ve Sociological Abstracts** tarafından indekslenmektedir.

Yayın dili Türkçe olup, İngilizce, Almanca ve Fransızca yazılmış *araştırma makalesi, derleme, editöre mektup ve kitap yorumları* türünden metinleri, yazım kurallarına uygun hazırlanmış olması koşuluyla değerlendirmeye kabul eder. Değerlendirilmek üzere dergimize gönderilen metinlerin, daha önce yayınlanmamış, yayınlanmak üzere kabul edilmemiş ve yayınlanmak için değerlendirilme sürecinde olmaması gerekir. Değerlendirme sürecinde olan ve yayınlanan eserlerin sorumluluğu tümüyle yazar(lar)a aittir.

AÜSBD online olarak yayınlanır ve değerlendirme süreci elektronik ortamda çift-körleme (double-blinded) yöntemiyle yürütülür.

Anadolu University Journal of Social Sciences (AÜSBD), a internationally refereed journal, has been in publication since 2001. Starting 2012, the journal will be published quarterly in March, June, September, and December.

Anadolu University Journal of Social Sciences has been indexed in the **TUBITAK-ULAKBIM Social Sciences Data Base, Akademia Sosyal Bilimler İndeksi (ASOS Index), RePEc / Econpapers, Econlit, Ebscohost Academic Search Complete, Index Islamicus, Index Copernicus, Ulrich's Periodicals Directory and Sociological Abstracts**.

Although the language of the journal is Turkish, manuscripts prepared in English, German and French are also welcome. AÜSBD accepts and publishes manuscripts prepared as *research paper, literature reviews, letters to editor* and *book reviews* as long as they are in accordance with the journal's writing guidelines.

Manuscripts, which have been published previously, accepted for publication, or currently being considered for publication elsewhere, will not be considered for publication. The authors are solely responsible for the ideas and opinions expressed in the articles, of which Anadolu University cannot be held responsible.

The Anadolu University Journal of Social Sciences is electronically managed, double-blinded journal from the submission of manuscripts to the publication.

AÜSBD'de yayımlanan tüm eserlerin yayın hakkı Anadolu Üniversitesi'ne aittir.
Anadolu University holds the copyright of all published material that appear in AÜSBD.

Yazışma Adresi / **Address:** Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi

Yunussemre Kampüsü 26470 Tepebaşı - ESKİŞEHİR

e-mail: sosbilder@anadolu.edu.tr

web: sbd.dergi.anadolu.edu.tr

e-ISSN: 2667 - 8683

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
ANADOLU UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Editör / Editor: Bülent GÜNŞOY

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 26470 Eskişehir - Turkey
Tel/Phone: +90 222 335 05 80 dahili/ext: 3243-1262
Faks/Fax: +90 222 335 08 95
e-posta/e-mail: bgunsoy@anadolu.edu.tr

Editör Yardımcısı / Associate Editor

Mustafa KARACA

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 26470 Eskişehir - Turkey
Tel/Phone: +90 222 335 05 80 dahili/ext: 3243-1264
Faks/Fax: +90 222 335 08 95
e-posta/e-mail: mustafa_karaca@anadolu.edu.tr

Editör Yardımcısı / Associate Editor

B. Tuğberk TOSUNOĞLU

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 26470 Eskişehir - Turkey
Tel/Phone: +90 222 335 05 80 dahili/ext: 3243-1267
Faks/Fax: +90 222 335 08 95
e-posta/e-mail: ttosunoglu@anadolu.edu.tr

YAYIN KURULU / EDITORIAL BOARD

Bülent GÜNŞOY

Mehmet BAŞAR

Süleyman SÖZEN

Mustafa KARACA

Mehmet FIRAT

B. Tuğberk TOSUNOĞLU

DANIŞMA KURULU / ADVISORY BOARD

Şafak Ertan ÇOMAKLI – Anadolu Üniversitesi
Bülent GÜNŞOY- Anadolu Üniversitesi
Mehmet BAŞAR- Anadolu Üniversitesi
Süleyman SÖZEN- Anadolu Üniversitesi
Semiha AKINCI - Anadolu Üniversitesi
Alper ALTUNAY - Anadolu Üniversitesi
Metin ARGAN - Anadolu Üniversitesi
Özlem ATALIK - Anadolu Üniversitesi
Michael J. BAKER - University of Strathclyde
Tahir BALCI - Çukurova Üniversitesi
Şehmuz BALOĞLU - University of Nevada
Michael BASIL - University of Lethbridge
Mehmet BAŞAR - Anadolu Üniversitesi
Selim BAŞAR - Anadolu Üniversitesi
C. Necat BERBEROĞLU - Anadolu Üniversitesi
Tyler COWEN - George Mason University
Muzaffer DOĞAN - Anadolu Üniversitesi
Levent ERASLAN – Anadolu Üniversitesi
Güler GÜNŞOY – Anadolu Üniversitesi
Nejat DOĞAN - Anadolu Üniversitesi
M. Erkan ÜYÜMEZ - Anadolu Üniversitesi
Emre GÖKALP - Anadolu Üniversitesi
John GRAHL - Middlesex University
Zehra GÜLMÜŞ - Anadolu Üniversitesi
Semra GÜNAY AKTAŞ - Anadolu Üniversitesi
Abdülkadir GÜRER - Ankara Üniversitesi
Richard James HOLDEN - Leeds Metropolitan University
Cem IŞIK - Anadolu Üniversitesi
Jens Normann JØRGENSEN - University of Copenhagen
Ahmet KALENDER - Selçuk Üniversitesi
Çiğdem KARA - Anadolu Üniversitesi

Mustafa KARACA - Anadolu Üniversitesi
Burak Tuğberk TOSUNOĞLU – Anadolu Üniversitesi
Kurtuluş KARAMUSTAFA - Kayseri Üniversitesi
Deniz KAĞNICIOĞLU - Anadolu Üniversitesi
Philip J. KITCHEN - Brock University
Ahmet MAKAL - Ankara Üniversitesi
Theo NICHOLS - Cardiff University
A. İlhan ORAL - Anadolu Üniversitesi
Saime ÖNCE - Anadolu Üniversitesi
Sevgi Ayşe ÖZTÜRK - Anadolu Üniversitesi
Hüseyin ÖZCAN - Anadolu Üniversitesi
Gülsev PAKKAN - Ufuk Üniversitesi
Tony ROYLE - National University of Ireland
Elif TEKİN İFTAR - Anadolu Üniversitesi
M. Necdet TİMUR - Anadolu Üniversitesi
Selahittin TOLKUN - Anadolu Üniversitesi
Oktay Emir – Anadolu Üniversitesi
Metin TOPRAK - İstanbul Üniversitesi
Ümit Deniz TURAN - Anadolu Üniversitesi
Hasan TUTAR - Anadolu Üniversitesi
Ali Umut TÜRKCAN - Anadolu Üniversitesi
B. Yelda UÇKAN - Anadolu Üniversitesi
Halil İbrahim USTA - Ankara Üniversitesi
Nezih VARGAN - Anadolu Üniversitesi
Erinç YELDAN - Yaşar Üniversitesi
Kürşad Emrah YILDIRIM - Anadolu Üniversitesi
Cengiz YILMAZ - Orta Doğu Teknik Üniversitesi
A. Haluk YÜKSEL - Anadolu Üniversitesi
Erkan YÜKSEL - Anadolu Üniversitesi
T. Volkan YÜZER - Anadolu Üniversitesi
Ahmet Deniz TURAN – Anadolu Üniversitesi

Bu listedeki Anadolu Üniversitesi öğretim üyeleri Sosyal Bilimler Enstitüsü Anabilim Dalı Başkanlarından oluşmaktadır.

HAKEM KURULU / REVIEW BOARD

Emrah **Acar**, (İstanbul Teknik Ü.)
Abdullatif **Acarlıoğlu**, (Anadolu Ü.)
Işıl **Açıkalin**, (Anadolu Ü.)
Sezgin **Açıkalin**, (Anadolu Ü.)
Bülent **Açma**, (Anadolu Ü.)
F. Râna **Adaçay**, (Anadolu Ü.)
O. Cem **Adıgüzel**, (Anadolu Ü.)
Aslı **Afşar**, (Anadolu Ü.)
Muharrem **Afşar**, (Anadolu Ü.)
Asuman **Ağaçsapan**, (Anadolu Ü.)
Esmahan **Ağaoğlu**, (Anadolu Ü.)
Ahmet **Ağca**, (Dumlupınar Ü.)
FeYZa **AğlargoZ**, (Anadolu Ü.)
Ömer **Akat**, (Uludağ Ü.)
Nazire **Akbulut**, (Gazi Ü.)
Yavuz **Akbulut**, (Anadolu Ü.)
Erhan **Akdemir**, (Anadolu Ü.)
Tahir **Akğemci**, (Selçuk Ü.)
Yılmaz **Akgündüz**, (Mersin Ü.)
Semiha **Akıncı**, (Anadolu Ü.)
Şebnem **Akipek Öcal**, (Ankara Ü.)
Mine **Akkan**, (Dokuz Eylül Ü.)
Tolga **Akkaya**, (Anadolu Ü.)
Meryem **Akoğlan Kozak**, (Anadolu Ü.)
H. Kıvanç **Aksoy**, (Osmangazi Ü.)
Şafak **Aksoy**, (Akdeniz Ü.)
E. Ozan **Aksöz**, (Anadolu Ü.)
Munise Tuba **Aktaş**, (Anadolu Ü.)
Murat **Akyıldız**, (Anadolu Ü.)
Feriştah **Alanyalı**, (Anadolu Ü.)
H. Sabri **Alanyalı**, (Anadolu Ü.)
Ertuğrul **Algan**, (Anadolu Ü.)
Mete **Alım**, (Atatürk Ü.)
Nesrin **Alptekin**, (Anadolu Ü.)
Erol **Altınsapan**, (Anadolu Ü.)
Figen **Altuğ**, (İstanbul Ü.)
Alper **Altunay**, (Anadolu Ü.)
Hüseyin **Altunbaş**, (Selçuk Ü.)
Mustafa **Altunoğlu**, (Anadolu Ü.)
Serpil **AltınırmaK**, (Anadolu Ü.)
A. Ender **Altunoğlu**, (Muğla S. Koçman Ü.)
Handan **Anıl**, (Anadolu Ü.)
Mustafa **Apaydın**, (Çukurova Ü.)
İlker Murat **Ar**, (KTÜ)
Metin **Argan**, (Anadolu Ü.)
M. Zafer **Arıcan**, (Bahçeşehir Ü.)
M. Necip **Arman**, (Adnan Menderes Ü.)
Zeki **Arsal**, (Abant İzzet Baysal Ü.)
M. Oğuz **Arslan**, (Anadolu Ü.)
Özgür **Arun**, (Akdeniz Ü.)
Murat **Aslan**, (Osmangazi Ü.)
Engin **Aslanargun**, (Düzce Ü.)
H. Rıza **Aşkoğlu**, (Afyon Kocatepe Ü.)
Olçay Bige **Aşkun Yıldırım**, (Marmara Ü.)
Nejdet **Atabek**, (Anadolu Ü.)
Murat **Ataizi**, (Anadolu Ü.)
Murat **Atalı**, (Yakın Doğu Ü.)

Özlem **Atalık**, (Anadolu Ü.)
Gökhan **Atılğan**, (Ankara Ü.)
Mustafa **Avcı**, (Anadolu Ü.)
Erdal **Aydemir**, (Süleyman Demirel Ü.)
Aslı Elif **Aydın**, (İstanbul Bilgi Ü.)
Belgin **Aydın**, (Anadolu Ü.)
C. Hakan **Aydın**, (Anadolu Ü.)
Nurhan **Aydın**, (Anadolu Ü.)
Sinan **Aydın**, (Anadolu Ü.)
Şule **Aydın Tükel Türk**, (Trakya Ü.)
Ufuk **Aydın**, (Anadolu Ü.)
Enver **Aydoğan**, (Gazi Ü.)
Mesut **Ayğün**, (Anadolu Ü.)
Serpil **Aygiin Cengiz**, (Başkent Ü.)
Oya **Aytemiz Seymen**, (Balıkesir Ü.)
Hülya **Bakırtaş**, (Aksaray Ü.)
İbrahim **Bakırtaş**, (Aksaray Ü.)
Tahir **Balcı**, (Çukurova Ü.)
Zülal **Balpınar**, (Anadolu Ü.)
Kerim **Banar**, (Anadolu Ü.)
A. Barış **Baraz**, (Anadolu Ü.)
Gülfidan **Barış**, (Anadolu Ü.)
Bilgin **Bari**, (Anadolu Ü.)
Ali **Baş**, (Selçuk Ü.)
Mehmet **Başar**, (Anadolu Ü.)
E. Sema **Batu**, (Anadolu Ü.)
Dilek **Baybora**, (Anadolu Ü.)
Onur **Baycan**, (Anadolu Ü.)
Gaye **Baycık**, (Ankara Ü.)
Sevil **Bayçu**, (Anadolu Ü.)
Ayhan **Bayrak**, (Anadolu Ü.)
A. Kemal **Bayram**, (Afyon Kocatepe Ü.)
Fatih **Bayram**, (Karabük Ü.)
Nuran **Bayram**, (Uludağ Ü.)
M. Fatih **Bayramoğlu**, (Bülent Ecevit Ü.)
Suzan Duygu **Bedir Erişti**, (Anadolu Ü.)
Çetin **Bektaş**, (Erzincan Ü.)
Ş. Dilek **Belet**, (Anadolu Ü.)
Serap **Benligiray**, (Anadolu Ü.)
C. Necat **Berberoğlu**, (Anadolu Ü.)
Senem **Besler**, (Anadolu Ü.)
Faik **Bilgili**, (Erciyes Ü.)
Yılmaz **Bingöl**, (Yıldırım Beyazıt Ü.)
Haluk **Birsan**, (Anadolu Ü.)
Mutlu **Binark**, (Başkent Ü.)
Tamer **Bolat**, (Balıkesir Ü.)
Nilüfer **Boran Güneysu**, (Anadolu Ü.)
Erdoğan **Boz**, (Osmangazi Ü.)
Yücel **Bozdağlıoğlu**, (Adnan Menderes Ü.)
Müjgan **Bozkaya**, (Anadolu Ü.)
Deniz **Börü**, (Marmara Ü.)
Semih **Büker**, (Ufuk Ü.)
Köksal **Büyük**, (Anadolu Ü.)
Aytekin **Can**, (Selçuk Ü.)
Gürhan **Can**, (Anadolu Ü.)
Verda **Canbey Özgüler**, (Anadolu Ü.)
Aydan **Cavcar**, (Anadolu Ü.)

Metin **Coşkun**, (Anadolu Ü.)
Füsun **Curaoğlu**, (Anadolu Ü.)
Nilgün **ÇağlarırmaK Uslu**, (Anadolu Ü.)
Celil **Çakıcı**, (Mersin Ü.)
Mustafa **Çakır**, (Anadolu Ü.)
Tufan **Çakır**, (Anadolu Ü.)
Ahmet Ferda **Çakmak**, (Bülent Ecevit Ü.)
Cenap **Çakmak**, (Osmangazi Ü.)
Şuayyip **Çalış**, (Sakarya Ü.)
Hasan **Çalışkan**, (Anadolu Ü.)
Nazım **Çatalbaş**, (Anadolu Ü.)
Eren **Çaşkurlu**, (Gazi Ü.)
G. Serap **Çekerol**, (Anadolu Ü.)
Kamil **Çekerol**, (Anadolu Ü.)
Adnan **Çelik**, (Selçuk Ü.)
H. Eray **Çelik**, (Yüzüncü Yıl Ü.)
Zafer **Çelik**, (Yıldırım Beyazıt Ü.)
C. Cengiz **Çelikoğlu**, (Dokuz Eylül Ü.)
Aydem **Çiftçioğlu**, (Uludağ Ü.)
Melih **Çildir**, (ESOGÜ)
Orhan **Çoban**, (Selçuk Ü.)
Sıtkı **Çorbacioğlu**, (Osmangazi Ü.)
Zühal **Çubukçu**, (Osmangazi Ü.)
Elif **Dağdemir**, (Anadolu Ü.)
Özcan **Dağdemir**, (Osmangazi Ü.)
Banu **Dağtaş**, (Anadolu Ü.)
Erdal **Dağtaş**, (Anadolu Ü.)
Şule **Daldal**, (Marmara Ü.)
Murat Cem **Demir**, (Tunceli Ü.)
Emine **Demiray**, (Anadolu Ü.)
Uğur **Demiray**, (Anadolu Ü.)
Mete **Dibo**, (Hitit Ü.)
İbrahim H. **Diken**, (Anadolu Ü.)
Meltem **Dikmen Caniklioğlu**, (İzmir Eko. Ü.)
Nejat **Doğan**, (Anadolu Ü.)
Sema **Doğan**, (Hacettepe Ü.)
Ahmet **Doğanay**, (Çukurova Ü.)
Osman **Doğru**, (Marmara Ü.)
Recai **Dönmez**, (Anadolu Ü.)
Seyyare **Duman**, (Anadolu Ü.)
Gül **Durmuşoğlu Köse**, (Anadolu Ü.)
Hasan **Durucasu**, (Anadolu Ü.)
Şemsettin **Edeer**, (Anadolu Ü.)
Ayla **Efe**, (Anadolu Ü.)
Vedat **Ekerğil**, (Anadolu Ü.)
Aykut **Ekinci**, (Bilecik Şeyh Edebali Ü.)
Filiz **Ekinci**, (Bilecik Şeyh Edebali Ü.)
Nilgun **Elam**, (Anadolu Ü.)
Oktay **Emir**, (Anadolu Ü.)
Fikret **Er**, (Anadolu Ü.)
İrem **Erdem Aydın**, (Anadolu Ü.)
A. Volkan **Erdemir**, (Erciyes Ü.)
Erkan **Erdemir**, (Osmangazi Ü.)
Ceyda **Erden**, (Anadolu Ü.)
Zeynep **Erdinç**, (Anadolu Ü.)
B. Zafer **Erdoğan**, (Anadolu Ü.)
Levent **Erdoğan**, (Anadolu Ü.)

Melih **Erdoğan**, (Anadolu Ü.)
Meltem **Erdoğan**, (Anadolu Ü.)
N. Kemal **Erdoğan**, (Anadolu Ü.)
Nurten **Erdoğan**, (Anadolu Ü.)
Serap **Erdoğan**, (Anadolu Ü.)
Şenol **Erdoğan**, (Osmangazi Ü.)
Serra **Eren Sarıoğlu**, (İstanbul Ü.)
İclal **Ergenç**, (Ankara Ü.)
Ali **Ergür**, (Galatasaray Ü.)
Çağrı **Erhan**, (Ankara Ü.)
Nuri **Erişgin**, (Ankara Ü.)
Serap **Erkoç**, (Anadolu Ü.)
Erhan **Eroğlu**, (Anadolu Ü.)
A. Figen **Ersoy**, (Anadolu Ü.)
Ali **Ersoy**, (Anadolu Ü.)
N. Figen **Ersoy**, (Anadolu Ü.)
Mesut **Erşan**, (Osmangazi Ü.)
Bülend Aydın **Ertekin**, (Anadolu Ü.)
Hakan **Ertem**, (Marmara Ü.)
Murat **Ertuğrul**, (Anadolu Ü.)
Ethem **Esen**, (Anadolu Ü.)
Halim **Esen**, (Anadolu Ü.)
Rana **Eşkinat**, (Anadolu Ü.)
H. Mahir **Fisunoğlu**, (Çukurova Ü.)
A. Ercan **Gegez**, (Marmara Ü.)
Evrin **Genç Kumtepe**, (Anadolu Ü.)
Ender **Gerede**, (Anadolu Ü.)
H. Nüvit **Gerek**, (Anadolu Ü.)
Sevgi **Gerek**, (Anadolu Ü.)
M. Cem **Girgin**, (Anadolu Ü.)
Ümit **Girgin**, (Anadolu Ü.)
Emre **Gökalp**, (Anadolu Ü.)
Zeliha **Gökalp**, (Anadolu Ü.)
Doğan **Gökbel**, (Anadolu Ü.)
Nazlı **Gökçe**, (Anadolu Ü.)
Orhan **Gökçe**, (Selçuk Ü.)
Seda **Gökmen**, (Ankara Ü.)
Mustafa **Göksu**, (Gazi Ü.)
Temmuz **Gönç**, (Anadolu Ü.)
Ece **Göztepe**, (Bilkent Ü.)
Ekrem **Gül**, (Sakarya Ü.)
Yasemin **Gülbahar**, (Ankara Ü.)
Fuat **Güllüpnar**, (Anadolu Ü.)
Gülnihal **Gülmez**, (Anadolu Ü.)
Zehra **Gülmüş**, (Anadolu Ü.)
Gürer **Gülsevin**, (Ege Ü.)
Mehmet **Gültekin**, (Anadolu Ü.)
Erdal **Gümüüş**, (Osmangazi Ü.)
Erhan **Gümüüş**, (ÇOMÜ.)
Gülten **Gümüüştekin**, (Dumlupınar Ü.)
Semra **Günay Aktaş**, (Anadolu Ü.)
Kerim **Gündoğdu**, (Adnan Menderes Ü.)
Erdin **Gündüz**, (Anadolu Ü.)
Fatime **Güneş**, (Anadolu Ü.)
İhsan **Güneş**, (Anadolu Ü.)
Güler **Günsoy**, (Anadolu Ü.)

H. İbrahim **Gürcan**, (Anadolu Ü.)
Necmi **Gürsagal**, (Uludağ Ü.)
Meral **Güven**, (Anadolu Ü.)
Canatay **Hacıköylü**, (Anadolu Ü.)
Ayhan **Hakan**, (Anadolu Ü.)
Hakan **Hakeri**, (İstanbul Medeniyet Ü.)
Ali **Halıcı**, (Başkent Ü.)
Şaduman **Halıcı**, (Anadolu Ü.)
Emel **Hanağası**, (Ankara Ü.)
Gürkan **Haşit**, (Bilecik Şeyh Edebalı Ü.)
Yasemin **İşıktaç**, (İstanbul Ü.)
Ayşe **İlker**, (Celal Bayar Ü.)
İbrahim **İlkhan**, (Selçuk Ü.)
S. Zeki **İmamoglu**, (Gebze Ü.)
İsa **İpçioğlu**, (Bilecik Şeyh Edebalı Ü.)
Hasan **İslatince**, (Anadolu Ü.)
İlknur **İstifci**, (Anadolu Ü.)
Ö. Faruk **İşcan**, (Atatürk Ü.)
Erkan **İzник**, (Anadolu Ü.)
Yusuf **Kaderli**, (Adnan Menderes Ü.)
C. Hakan **Kağnicioğlu**, (Anadolu Ü.)
Melik **Kamişlı**, (Bilecik Şeyh Edebalı Ü.)
Serap **Kamişlı**, (Bilecik Şeyh Edebalı Ü.)
Nuray **Karaca**, (Anadolu Ü.)
Nejdet **Karadağ**, (Anadolu Ü.)
A. Aziz **Karagül**, (Anadolu Ü.)
Erdal **Karakaş**, (Bilecik Şeyh Edebalı Ü.)
Hakan **Karakehya**, (Anadolu Ü.)
Ahmet **Karakocalı**, (Anadolu Ü.)
Kurtuluş **Karamustafa**, (Erciyes Ü.)
Elif **Karaoşmanoğlu**, (İstanbul Teknik Ü.)
Ekrem **Karayılmazlar**, (Pamukkale Ü.)
Fatih **Karçioğlu**, (Atatürk Ü.)
Bilhan **Kartal**, (Anadolu Ü.)
Filiz **Kartal**, (TODAİE)
Saadet **Kasman**, (Dokuz Eylül Ü.)
Tuğrul **Katoğlu**, (Bilkent Ü.)
Yüksel **Kavak**, (Hacettepe Ü.)
A. Yalçın **Kaya**, (Selçuk Ü.)
Ergün **Kaya**, (Anadolu Ü.)
M. Mesut **Kayalı**, (Dumlupınar Ü.)
S. Yüksel **Kaygusuz**, (Uludağ Ü.)
Şaban **Kayıhan**, (FSMVÜ)
İlknur **Keçik**, (Anadolu Ü.)
Gülpınar **Kelemci**, (Marmara Ü.)
Aşkın **Keser**, (Uludağ Ü.)
Mehmet **Kesim**, (Anadolu Ü.)
Uğur **Keskin**, (Anadolu Ü.)
Metin **Kılıç**, (Karabük Ü.)
Ramazan **Kılıç**, (Dumlupınar Ü.)
Yılmaz **Kılıçaslan**, (Anadolu Ü.)
Barış **Kılınç**, (Anadolu Ü.)
H. Selçuk **Kıray**, (Anadolu Ü.)
İbrahim **Kırcova**, (Yıldız Teknik Ü.)
Çiğdem **Kirel**, (Anadolu Ü.)
Şölen **Kipöz**, (İzmir Ekonomi Ü.)

Fatma **Kocabaş**, (Anadolu Ü.)
Fatma **Kocamemik Sündal**, (Anadolu Ü.)
Umut **Koç**, (Osmangazi Ü.)
Serpil **Koçdar**, (Anadolu Ü.)
Emine **Kolaç**, (Anadolu Ü.)
Osman **Konuk**, (Afyon Kocatepe Ü.)
İsa **Korkmaz**, (Necmettin Erbakan Ü.)
Şenol **Korkut**, (ESOGÜ)
Cüneyt **Koyuncu**, (Bilecik Şeyh Edebalı Ü.)
Nazmi **Kozak**, (Anadolu Ü.)
Dinçay **Köksal**, (ÇOMÜ.)
Erdoğan **Köse**, (Atatürk Ü.)
Sevinç **Köse**, (Celal Bayar Ü.)
Mustafa Naci **Kula**, (ESOGÜ)
A. Tolga **Kumtepe**, (Anadolu Ü.)
Zekeriya **Kurşun**, (Marmara Ü.)
Gülsün **Kurubacak**, (Anadolu Ü.)
Mesut **Kurulgan**, (Anadolu Ü.)
Erol **Kutlu**, (Anadolu Ü.)
Önder **Kutlu**, (Selçuk Ü.)
Abdullah **Kuzu**, (Anadolu Ü.)
İsmail **Küçükaksoy**, (Dumlupınar Ü.)
Derman **Küçükaltan**, (İstanbul Arel Ü.)
Yakup **Küçükkale**, (KTÜ)
Aykut **Lenger**, (Ege Ü.)
Elçin **Macar**, (YTÜ)
Muhsin **Macit**, (Anadolu Ü.)
Nazif **Mandacı**, (Yaşar Ü.)
İlknur **Maviş**, (Anadolu Ü.)
Mehmet **Mercan**, (Hakkari Ü.)
Ali **Meydan**, (Nevşehir Ü.)
Bilçin **Meydan**, (Uludağ Ü.)
M. Emin **Mutlu**, (Anadolu Ü.)
Zaur **Mükerrem**, (Anadolu Ü.)
Meltem N. **Velioğlu**, (Abant İzzet Baysal Ü.)
Yavuz **Odabaşı**, (Anadolu Ü.)
Aytunga **Oğuz**, (Dumlupınar Ü.)
Neval **Okan**, (Anadolu Ü.)
Emel **Oktay**, (Hacettepe Ü.)
M. Recep **Okur**, (Anadolu Ü.)
Erdal **Onar**, (Bilkent Ü.)
A. İlhan **Oral**, (Anadolu Ü.)
Nezih **Orhon**, (Anadolu Ü.)
A. Şevket **Ovalı**, (Dokuz Eylül Ü.)
Mine **Oyman**, (Anadolu Ü.)
Serdar **Öge**, (Selçuk Ü.)
Serdar **Ögel**, (Afyon Kocatepe Ü.)
Oktay **Öksüzler**, (Anadolu Ü.)
Kemal **Öktem**, (Hacettepe Ü.)
Nalan **Ölmezoğulları**, (Uludağ Ü.)
Saime **Önce**, (Anadolu Ü.)
Tuncay **Önder**, (Gazi Ü.)
Ahmet **Özalp**, (Hitit Ü.)
Erkan **Özata**, (Anadolu Ü.)
F. Zeynep **Özata**, (Anadolu Ü.)
F. Hülya **Özcan**, (Anadolu Ü.)

M. Tefvik **Özcan**, (İstanbul Ü.)
Ömer **Özçiçek**, (Gaziantep Ü.)
Aşkın **Özdağoğlu**, (Dokuz Eylül Ü.)
Ali **Özdemir**, (Anadolu Ü.)
A. Murat **Özdemir**, (Hacettepe Ü.)
Erkan **Özdemir**, (Uludağ Ü.)
Arzu **Özen**, (Anadolu Ü.)
Mustafa **Özer**, (Anadolu Ü.)
Alper **Özer**, (Ankara Ü.)
Ömer **Özer**, (Anadolu Ü.)
Hicran **Özgüner Kılıç**, (Karabük Ü.)
Aydın Ziya **Özgür**, (Anadolu Ü.)
Enver **Özkalp**, (Anadolu Ü.)
Ali Ekrem **Özkul**, (Anadolu Ü.)
Hayrettin **Özler**, (Dumlupınar Ü.)
Ahmet **Özmen**, (Anadolu Ü.)
Müjdat **Özmen**, (Osmangazi Ü.)
Selami **Özsoy**, (Abant İzzet Baysal Ü.)
Ahmet **Öztürk**, (Uludağ Ü.)
Feride **Öztürk**, (Dumlupınar Ü.)
Kadriye **Öztürk**, (Anadolu Ü.)
M. Canan **Öztürk**, (Anadolu Ü.)
Sevgi Ayşe **Öztürk**, (Anadolu Ü.)
Zafer **Öztürk**, (Bülent Ecevit Ü.)
Gülsev **Pakkan**, (Başkent Ü.)
Canan **Parla**, (Anadolu Ü.)
Didem **Paşaoğlu Baş**, (Anadolu Ü.)
Cem **Pekman**, (Marmara Ü.)
Helga **Rittersberger-Tılıç**, (ODTÜ)
Cem **Saatçioğlu**, (İstanbul Ü.)
H. İbrahim **Sağlam**, (Sakarya Ü.)
Mustafa **Sağlam**, (Anadolu Ü.)
Necdet **Sağlam**, (Anadolu Ü.)
Songül **Sallan Gül**, (Süleyman Demirel Ü.)
A. Yaşar **Sarıbay**, (Uludağ Ü.)
Arif **Sarıçoban**, (Hacettepe Ü.)
Melike **Sayıl**, (Hacettepe Ü.)
Seval **Selimoğlu**, (Anadolu Ü.)
Celalettin **Serinkan**, (Pamukkale Ü.)
Serdar **Sever**, (Anadolu Ü.)
Güven **Sevil**, (Anadolu Ü.)
Adnan **Sevim**, (Anadolu Ü.)
Nurdan **Sevim**, (Bilecik Şeyh Edebali Ü.)
Şerafettin **Sevim**, (Dumlupınar Ü.)
Uğur **Sevim**, (Giresun Ü.)
Selami **Sezgin**, (Osmangazi Ü.)
İ. Özgür **Soğancı**, (Anadolu Ü.)
Başak **Solmaz**, (Selçuk Ü.)
Harun **Sönmez**, (Anadolu Ü.)
H. Cenk **Sözen**, (Başkent Ü.)
Süleyman **Sözen**, (Anadolu Ü.)
Meriç **Subaşı Ertekin**, (Anadolu Ü.)
N. Bulbin **Sucuoğlu**, (Ankara Ü.)
Nadir **Suğur**, (Anadolu Ü.)

Serap **Suğur**, (Anadolu Ü.)
Zerrin **Sungur**, (Anadolu Ü.)
A. Nurhan **Şakar**, (Anadolu Ü.)
Hüseyin **Şen**, (Yıldırım Beyazıt Ü.)
S. Yücel **Şenyurt**, (Gazi Ü.)
Emel **Şıklar**, (Anadolu Ü.)
İlyas **Şıklar**, (Anadolu Ü.)
Ali **Şimşek**, (Anadolu Ü.)
İsmail **Şiriner**, (Kocaeli Ü.)
Deniz **Şükrüoğlu**, (Bülent Ecevit Ü.)
Deniz **Taşcı**, (Anadolu Ü.)
Demet **Taşdelen**, (Anadolu Ü.)
İskender **Taşdelen**, (Anadolu Ü.)
Ozan Ercan **Taşkın**, (Anadolu Ü.)
Çoşkun **Taştan**, (Ağrı İbrahim Çeçen Ü.)
Ümit **Tatlıcan**, (Adnan Menderes Ü.)
A. Tolga **Tek**, (Anadolu Ü.)
Ahmet **Tekin**, (Osmangazi Ü.)
Fatih **Temizel**, (Anadolu Ü.)
Filiz **Tepecik**, (Anadolu Ü.)
M. Necdet **Timur**, (Anadolu Ü.)
Filiz **Tiryakioğlu**, (Anadolu Ü.)
Mehpare **Tokay Argan**, (Bilecik Şeyh Edebali Ü.)
Selahattin **Tolkun**, (Anadolu Ü.)
H. Zümriye **Tonus**, (Anadolu Ü.)
Özgür **Tonus**, (Anadolu Ü.)
Elif **Toprak**, (Anadolu Ü.)
Metin **Toprak**, (İstanbul Ü.)
Cengiz **Toraman**, (Gaziantep Ü.)
Ömer **Torlak**, (Karatay Ü.)
A. Nil **Tosun**, (Hacettepe Ü.)
Cevat **Tosun**, (Gazi Ü.)
M. Umur **Tosun**, (Hacettepe Ü.)
B. Tuğberk **Tosunoğlu**, (Anadolu Ü.)
Şebnem **Tosunoğlu**, (Anadolu Ü.)
M. Mahur **Tulum**, (Anadolu Ü.)
Duygu **Tunalı**, (Anadolu Ü.)
Özhan **Tuncay**, (İzmir Katip Çelebi Ü.)
Nurcan **Turan**, (Anadolu Ü.)
Ü. Deniz **Turan**, (Anadolu Ü.)
Melih **Turğut**, (Osmangazi Ü.)
Hasan **Tutar**, (Sakarya Ü.)
A. Umut **Türkcan**, (Anadolu Ü.)
Erhan **Türker**, (Anadolu Ü.)
H. Gökçe **Türkoğlu**, (Yaşar Ü.)
A. Sibel **Türkümlü**, (Anadolu Ü.)
Ayşe Nur **Tütüncü**, (İstanbul Ü.)
B. Yelda **Uçkan**, (Anadolu Ü.)
Banu **Uçkan**, (Anadolu Ü.)
Nurullah **Uçkun**, (Osmangazi Ü.)
Sezen **Uludağ**, (Anadolu Ü.)
Nazmi **Ulutak**, (Anadolu Ü.)
Canan **Uluyacağı**, (Anadolu Ü.)
M. Fatih **Uşan**, (Yıldırım Beyazıt Ü.)
Gülriiz **Uygun**, (Ankara Ü.)

Doğan **Uysal**, (Celal Bayar Ü.)
Ferruh **Uztuğ**, (Anadolu Ü.)
Elif **Uzun**, (Anadolu Ü.)
Turgay **Uzun**, (Muğla Sıtkı Koçman Ü.)
Seyfettin **Ünal**, (Dumlupınar Ü.)
Sezen **Ünlü**, (Anadolu Ü.)
A. Oğuz **Ünlüer**, (Anadolu Ü.)
Çağla **Ünlütürk Ulutaş**, (Pamukkale Ü.)
Yılmaz **Ürper**, (Anadolu Ü.)
M. Erkan **Üyümez**, (Anadolu Ü.)
İlhan **Üzülmüş**, (Gazi Ü.)
İ. Yaşar **Vural**, (Recep Tayyip Erdoğan Ü.)
Sezgin **Vuran**, (Anadolu Ü.)
Esra **Yakut**, (Anadolu Ü.)
Kemal **Yakut**, (Anadolu Ü.)
Abdullah **Yalama**, (Osmangazi Ü.)
Rahmi **Yamak**, (KTÜ)
Handan **Yavuz**, (Anadolu Ü.)
Sutay **Yavuz**, (TODAİE)
Şahinde **Yavuz**, (KTÜ)
Nazan **Yelkikalan**, (ÇOMÜ)
Serdar **Yener**, (Sinop Ü.)
İbrahim **Yerebakan**, (R. Tayyip Erdoğan Ü.)
Ahmet **Yıkılmış**, (Abant İzzet Baysal Ü.)
Hakan **Yıldırım**, (Marmara Ü.)
Halil **Yıldırım**, (Sakarya Ü.)
Kemal **Yıldırım**, (Anadolu Ü.)
Nihal **Yıldırım Mızrak**, (Anadolu Ü.)
Selim **Yıldırım**, (Anadolu Ü.)
Soner **Yıldırım**, (ODTÜ)
Yavuz **Yıldırım**, (ÇOMÜ)
Zekeriya **Yıldırım**, (Anadolu Ü.)
Sıtkı **Yıldız**, (Kırıkkale Ü.)
Zeki **Yıldız**, (Osmangazi Ü.)
Abdullah **Yılmaz**, (Anadolu Ü.)
Ali **Yılmaz**, (Ondokuz Mayıs Ü.)
Hakan **Yılmaz**, (Anadolu Ü.)
Özlem **Yılmaz**, (ODTÜ)
R. Ayhan **Yılmaz**, (Anadolu Ü.)
Rasim **Yılmaz**, (Namık Kemal Ü.)
Sinan **Yılmaz**, (Bülent Ecevit Ü.)
Veysel **Yılmaz**, (Osmangazi Ü.)
Medet **Yolal**, (Anadolu Ü.)
Mehmet **Yüce**, (Uludağ Ü.)
Betül **Yüce Dural**, (Anadolu Ü.)
Bülent **Yücel**, (Anadolu Ü.)
Süleyman **Yükçü**, (Dokuz Eylül Ü.)
A. Haluk **Yüksel**, (Anadolu Ü.)
Coşgül **Yüksel**, (Anadolu Ü.)
Erkan **Yüksel**, (Anadolu Ü.)
Mezher **Yüksel**, (Kırıkkale Ü.)
N. Aysun **Yüksel**, (Anadolu Ü.)
Deniz **Yüncü**, (Anadolu Ü.)
A. Tülin **Yürük**, (Anadolu Ü.)
T. Volkan **Yüzer**, (Anadolu Ü.)
Mahmut **Zortuk**, (Dumlupınar Ü.)

İÇİNDEKİLER / CONTENT

MAKALELER / ARTICLES

- What are the Main Determinants of Renewable Energy Consumption?
A Panel Threshold Regression Approach**
Yenilenebilir Enerji Tüketiminin Başlıca Belirleyicileri Nelerdir?
Panel Eşik Regresyon Yaklaşımı
Araş. Gör. Dr. Gülsüm Akarsu - Dr. Öğr. Üyesi Nebile Korucu Gümüüşoğlu 1-22
- Nanoteknoloji İnovasyon Sistemi: Türkiye Tekstil Sektörü Örneği**
Nanotechnology Innovation System: The Case of Turkish Textile Industry
Dr. Ender Sevinç 23-48
- Foreign Exchange Intervention and Exchange Rate Volatility:
Evidence from Turkey**
Döviz Kuru Müdahaleleri ve Kur Oynaklığı: Türkiye Örneği
Dr. Öğr. Üyesi Oğuz Tümtürk 49-64
- Neoklasik İktisat: Anaakım mı, Ortodoks mu?**
Neoclassical Economics: Is it Mainstream or Orthodox?
Dr. Öğr. Üyesi Hüsnü Bilir 65-80
- Coping with Work-Family Conflict, Integrating Satisfaction of
Basic Psychological Needs: A Case Study in Eskişehir/Turkey**
Assoc. Prof. Dr. Aytül Ayşe Cengiz - Prof. Dr. Fikret Er 81-98
- İdeoloji, Söylem ve İletişim Çalışmalarında Ruth Wodak**
Ideology, Discourse and Ruth Wodak in Communication Studies
Fatma Çakmak – Yasemin Bilişli 99-124
- Yöneticilerin Olumlu ve Olumsuz Mizah Kullanımı ile Çalışan
Tutumları Arasındaki İlişki**
The Relationship Between Positive and Negative Use of
Humor of Managers and Employee Attitudes
Dr. Öğr. Üyesi Ozan Büyükyılmaz 125-150
- Statü Tüketiminin Fiyat Duyarlılığına Etkisini Belirlemeye
Yönelik Bir Araştırma**
A Research on Determining the Effect of Status Consumption on
Price Sensitivity
Dr. Öğr. Üyesi Polat Can 151-170
- Türkiye’de Malvarlığına Karşı İşlenen Suçların Mekansal Bağımlılığı**
Spatial Dependence of Crimes Against Property in Turkey
Dr. Öğretim Üyesi Özlem Dündar - Prof. Dr. C. Yenal Kesbiç 171-188
- Mao Zedong’un Kült Liderlik Propagandasında Kullanılan
Posterlerin Göstergebilimsel Analizi**
The Semiotics Analysis of Posters Used in Mao Zedong’s Cult
Leadership Propaganda
Caner Çakı 189-210

Türkiye’de Sosyoloji Bölümleri Arasında İstihdam Örüntüleri: Sosyal Ağ Analizi Üzerinden Bir Değerlendirme Employment Patterns Among Sociology Departments in Turkey: An Evaluation Through Social Network Analysis Emin Baki Adaş	211-224
Sağlık Çalışanlarında Duygusal Emek ile İlgili Yapılan Çalışmalara Yönelik Bir İnceleme An Examination For Studies Related to Emotional Labour on Health Personnel Arş. Gör. Birol Yetim - Doç. Dr. Gülsün Erigüç	225-240
Political Economy of the EU Competition Policy AB Rekabet Politikasının Ekonomipolitiği Assoc. Dr. Hakan Cavlak	241-254
Enflasyon ve Ekonomik Büyüme: Eşik Değer Analizi Inflation and Economic Growth: Threshold Analysis Dr. Öğr. Üyesi Taner Sekmen - Dr. Öğr. Üyesi Seher Gülşah Topuz	255-270
Türkiye’de Eğitim Eşitsizliğinin Farklı Yüzleri Various Facets of Educational Inequality in Turkey Seda Yıldız - Derya Gültekin-Karakaş	271-292
Açık Ekonomilerde Gelir Düzeyi, Kurumsal Faktörler ve Çalışma Tercihleri (Boş Zaman) İlişkisi: Küresel Bütünleşme Çalışma Yükümlülüğünü Azaltıyor mu? Relationship between Income Level, Institutional Factors and Working Preferences (Leisure Time) in Open Economies: Does Global Intergation Reduce Obligation of Work? Dr. Öğr. Üyesi Aynur Yıldırım - Dr. Öğr. Üyesi Gonca Akgün Güngör	293-308
Türkiye’de Mahalli İdareler Seçimleri Oy Oranlarının Tahmin Edilmesine Yönelik Bir Model Önerisi A Model Proposal for the Prediction of Local Authorities Elections Vote Rates in Turkey Dr. Öğr. Üyesi Ali Yıldırım - Dr. Öğr. Üyesi Kürşad Emrah Yıldırım Arş. Gör. Sami Özcan	309-330
Bütünleşik Bulanık AHP-VIKOR Yaklaşımıyla Demiryolu Yük Taşımacılığı Etkinliklerinin Değerlendirilmesi Evaluation of Railway Freight Transportation Activities with Integrated Fuzzy AHP-VIKOR Approach Dr. Öğr. Üyesi Gökçe Candan	331-346
E-Atmosferin Plansız Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisinde Alışveriş Keyfinin Aracılık Rolü: Tüketicilerin Atmosfer Duyarlılıklarına Göre Bir Karşılaştırma The Mediating Role of Shopping Enjoyment on the Effect of e-Atmospherics on Impulse Buying Behavior: A Comparison on the Atmospheric Responsiveness of Consumers Ece Bayramoğlu - Kübra Tuğçe Özata - Doç. Dr. Oylum Korkut Altuna Prof. Dr. F. Müge Arslan	347-368

Yasal Düzenlemelerin Borsa İstanbul'da Sektörel Etkisi:

Sigorta Sektörü Örneği

Sectoral Effect of Legal Regulations on Stock Exchange in Istanbul:

Example of Insurance Sector

Dr. Öğr. Üyesi Fatma Davarcıoğlu Özaktaş 369-390

Hemşirelerin Stresle Başa Çıkma Tarzlarında Duygusal Zekanın Etkisi:

Çorum İlinde Bir Uygulama

The Impact of Emotional Intelligence on Nurses' Coping Styles With Stress:

An Application in Çorum

Dr. Öğr. Üyesi Muhammet Çankaya - Dr. Öğr. Üyesi Gamze Ebru Çiftçi 391-414

Nüfuzumu Kullanırken Ben: Türkiye'deki Moda Instabloggerlarının

Ürün Yerleştirme Uygulamaları Üzerine bir İçerik Analizi

Me While Using My Influence: A Content Analysis on the Product

Placement Practices of the Fashion Instabloggers in Turkey

Gül Şener - Eda Öztürk - H. Kemal Suher 415-436

Nesnel Bilgi Mi, İnşa Olarak Bilgi Mi?: Küresel Yaşlanma,

Eğitim-Geliştirme İlişkisi Üzerine Bir Tartışma

Objective Knowledge or Socially Constructed Knowledge:

A Debate on the Relationship Between Global Ageing and

Training-Development Area

Doç. Dr. Fuat Man - Arş. Gör. Canan Yılmaz 437-454

Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet ve Kadının İşgücüne Katılımına İlişkin

Mikroekonometrik Analiz: Türkiye

Microeconometric Analysis of Domestic Violence Against Women and

Women's Labour Force Participation: Evidence from Turkey

Dr. Öğr. Üyesi Evren İpek - Dr. Öğr. Üyesi Özlem Ayvaz Kızılgöl 455-474

Otel Çalışanlarının Stres ve Bireysel Performans İlişkisinin İncelenmesi

Investigation of the Relationship with the Individual Performance of

the Stress of Hotel Employees

Arş. Gör. Gamze Alp 475-496

Propagandanın Filmi: Yeşil Bereliler

The Film of Propaganda: Green Berets

Doç. Dr. Serkan Öztürk - Sezen Altay 497-516

Twitter'da Siyasal Katılım Ölçeği (TSKÖ)

Political Participation Scale In Twitter (PPST)

Şakir Güler - Murat Sezgin 517-530

Kitap Tanıtımı

Book Review

Pınar Serdar Dinçer 531-532



What are the Main Determinants of Renewable Energy Consumption? A Panel Threshold Regression Approach¹

Yenilenebilir Enerji Tüketiminin Başlıca Belirleyicileri Nelerdir?
Panel Eşik Regresyon Yaklaşımı

Araş. Gör. Dr. Gülsüm Akarsu² - Dr. Öğr. Üyesi Nebile Korucu Gümüšoğlu³

Başvuru Tarihi: 13.06.2018

Kabul Tarihi: 18.02.2019

Abstract

Because of severe environmental impacts associated with the use of conventional energy sources, most of the countries attempt to decarbonize their energy sector by increasing share of renewable energy in their total energy consumption which also reduces their energy import dependency. Therefore, this study aims to understand the determinants of renewable energy consumption for 58 countries over the period from 1990 to 2012. The period and number of countries are determined based on the data availability for all the variables. For example, data on total greenhouse gas emissions is available only up to 2012. Analysis is based on a panel threshold regression model to find out asymmetric behavior of renewable energy consumption. The model explains renewable energy consumption by various economic factors in a nonlinear framework. Different effects of these factors are expected under different economic regimes characterized by income level. Results show that for real GDP per capita lower than 1527.977 US\$, signs, statistical significance and magnitude of coefficients on some variables differ tremendously compared to the upper regime verifying the asymmetric relationship. Therefore, one can conclude that determinants of renewable energy consumption differ across countries and time based on the real GDP per capita level.

Keywords: *Renewable Energy Consumption, Panel Threshold Regression Model, Economic Factors*

¹ This study was presented in Fifth International Conference in Economics (Econ Anadolu 2017) held in Eskisehir, Turkey between 11th and 13th May 2017 and in 7th International %100 Renewable Energy Conference (IRENEC 2017) held in Istanbul, Turkey between 18th and 20th May, 2017. Authors would like to thank to all the participants for their helpful comments.

² Ondokuz Mayıs Üniversitesi İİBF, akarsu.gulsum@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4877-1969

³ İstanbul Kültür Üniversitesi İİBF, nkorucu@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3308-4362

Öz

Fosil yakıtların kullanımından kaynaklanan çevresel etkilerden dolayı, birçok ülke, aynı zamanda enerjide dışa bağımlılığın azaltmasını da sağlayabilmek amacıyla yenilenebilir enerji kaynaklarının oranını artırarak, enerji sektörlerinde sera gazını azaltmaya çabalamaktadır. Bu nedenle, bu çalışma, 1990 ve 2012 dönemleri arasında 58 ülke için yenilenebilir enerji tüketiminin belirleyicilerini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Yenilenebilir enerji tüketiminde simetrik olmayan davranışı dikkate alabilmek amacıyla analiz panel eşik regresyon modeline dayanmaktadır. Modelde doğrusal olmayan çerçevede, yenilenebilir enerji tüketimi, birçok iktisadi faktör tarafından açıklanmıştır. Gelir seviyesine göre belirlenen iktisadi rejimler için bütün faktörlerin farklı etkilere sahip olması beklenmektedir. Sonuçlar, kişi başına GSYİH'nın (sabit 2010 US \$ cinsinden) 1527.977 seviyesinden düşük olduğu durumlarda bazı değişkenlerin katsayılarının işareti, istatistiksel anlamlılığı ve boyutu, o seviyeden yüksek olduğu rejime kıyasla farklılaşabilmekte, bu ise, simetrik olmayan ilişkinin bulunduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, yenilenebilir enerji tüketiminin belirleyicileri reel kişi başına GSYİH'a bağlı olarak, ülkeler arasında ve zaman boyunca değiştiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yenilenebilir Enerji Tüketimi, Panel Eşik Regresyon Modeli, İktisadi Faktörler

Introduction

Due to the climate change and environmental problems caused by the heavy use of fossil fuels renewable energy has gained an important share in the energy consumption mix of many countries being an alternative source of energy. In addition, renewable energy has some other advantages, such as economic growth effects and providing energy access to people unable to benefit from modern energy services (REN21, 2015). As renewable energy technologies provide off-grid or mini-grid systems, rural electrification can be improved which also contributes to the development of rural regions (Ackah and Kizys, 2015). The main aim of this study is to understand the major economic factors inducing the consumption of renewable energy in the context of cross-country analysis.

Technology improvement in renewable energy and investment cost decline leads to high investments in renewable energy technologies for year 2016 and similarly in 2014 despite of falling oil prices (REN21, 2014, 2015, 2017). World renewable energy consumption share increases from 17% to 18%⁴ between 1990 and 2014. However, this increase is not sufficient to reach the goal of UN's Sustainable Energy for All (SE4ALL) initiative for year 2030 according to REN21 (2015) report. Figure 1 illustrates the share of renewables used in the total energy production across the countries for year 2014. One can observe that renewable energy has the dominant share in countries such as China, India and United States. For new capacity additions in 2014 also, China, Brazil, India, and South Africa are top four countries (REN21, 2015). But there are significant differences in the share of renewable energy among the countries as seen

⁴ These values are calculated using data obtained from World Bank World Development Indicators Database.

from Figure 1. Therefore, this study attempts to understand these differences in the context of an economic model. Moreover, in order to increase the share of renewables, most of the countries implement various support mechanisms⁵, for example, subsidies, direct investment, research and development, green certificates, Feed-in-Tariffs and Renewable Obligation Schemes (da Silva et al., 2018). The main aims of these support mechanisms are to increase renewable energy investments by making renewables cost competitive compared to traditional energy sources, increase their market share and also public awareness and acceptance, ensure the energy transition by promoting sustainable energy systems based on mostly on renewables, develop competitive market and new renewable energy technologies (Carley, 2009; Gan and Smith, 2011). For example, in Feed-in-Tariffs support mechanism, renewable energy projects are supported by purchase guarantee at fixed prices during a predetermined period which may increase the profitability and decrease the risk of the project. In this way, energy production from renewables may also raise which may result in renewable energy consumption increase. For more information, one can refer to Marques and Fuinhas (2012) and Gan and Smith (2011). In the literature, some studies (Aguirre and Ibikunle, 2014; Carley, 2009; Kim and Park, 2016; Marques and Fuinhas, 2012; Marques et al., 2010; Pfeiffer and Mulder, 2013; da Silva et al., 2018) also consider the impacts of political factors and support mechanisms on the renewable energy consumption, explicitly. On the other hand, other studies analyze solely the determinants of renewable energy consumption without distinguishing the effects of various political instruments (Ackah and Kizys, 2015; Akar, 2016; Apergis and Payne, 2014a, 2014b; Bengochea and Faet, 2012; Chang et al., 2009; Omri et al., 2015; Omri and Nguyen, 2014; Sadorsky, 2009a, 2009b; Salim and Rafiq, 2012). This study also focuses mostly on economic factors. Political factors are included into the analysis as country-specific factors.

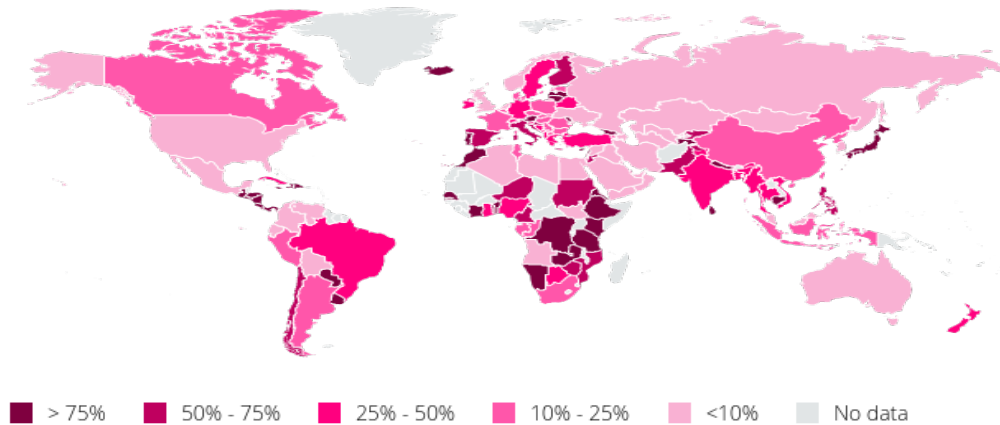


Figure 1. Renewables' Share in Total Energy Production (%) for 2014

Source: International Energy Agency

In the literature, studies are performed for different countries covering different time periods and using various methods. Factors included into the models of these studies can be categorized

⁵ One can refer to Sawin (2004) for detailed information on renewable energy support mechanisms.

as political, socioeconomic and country-specific factors (Aguirre and Ibikunle, 2014; Marques et al., 2010). Table 1 shows the information on recent studies. Real income was found to be one of the main drivers of renewable energy consumption by most of the studies (Ackah and Kizys, 2015; Apergis and Payne, 2014a, 2014b; Carley, 2009; da Silva et al., 2018; Gan and Smith, 2011; Omri et al., 2015; Omri and Nguyen, 2014; Pfeiffer and Mulder, 2013; Sadorsky, 2009a, 2009b; Salim and Rafiq, 2012). Growing population and income necessitates energy consumption increase (Apergis and Payne, 2014b; Sadorsky, 2009a; Salim and Rafiq, 2012) and for developmental sustainability, most of countries prefer to utilize renewable energy resources in order to meet their energy requirements (Ackah and Kizys, 2015; Sadorsky, 2009b). Moreover, high income countries may finance the costly renewable energy investments easily and can provide incentives because of availability of sources, therefore, as income increases, countries may employ higher amount of renewables (Aguirre and Ibikunle, 2014; Carley, 2009; da Silva et al., 2018; Marques and Fuinhas, 2011; Marques et al., 2010). Moreover, high income countries may have higher environmental awareness which may be regarded as one of the factors contributing to higher use of renewables in these countries (Pfeiffer and Mulder, 2013).

Table 1. Recent Studies on the Determinants of Renewable Energy Consumption

Author	Years	Country	Model/Method	Main Findings
Carley (2009)	1998-2006	50 US states	Fixed Effects Vector Decomposition	Renewable portfolio standard policy implementation was found to be ineffective to increase the share of renewable energy production. The results showed significance of other factors' negative impacts, such as, per capita electricity consumption, petroleum and coal manufacturing shares, deregulation, renewable energy potential and tax incentive program in addition to the positive effects of real income and policy measures and negative effect of electricity price.
Chang et al. (2009)	1997-2006	OECD countries	Panel Threshold Regression Model	The effects of energy prices on share of renewable energy supply were found to change according to economic regimes based on economic growth in such a way that in high growth regime, energy prices have positive and significant effect, whereas in low growth regime, negative and insignificant effects are found.
Sadorsky (2009a)	1994-2003	18 Emerging countries	Panel Cointegration Model	The results showed the evidence for the long run relation between real income per capita and renewable energy consumption per capita. Moreover, findings indicated the absence of any bidirectional short run causal relation between income and renewable energy consumption and also there is not any short run causality from electricity price to renewable energy consumption. Lastly, short run effect of real income on electricity prices was found to be negative.
Sadorsky (2009b)	1980-2005	G7 countries	Error Correction Model, SUR	Long run determinants of renewable energy consumption per capita were found to be real income per capita, real oil prices and CO ₂ emissions per capita.
Marques, Fuinhas	1990-2006	24 European countries	Fixed Effects Vector Decomposition	For European Union (EU) countries, their results showed the negative effects of CO ₂ emissions per capita and oil prices as well as negative lobby effect

and Manso (2010)				related to the fossil fuels. Positive effects are found for energy dependency, geographic area, real income, energy consumption per capita, continuous commitment to renewables, natural gas and coal prices. Different from EU countries, for non-EU countries, effect of oil price on the share of renewable energy supply was found to be insignificant and in addition, negative effects were found for real income, natural gas price, coal price and continuous commitment to renewables.
Gan and Smith (2011)	1994-2003	OECD countries	Static Panel Data Model	GDP per capita and renewable energy deployment policies are found to have positive and statistically significant effects along with factors specific to each country. However, the results indicate insignificance of the effects associated with changes in energy prices, government expenditures on R&D, CO ₂ emissions, research and innovation policies and market-based policies.
Marques and Fuinhas (2011)	1990-2006	24 European countries	Dynamic Panel Data Model	This study's findings indicated statistically significant negative lobby effect, negative effect of CO ₂ emissions per capita and positive effect of energy use per capita. The effects of income, fossil fuel prices and energy imports were found to be insignificant.
Bengochea and Faet (2012)	1990-2004	European Union countries	Static Panel Data Models	Results showed positive and statistically significant effect of CO ₂ emissions but the impact of fossil fuels price was found to be statistically insignificant.
Marques and Fuinhas (2012)	1990-2007	23 European countries	Panel Corrected Standard Errors Estimator	Policies promoting renewables, per capita energy consumption and continuous commitment to renewables were found to affect renewable energy share positively and significantly. Negative and statistically significant effects were obtained for energy imports, lobby and per capita CO ₂ emissions.
Salim and Rafiq (2012)	1980-2006	Six major emerging countries	Panel (FMOLS, DOLS) and time series (ARDL model) techniques	Results showed the presence of cointegrating relation between renewable energy consumption, real GDP, carbon emissions and real oil price. In the long run, carbon emissions and real GDP affect renewable energy consumption positively and statistically significantly for Brazil, China, India and Indonesia but only real GDP has a significant and positive effect for Turkey and Philippines. Moreover, bidirectional causality was found between renewable energy consumption and real GDP for Brazil, China, Philippines and Turkey. For Brazil, China, India and Indonesia, the results indicated bidirectional causality between renewable energy consumption and CO ₂ emissions. The findings showed bidirectional causality between real GDP and CO ₂ emissions for Brazil and China, unidirectional causality from real GDP to renewable energy consumption for India and Indonesia. But, for most of the countries, the effect of real oil price was found to be statistically insignificant.
Pfeiffer and Mulder (2013)	1980-2010	108 developing countries	Two-Part and Two-step Selection Models	This study found positive and statistically significant effects of real income per capita, energy mix, educational attainment, economic incentive mechanisms and regulatory tools on the per capita electricity generated from renewables. The findings showed the negative and statistically significant effects of trade openness, foreign direct investment,

				policy support programs, growth of electricity consumption and production from fossil fuels. Financial development and Kyoto protocol was found to have no statistically significant effects.
Aguirre and Ibikunle (2014)	1990-2010	38 Countries (Europe, OECD, BRICS)	Fixed Effects Vector Decomposition, Panel Corrected Standard Errors estimator	Results indicated the positive and statistically significant effects of CO ₂ emissions, continuous commitment to renewables, ratification of Kyoto protocol, negotiated agreements, biomass and solar energy potential, whereas, negative effects of Fiscal, Financial and Voluntary policy measures, energy usage, lobby measured by the shares of coal, natural gas, nuclear and crude oil in the energy generation, wind energy potential and industrial electricity price. On the other hand, some of the factors were found to have insignificant effects, such as, energy imports, energy prices, GDP per capita, population growth and deregulation.
Apergis and Payne (2014a)	1980-2011	25 OECD countries	Panel Error Correction Model	This study's findings showed both long run and short run statistically significant and positive effects of real GDP per capita, CO ₂ per capita and real oil prices on per capita total renewable energy consumption in addition to the bidirectional long run and short run causalities between all the variables. In the long run, 1% increases in real GDP per capita, CO ₂ per capita and real oil prices lead to 0.345%, 0.352% and 0.450% increases in the renewable energy consumption per capita.
Apergis and Payne (2014b)	1980-2010	7 Central American countries	Panel Smooth Transition VECM	In the long run, renewable energy consumption per capita was found to be increased by increases in the real GDP per capita, CO ₂ per capita, real oil price and real coal price. For the short run, the establishment of Energy and Environment Partnership in 2002 affects the results. There is evidence of long run and short run bidirectional causality among all the variables with one exception. Before 2002, although there is not any evidence of short run causality running from real coal and oil prices to renewable energy consumption per capita, after 2002, the results indicated the existence of bidirectional causality between all of the variables. Long run estimation results showed that 1% increases in real GDP per capita, CO ₂ per capita, real coal prices and real oil prices are accompanied with 0.376%, 0.219%, 0.153% and 0.285% increases in the per capita renewable energy consumption.
Omri and Nguyen (2014)	1990-2011	64 Countries	Dynamic Panel Data Model	Renewable energy consumption growth was found to increase as a result of per capita CO ₂ emissions growth. Results showed statistically significant and positive effect of trade openness for middle and low income countries and for the full sample. Positive influence of per capita GDP growth was found for high and middle income countries. The findings indicated the adverse effect of oil price growth for middle income countries and for the full sample.
Ackah and Kizys (2015)	1985-2010	Oil producing African countries	Static and Dynamic Panel Data Models	The findings showed that increases in real GDP per capita, population, energy resource depletion per capita and per capita capital stock lead to increase in per capita renewable energy consumption. CO ₂

				emissions per capita and energy prices affect renewable energy consumption negatively. Results showed the insignificance of human capital effect.
Omri et al. (2015)	1990-2011	64 countries	Static and Dynamic Panel Data Models	For all subsamples (high, middle, low income countries and all countries), per capita CO ₂ emissions growth and per capita real GDP growth were found to have statistically significant effects on per capita renewable energy consumption growth. 1% increase in per capita CO ₂ emissions increases per capita renewable energy consumption by 0.19 to 0.26%. 1% increase in per capita real GDP lead to an increase between 0.20% and 0.42%. Trade openness also increases renewable energy consumption except in high income countries. Lastly, real crude oil price growth was found to have statistically significant and positive effect for full sample of countries.
Akar (2016)	1997-2011	Balkan countries	Dynamic Panel Data Model	This study showed that trade openness and natural gas rents have favorable and significant impacts on renewable energy share, but economic growth decreases the renewable energy share. Oil rents and per capita CO ₂ emissions were found to have insignificant effects.
Kim and Park (2016)	2000-2013	30 countries	Tobit Regression	Results showed the positive and statistically significant effects of Feed-in-Tariff support mechanism, financial market development (overall, credit and equity market) and electricity generation share increase. Moreover, according to the findings, by the international financing, renewable energy deployment accelerates. In most of the cases, GDP per capita was found as a major factor influencing the renewable energy capacity.
da Silva et al. (2018)	1990-2014	Sub-Saharan Africa	Panel ARDL Model	The findings indicated the presence of long run relation between renewable energy share in electricity generation, per capita real GDP, per capita CO ₂ emissions, energy prices (crude oil, natural gas and coal prices), per capita energy use, population growth, electricity import and Kyoto protocol ratification. Real income per capita and energy use per capita increase renewable energy share; whereas, changes in per capita CO ₂ emissions, energy prices, population growth, electricity import and Kyoto protocol ratification affect renewable energy use, adversely.

Source: Author's own elaboration

“Renewable energy is almost carbon-neutral” (Ackah and Kizys, 2015: 1159; Akar, 2016). Findings of some studies showed that carbon emissions increase renewable energy consumption (Aguirre and Ibikunle, 2014; Apergis and Payne, 2014a, 2014b; Bengochea and Faet, 2012; Omri et al., 2015; Omri and Nguyen, 2014; Sadorsky, 2009b; Salim and Rafiq, 2012), however, some found the adverse effect of the emissions (Ackah and Kizys, 2015; da Silva et al., 2018; Marques and Fuinhas, 2011; Marques and Fuinhas, 2012). Environmental concerns, especially global warming and environmental awareness are emphasized as an important factor which reduces fossil fuel consumption and increases the renewable energy consumption (Aguirre and Ibikunle, 2014; Omri and Nguyen, 2014; Omri et al., 2015; Sadorsky, 2009b; Salim

and Rafiq, 2012). Because the main reason of global warming and climate change is the high level of Greenhouse Gas emission release to the atmosphere (Marques et al., 2010), in the literature, emissions are used in the models in order to consider the environmental concerns and increase in emissions may be associated with higher use of renewables to achieve the emissions targets set by international agreements or determined by national administrative or regulatory agencies in their action plans which may lead to political pressure for renewable energy use (Bengochea and Faet, 2012; Chang et al., 2009; Marques and Fuinhas, 2011). Energy prices are other important factors influencing the renewable energy consumption and some of the studies (Ackah and Kizys, 2015; Apergis and Payne, 2014a, 2014b; Chang et al., 2009; da Silva et al., 2018; Omri and Nguyen, 2014; Omri et al., 2015; Sadorsky, 2009b) found statistically significant effects. As other energy sources, especially fossil fuels can be seen as substitutes to renewables, because as fossil fuel prices increase, the renewable energy consumption may increase (Apergis and Payne, 2014a, 2014b; Marques and Fuinhas, 2011; Marques et al., 2010; Omri and Nguyen, 2014; Omri et al., 2015; Sadorsky, 2009b; Salim and Rafiq, 2012). Also, the marginal cost of energy production using renewables are much lower compared to other energy resources, because of this, fossil fuel price increases may lead to increase in consumption of renewables. In addition, according to Chang et al. (2009), as there is a close relation between energy prices and inflation as well as inflation and economic growth, the use of renewables can reduce the cost push inflationary pressures resulted from the price increases in fossil fuels and decrease also possibility of stagflation. However, in most of the time, as renewables are subsidized because of high investment costs, this may also lead to an increase especially in electricity prices. Therefore, increase in electricity prices may decrease the use of renewables in electricity generation (Aguirre and Ibikunle, 2014; Carley, 2009; Marques et al., 2010). Technology lock-in may also lead to no change or decline in the share of renewables when fossil fuel prices rise. In addition, findings of the studies (Aguirre and Ibikunle, 2014; Carley, 2009; Gan and Smith, 2011; Kim and Park, 2016; Marques and Fuinhas, 2012; Marques et al., 2010) showed the significant impacts of various policy measures. After the implementation of Research and Development Programs in 1970's, Obligations and Tradable Certificates became popular in 2000's (Aguirre and Ibikunle, 2014). All these policy measures aim to increase the renewable energy deployment. Moreover, as pointed out by Aguirre and Ibikunle (2014) and Marques and Fuinhas (2011), social costs and benefits are not reflected in the market prices of energy sources which may create a disadvantageous situation for renewables making them more costly compared to fossil fuels. Akar (2016) emphasized the importance of government supports for the investment on renewables. Different government policies can be implemented in order to cope with the problems associated with the market failures, for example governments can use taxes on fossil fuels or subsidize the renewable energy sources by introducing different mechanisms based on taxes, quotas, feed-in tariffs, voluntary programs, tradable certificates or investment incentives for research and development (Aguirre and Ibikunle, 2014; Marques and Fuinhas, 2011; Pfeiffer and Mulder, 2013). Moreover, Marques and Fuinhas (2011) and Marques and Fuinhas (2012) emphasized that policy continuity and certainty are very important for renewable energy investments. Marques et al. (2010) points out the importance of institutions, such as EU membership. In the case of EU membership, common targets and the EU energy policies may encourage the renewable deployment.

Moreover, Marques and Fuinhas (2011), Marques and Fuinhas (2012), Aguirre and Ibikunle (2014), and da Silva et al. (2018) found that higher energy use is associated with increase in the renewable energy consumption. The energy requirements can be met by various types of energy resources. Changes in energy use including electricity consumption may affect renewable energy consumption adversely or favorably (Aguirre and Ibikunle, 2014; Marques and Fuinhas, 2012; Marques et al., 2010; Pfeiffer and Mulder, 2013). As mentioned by Aguirre and Ibikunle (2014), if a country has severe energy security problems, this may push the country to rely heavily on fossil fuels and therefore, country decreases its renewable energy share. However, according to Marques and Fuinhas (2011), energy use as an indicator of economic development can increase the utilization of renewables. Energy dependency measured by energy imports was found to be an important driver which lead to an increase in the renewable energy consumption by Marques et al. (2010), whereas, decline in the renewable energy consumption by Marques and Fuinhas (2012) and da Silva et al. (2018). Deployment of renewable energy sources provides countries favorable trade balance effects, self-sufficiency and energy supply security by decreasing the energy import dependency because these energy sources are local sources including for example, wind, solar, geothermal, tidal and hydro energy sources and can substitute the imported fossil fuels (Ackah and Kizys, 2015; Aguirre and Ibikunle, 2014; da Silva et al., 2018; Marques and Fuinhas, 2011; Marques and Fuinhas, 2012; Marques et al., 2010). Moreover, decline in energy import dependency diminishes the impact of fossil fuel energy prices, in other words, countries' vulnerability to external shocks and restrictions imposed on economy because of fossil fuel reserve limits (Ackah and Kizys, 2015; da Silva et al., 2018). The findings of Marques et al. (2010), Marques and Fuinhas (2011), Marques and Fuinhas (2012) and Aguirre and Ibikunle (2014) indicate the negative effects of fossil fuel and nuclear contribution to electricity generation, i.e., lobby effect. According to Marques and Fuinhas (2011) and Marques et al. (2010), fossil fuels meet the energy requirements at low cost which is important for the economic growth and provides geo-strategic power to countries in various areas ranging from military to all economic fields. Also, fossil fuels can be easily stored and because of previous investments on technologies based on fossil fuels; their shares are not in negligible levels in installed capacity (Marques and Fuinhas, 2012). Moreover, energy production from natural gas and nuclear energy also result in lower GHG emissions compared to other alternatives such as coal and oil. Coal, natural gas, oil and nuclear shares in electricity generation are included in most of the studies in order to capture the influence of these fossil fuels on political and economic issues, i.e., lobby effect as well as the competition between renewables and traditional energy resources (Aguirre and Ibikunle, 2014). Lobby effect reflects the extent of pressure groups' influence on energy policies and also higher shares of these energy sources indicate the existence of scale economies which is essential for the feasibility of investment projects related to some technologies, such as nuclear (Marques and Fuinhas, 2011).

Among the studies shown in Table 1, Marques et al. (2010) found negative effects of fossil fuel and nuclear contribution to electricity generation and positive effects of energy imports, renewable energy potential, continuous commitment for renewable energy consumption, and various policy measures. Renewable energy potential, fossil fuel and nuclear contribution to electricity generation and continuous commitment for renewable energy consumption were

also found to be important drivers by Aguirre and Ibikunle (2014) in addition to Kyoto Protocol ratification, energy use, industrial electricity price and carbon emissions. Higher renewable energy potential increases renewable energy consumption because of higher availability of resources (da Silva et al., 2018; Marques et al., 2010), however, quality and quantity of these potentials are important (Bird et al., 2005). The effect of continuous commitment for renewable energy consumption can be explained as follows. Large amount of investment in renewable energy including research and development may lead to continuity and persistency for the utilization of renewable energy sources (Marques and Fuinhas, 2011). Because, for the profitability of investments made previously, countries generally follow a strategy which focuses on the continuity of plans for the investment on renewables especially after crossing the takeoff phase of renewables development (Marques and Fuinhas, 2012). Moreover, previous renewable energy investments and infrastructure may lead to reduction in fixed costs creating economies of scale and higher profits with continuous commitment to renewables and these can increase the use of renewables (Aguirre and Ibikunle, 2014; Marques et al., 2010). Ratification of Kyoto protocol was taken as a boosting institutional factor and an incentive for renewable energy consumption as it is an important international agreement for the mitigation of greenhouse gas emissions putting obligations on countries for the emission reduction through the commitment of legally binding targets and may provide technology transfer (Aguirre and Ibikunle, 2014; da Silva et al., 2018). On the other hand, Pfeiffer and Mulder (2013) showed that real income, energy resource diversification and schooling level affect the renewable energy consumption statistically significant and positively; whereas, they found negative effects of trade openness, foreign direct investment, policy support programs, electricity consumption growth and fossil fuel production. They explained how energy resource diversification can affect renewable energy consumption as follows. There are differences among many technologies using different types of energy based on productivity and quality. As new technologies are immature, their productivity is low compared to traditional technologies mostly based on fossil fuels because of lack of knowledge about these technologies and also different technologies can complement each other as they have different properties changing with energy sources used, plant size and location, and skills needed in terms of management and organization (Pfeiffer and Mulder, 2013). Therefore, diversification among different technologies is inevitable. However, high share of technologies based on fossil fuels may deter deployment of renewable energy technologies because of vested interests of energy producer employing fossil fuel based technologies. As diversification level increases, the extent of vested interests declines and therefore, renewable energy consumption may increase. Human capital is another important factor which may affect use of renewables (Akay, 2016). Innovation as a result of education and environmental awareness gained through education may increase the renewable energy consumption (Ackah and Kizys, 2015). In addition, renewable energy technologies need expertise knowledge for installment, operation and research, development and innovation which can be gained through education (Pfeiffer and Mulder, 2013). Both trade openness and foreign trade firstly promote the production and consumption of tradable goods which may affect the energy consumption as well as renewable energy consumption and also, leads technology transfer including renewable energy technologies similar to foreign direct investments (Omri and Nguyen, 2014; Omri et al., 2015; Pfeiffer and Mulder, 2013). All these

may increase the renewable energy consumption. On the other hand, in order to increase comparative advantage in the international trade, countries may decrease the energy prices or relax regulatory restrictions related to environment (Pfeiffer and Mulder, 2013) which can influence renewable energy consumption, adversely. According to Pfeiffer and Mulder (2013), fossil fuel production may deter the deployment of renewable energy. If a country has high potential of a fossil fuel, then this can decrease its price domestically. Thus, due to low cost, energy security concern and low environmental awareness, in this case energy generation may depend mostly on fossil fuels, which may be an impediment for the renewable energy technology adoption and therefore affect renewable energy consumption, negatively. Different from other studies, analysis of Kim and Park (2016) indicate that financial market development, international financing and electricity generation share are important drivers of renewable energy consumption besides policy variables, whereas, study of Carley (2009) shows the statistical significance of other factors' negative impacts, such as, per capita electricity consumption, petroleum and coal manufacturing shares, deregulation, renewable energy potential and tax incentive program through its effect on renewable energy consumption of households and microgeneration which affect the share of renewables slightly, only in addition to the positive effects of real income and policy measures and negative effect of electricity price. Access to finance is another important factor which influences renewable energy consumption to a great extent and both financial aid and financial development encourage the renewable energy investment (Pfeiffer and Mulder, 2013). Kim and Park (2016) provide detailed explanations for the effects of both equity and credit market development on renewable energy investments, therefore, consumption. Briefly, the mechanism can be explained as follows. As renewable energy investments are characterized by high initial investment costs, existence of information asymmetry between investors and financing institutions which create high information costs as well as high specificity of assets, external financing becomes costly. Financial sector (equity and credit markets) development ensures accessibility of external financing by the promotion of high technology projects, decreasing information asymmetry and eliminating moral hazard and adverse selection problems which are based on modern contract theories. On the other hand, international financing is independent from financial development of countries and can be an alternative finance mechanism for renewable energy projects (Kim and Park, 2016). Electricity generation share was employed by Kim and Park (2016) to control for the heterogeneity among sectors and also as a proxy for return on investment because it may indicate the degree of effect coming from capacity factors, technical problems, technology-specific characteristics and installed capacity. Moreover, according to Carley (2009), effect of per capita electricity consumption may change depending on the load curves and electricity demand type (for example, base load or peak load) because base load is generally met by centralized fossil fuelled power plants, in addition, petroleum and coal manufacturing shares show also lobby effect of fossil fuel energy sources which may influence the renewable energy consumption as higher shares of petroleum and coal manufacturing can be used as indicator for power of pressure groups. Deregulation may increase use of renewables as a result of incentives for research and development in renewable technologies, liberalization of supply and demand side of the energy market or use of fossil fuels because of lower

investment costs of traditional technologies based on fossil fuels and economies of scale resulted from centralized generation (Aguirre and Ibikunle, 2014; Carley, 2009).

Other factors and their effects can be summarized as follows. The previous studies showed the statistically significant and positive impacts of energy resource depletion (Ackah and Kizys, 2015), trade openness (Akar, 2016; Omri and Nguyen, 2014), natural gas rents (Akar, 2016), economic growth (Sadorsky, 2009a), and foreign trade (Omri et al., 2015). Renewable energy is inexhaustible in contrast to fossil fuels (Ackah and Kizys, 2015; Akar, 2016), therefore this advantage is expected to lead to increase in the renewable energy consumption. Akar (2016) included coal, oil and natural gas rents to understand the influence of fossil energy sources' potential and high potential may have adverse effect on the renewable energy consumption because of substitutability between renewables and fossil fuels. Economic growth may increase the renewable energy consumption because higher growth needs higher energy consumption and considering the concerns related to climate change and environmental issues, higher energy consumption should be met by renewables (Omri and Nguyen, 2014; Omri et al., 2015). On the other hand, -negative effects of economic growth (Akar, 2016) and population growth (da Silva et al., 2018) were found by some studies. Akar (2016) explained this finding as the insufficient level of economic growth in Balkan countries for supporting the highly expensive renewable energy investments. Also, in order to meet higher electricity demand resulted from population growth, countries will increase the base load electricity generation which is mostly based on fossil fuels or electricity generation based on renewables (Carley, 2009; da Silva et al., 2018) depending on the economic situation of a country. For further explanation for these results, one can refer to the related studies. Moreover, Ackah and Kizys (2015) considered the impacts of two important production factors (capital and labor) which can be regarded as complements to energy consumption and as energy demand is a derived demand which necessitates the use of capital goods, higher levels of employment and capital formation may increase renewable energy consumption taking into account the environmental concerns and increase in environmental awareness.

Following Chang et al. (2009), this study employs Panel Threshold Regression Model (PTR) using larger number of economic factors which are expected to influence renewable energy consumption. The contribution of this study is the analysis of determinants of renewable energy consumption in the context of a nonlinear model by using data on global sample of countries over the period from 1990 to 2012. The paper is organized as follows. After this brief introduction, methodological issues are discussed in Section 2. Section 3 presents information on data and empirical results. Last section concludes with policy recommendations.

Model and Methodology

This study employs Panel Threshold Regression Model given in equation (1);

$$renewable = D_{\mu} \mu + x \beta_1 I(\lg dpc \leq \gamma) + x \beta_2 I(\lg dpc > \gamma) + \varepsilon \quad (1)$$

where, x shows the explanatory variables given by $x = (\text{eaccess}, \text{lgdpc}, \text{fdi}, \text{ecoal}, \text{engas}, \text{eoil}, \text{enuclear}, \text{lcpi}, \text{openness}, \text{urban}, \text{crents}, \text{orents}, \text{ngrents}, \text{capital}, \text{emix}, \text{labor}, \text{depletion}, \text{enuse}, \text{enimports}, \text{ghg}, \text{commitment})$ and $\varepsilon \sim iid(0, \sigma^2)$. Threshold variable is chosen as natural logarithm of real Gross domestic product per capita (lgdpc) in order to distinguish the effects of various factors based on income level similar to Chang et al. (2009) in which the impact of energy prices on the renewable energy consumption is examined by taking the economic growth as the threshold variable. γ is the threshold parameter. The model allows for heterogeneity across countries by introducing fixed effects ($D_{\mu}\mu$) into the specification. In equation (1), renewable energy consumption share out of total final energy consumption (renewable) is determined by the following factors: electricity access (eaccess), natural logarithm of real Gross domestic product per capita (lgdpc), foreign direct investment (fdi), share of coal in the electricity production (ecoal), share of natural gas in the electricity production (engas), share of oil in the electricity production (eoil), share of nuclear in the electricity production (enuclear), logarithm of consumer price index (lcpi), trade openness (openness), urbanization ratio (urban), coal rents (crents), oil rents (orents), natural gas rents (ngrents), gross capital formation (capital), energy resource diversification in the electricity generation (emix), employment (labor), energy resource depletion (depletion), energy use (enuse), energy imports (enimports), Greenhouse Gas emissions (ghg), continuous commitment to renewable energy consumption (commitment). The inclusion of shares of coal, natural gas, oil and nuclear in the electricity production show the effect of the fossil fuel and nuclear energy dominance, therefore lobby effect of these energy sources (Marques et al., 2010). lcpi is included as a proxy for energy prices as for some countries, it is difficult to obtain data on energy prices, especially for African countries (Ackah and Kizys, 2015). Following Akar (2016), in order to explain the impact of fossil energy sources potential, we add coal rents, oil rents and natural gas rents. Negative effects of these variables (ecoal, engas, eoil and enuclear, lcpi, crents, orents, ngrents) are expected on the share of renewable energy consumption. High energy prices may reduce the renewable energy consumption directly based on inverse relation between price and demand in the theory. Moreover, high potential and share of fossil energy sources in the electricity generation may deter the investments on renewable energy sources which can influence the renewable energy consumption.

On the other hand, a priori, we expect positive effects of higher level of electricity access, real GDP per capita, foreign direct investment, trade openness, urbanization ratio, gross capital formation, energy resource diversification in the electricity generation, employment, energy resource depletion, energy imports, greenhouse gas emissions and continuous commitment. As the percentage of population having access to electricity increase, we expect higher level of renewable energy consumption because of environmental concerns. Increased economic activity leads to increase in the energy consumption and also high income countries may be much more eager to support the renewable energy investments leading to an increase in the renewable energy consumption. By international trade and foreign direct investment, renewable energy technology can be easily diffused across countries which can increase also renewable energy consumption (Pfeiffer and Mulder, 2013). Moreover, urbanization can lead

to increase in energy consumption as well as renewable energy consumption by ensuring easy access to electricity and electrical devices and machines. Assuming that as a factor of production, energy is complement to capital and labor in the economy, higher levels of employment and capital formation are associated with increase in renewable energy consumption. Energy resource diversification in the electricity generation indicates if there exists any dominance of energy resource in the electricity generation as a whole and if one energy source is highly used in the electricity generation, one can expect higher intention to keep its share, which leads to lower level of renewable energy consumption (Pfeiffer and Mulder, 2013). Therefore, as the diversification increases, renewable energy consumption also rises. On the other hand, energy resource depletion of coal, natural gas and oil can also contribute to the use of renewable resources (Ackah and Kizys, 2015) as countries tend to shift to alternative energy sources other than fossil fuels. Energy imports show the country's external dependency on energy. In order to decrease the dependency therefore to ensure energy supply security as well as to mitigate greenhouse gas emissions considering the environmental impacts of fossil fuels, countries can attempt to use renewable energy as an alternative source (Marques and Fuinhas, 2011; Marques and Fuinhas, 2012). The positive and significant effect of greenhouse gas emissions reflect the society's awareness related to the environmental issues (Marques and Fuinhas, 2011). Lastly, continuous commitment to renewable energy is included to control for the scale economies resulted from investment and infrastructure made previously which lead to reduction in fixed costs and therefore increase in the renewable energy consumption (Aguirre and Ibikunle, 2014; Marques and Fuinhas, 2012; Marques et al., 2010). For energy use, as the countries can satisfy their energy requirements from fossil energy, nuclear or renewable energy or mix of all, the sign of effect cannot be determined a priori (Marques et al., 2010).

For the detailed information on estimation, one can refer to Candelon et al. (2013). In order to test nonlinear model against linear model ($H_0 : \beta_1 = \beta_2$) and assuming only two regimes, the following approximate LR test is used in equation (2);

$$F_1 = \frac{S_0 - S_1(\hat{\gamma})}{\hat{\sigma}^2} \quad (2)$$

where, S_0 and $S_1(\hat{\gamma})$ are the sum of squared errors obtained from linear model and nonlinear model with two regimes. $\hat{\gamma}$ and $\hat{\sigma}^2$ are the estimates of threshold parameter and σ^2 . Asymptotic distribution of the test statistic is obtained by bootstrap procedure. The test statistics for 3 and 4 regimes can be found in Candelon et al. (2013).

Data

In the analysis, we use balanced panel data on 58 countries namely Australia, Austria, Bangladesh, Bolivia, Botswana, Brazil, Bulgaria, Cameroon, Canada, Colombia, Cote d'Ivoire, Denmark, Dominican Republic, Ecuador, Egypt Arab Rep., El Salvador, Finland, France,

Gabon, Germany, Ghana, Guatemala, Honduras, Iceland, India, Indonesia, Ireland, Israel, Italy, Japan, Jordan, Kenya, Malaysia, Mexico, Morocco, Netherlands, New Zealand, Nigeria, Norway, Pakistan, Panama, Peru, Philippines, Poland, Portugal, Senegal, Spain, Sri Lanka, Sudan, Sweden, Switzerland, Thailand, Tunisia, Turkey, United Kingdom, United States, Uruguay and Yemen, Rep. over the period from 1990 to 2012. The period and number of countries are determined based on the data availability on all the variables. For example, total greenhouse gas emissions (kt of CO₂ equivalent) is available only up to 2012. The dataset includes Access to electricity (% of population); GDP (current US\$); GDP per capita (constant 2010 US\$); Foreign direct investment, net inflows (% of GDP); Energy use (kg of oil equivalent per capita); Energy imports, net (% of energy use); Electricity production from coal sources (% of total); Electricity production from natural gas sources (% of total); Electricity production from oil sources (% of total); Electricity production from nuclear sources (% of total); Electricity production from renewable sources, excluding hydroelectric (% of total); Consumer price index (2010 = 100); Trade (% of GDP); Renewable energy consumption (% of total final energy consumption); Urban population (% of total); Total greenhouse gas emissions (kt of CO₂ equivalent); Renewable electricity output (% of total electricity output); Labor force, total; Coal rents (% of GDP); Adjusted savings: energy depletion (current US\$); Oil rents (% of GDP); Natural gas rents (% of GDP); Gross capital formation (% of GDP) and Population, total. All the data is obtained from World Bank World Development Indicators Database. The following calculations are performed before the estimation of empirical models;

1. Index for energy resource diversification in the electricity generation (*emix*) is given by equation (3) and takes the values between 0 and 100. 0 shows that the country depends on only one energy source for the generation of electricity and values close to 100 indicate high level of resource diversification for the electricity generation.

$$emix_{it} = 100 \times \left(1 - \sum_j (Share_{j,it} / 100)^2 \right) \text{ for country } i = 1, 2, \dots, 58 \text{ and year } t = 1990, \dots, 2012$$

(3)

where, $Share_{j,it}$ shows the electricity production from coal sources (% of total), electricity production from natural gas sources (% of total), electricity production from oil sources (% of total), electricity production from nuclear sources (% of total) and electricity production from renewable sources, excluding hydroelectric (% of total), respectively.

2. Employment (labor) is calculated by dividing Labor force, total to Population, total, and then multiplied by 100.
3. Energy resource depletion (depletion) is ratio of Adjusted savings: energy depletion (current US\$) to GDP (current US\$) and then multiplied by 100.
4. Energy use as a percentage of GDP (*enuse*) is given by the ratio of Energy use (kg of oil equivalent per capita) to GDP per capita (constant 2010 US\$) multiplied by 100.
5. Energy imports as a percentage of GDP (*enimports*) is given by equation (4);

$$enimports = 100 \times \text{Energy imports, net (\% of energy use)} \times \left(\frac{\text{Energy use (kg of oil equivalent per capita)}}{\text{GDP per capita (constant 2010 US\$)}} \right)$$

(4)

6. Greenhouse Gas emissions as a percentage of GDP (ghg) is calculated as follows in equation (5);

$$ghg = 100 \times \left(\frac{\text{Total greenhouse gas emissions (kt of CO2 equivalent)}}{\text{GDP per capita (constant 2010 US\$)} \times \text{Population, total}} \right) \quad (5)$$

7. Continuous commitment to renewable energy consumption (commitment) is a dummy variable taking the value of 1 if renewable energy consumption (% of total final energy consumption) exceeds 20% and 0, otherwise.

Empirical Results

We estimate linear (panel data model with fixed effects) and nonlinear models (PTR model). The estimation results are given in Table 2. F_1 statistic indicates the presence of nonlinearity in the model. We also test for higher order of nonlinearity, but these models with more than two regimes are rejected. Therefore, our interpretations are based on the model with only one threshold in which threshold variable is chosen as \lgdpc . Threshold parameter is estimated as 7.3317. Therefore, the effects of each variable is different for GDP per capita (constant 2010 US\$) lower than 1527.977 and higher than this value. Estimation results suggest that for both regimes, the coefficients on $eaccess$, $lcpi$, $urban$, $enuse$, $enimports$ and $commitment$ are statistically significant with the same signs but difference is related to their magnitudes. The effects of these factors are larger for lower regime except urbanization. Previous studies also found positive effects of $lcpi$ which is used as a proxy for energy prices in this study (real oil prices (Apergis and Payne, 2014a, 2014b; Omri et al., 2015; Sadorsky, 2009b) and real coal prices (Apergis and Payne, 2014b)), $enuse$ (Marques et al., 2010), $enimports$ (Marques et al., 2010) and $commitment$ (Aguirre and Ibikunle, 2014; Marques et al., 2010). But different than our findings, Aguirre and Ibikunle (2014) found that energy use decreases the use of renewable energy. Regardless of the state of economy, findings in this study indicate that countries increase the share of renewables in their total energy consumption as energy use increases.

On the other hand, \lgdpc , $enuclear$, $openness$, $orents$ and $depletion$ affect the renewable energy consumption statistically significant in both regimes with different signs and size. In this case also the magnitudes of the effects are higher for lower regime in absolute terms with two exceptions: $orents$ and $depletion$.

Table 2. Estimation Results of Linear and Nonlinear Model

renewable	Linear Model		PTR Model			
	Coefficient	t statistic	Lower Regime $q(t) \leq 7.3317$		Upper Regime $q(t) > 7.3317$	
			Coefficient	t statistic	Coefficient	t statistic
eaccess	-0.41827***	(-18.48)	-0.3607***	(-6.40)	-0.2994***	(-10.95)
lgdpc	3.920433***	(3.41)	-17.5555***	(-5.26)	9.202***	(5.40)
fdi	-0.01033	(-0.41)	-0.3077***	(-3.30)	0.0084	(0.46)
ecoal	-0.17752***	(-8.45)	0.0577	(0.18)	-0.211****	(-12.00)
engas	-0.12501***	(-6.90)	-0.0344	(-0.95)	-0.237***	(-11.30)
eoil	-0.16231***	(-10.56)	-0.0123	(-0.40)	-0.262***	(-13.59)
enuclear	-0.32944***	(-5.91)	1.4416***	(3.67)	-0.4103***	(-8.93)
lcpi	0.749137***	(4.97)	3.168***	(7.28)	0.5994***	(3.25)
openness	0.00903	(0.94)	-0.081***	(-3.09)	0.0282***	(3.13)
urban	0.021759	(0.42)	-0.196**	(-2.12)	-0.225***	(-4.34)
crents	-0.39918	(-0.85)	4.5144***	(3.77)	-0.1463	(-0.54)
orents	-0.11341	(-0.84)	-0.2594*	(-1.69)	0.6689***	(3.39)
ngrents	-0.25618	(-0.89)	0.4954	(0.51)	0.2431	(0.92)
capital	0.02146	(0.78)	0.3657***	(4.56)	0.0221	(0.74)
emix	0.02865**	(2.27)	-0.0208	(-0.74)	0.0461***	(3.81)
labor	-0.21229***	(-3.61)	0.3457	(1.39)	-0.4202***	(-6.73)
depletion	0.092198	(0.49)	0.4553*	(1.92)	-0.8663***	(-3.17)
enuse	0.29724***	(8.96)	0.4589***	(7.12)	0.242***	(3.28)
enimports	0.097559***	(5.36)	0.1613***	(3.98)	0.0687**	(2.45)
ghg	490.4635	(0.70)	-453.747	(-0.57)	171.1785	(0.15)
commitment	5.063627***	(8.02)	155.0248***	(5.42)	3.9984***	(6.97)
F test for Fes¹		172.4***	F1 test statistic		474.8061***	

¹F test statistics for testing the presence of Fixed effects and distributed as $F(57, 1255)$.

*, **, *** shows the statistical significance of coefficient at 10%, 5% and 1% significance levels.

Comparisons with previous studies show that the following results are in line with these findings: positive effects of lgdpc for upper regime (Ackah and Kizys, 2015; Apergis and Payne, 2014a, 2014b; Carley, 2009; Omri et al., 2015; Omri and Nguyen, 2014; Pfeiffer and Mulder, 2013; Sadorsky, 2009a, 2009b; Salim and Rafiq, 2012), openness for upper regime (Akar, 2016; Omri and Nguyen, 2014) and depletion for lower regime (Ackah and Kizys, 2015) and negative effects of enuclear for upper regime (Aguirre and Ibikunle, 2014; Marques and Fuinhas, 2012; Marques et al., 2010) and openness for lower regime (Pfeiffer and Mulder, 2013). On the contrary, Akar (2016) found statistically insignificant effect of orents. There are also some variables which have statistically significant effect in only one regime. The coefficients on fdi, crents and capital are statistically significant in the lower regime, whereas, results show that the coefficients associated with ecoal, engas, eoil, emix and labor are statistically significant in the upper regime. Pfeiffer and Mulder (2013) also found that as emix increases, renewable energy consumption increases too. Similar to our results, some studies showed negative effects of ecoal, engas and eoil (Aguirre and Ibikunle, 2014; Marques and Fuinhas, 2012; Marques et al., 2010) and fdi (Pfeiffer and Mulder, 2013). Lastly, results indicate that ghg and ngrents does not affect the renewable energy consumption share. Previous studies, such as Marques and Fuinhas (2011) and Gan and Smith (2011) also found that emission levels are not enough to encourage the use of renewable energy resources. However, the results of da Silva et al. (2018), Ackah and Kizys (2015) and Marques and Fuinhas (2012) show the negative and significant effects of emissions and some studies found the positive effects (Aguirre and Ibikunle, 2014; Apergis and

Payne, 2014a, 2014b; Bengochea and Faet, 2012; Omri et al., 2015; Omri and Nguyen, 2014; Sadorsky, 2009b; Salim and Rafiq, 2012). Findings of Akar (2016) indicate statistically significant and positive impact of ngrents which is different from the results of this study.

Moreover, some of the findings are contrary to our expectations. We expect to have the opposite signs on the coefficients of eaccess, lcp_i, urban in both regimes; lgdpc, fdi, enuclear, openness, crents for lower regime and orents, labor and depletion for upper regime. According to the results, lower electricity access, higher energy prices and lower level of urbanization lead to higher renewable energy consumption. Technologies based on renewable energy sources allow for the decentralization of energy services; therefore, as access to electricity becomes difficult or impossible technically, the renewable energy consumption may increase also. In rural areas also, renewable energy may be preferred as these areas may not have access to centralized energy services. The positive effect of energy prices are in line with the findings of the previous literature (see for example, Apergis and Payne (2014b), Apergis and Payne (2014a), Omri et al. (2015) and Sadorsky (2009b)), however, in contrast to our finding, the impacts of energy prices are found to be negative in some of the studies in the literature (for example, da Silva et al. (2018), Carley (2009), and Ackah and Kizys (2015)). In this analysis, lcp_i is used as a proxy for energy prices and as the findings show positive effect of lcp_i on renewable energy consumption, one can infer that lcp_i reflect mostly the fossil fuel prices. When fossil fuel prices increase, countries shift to the renewable energy resources in order to meet their energy demand, i.e., they substitute fossil fuels with renewable energy resources. For the lower regime, income per capita, foreign direct investment and trade openness affect the renewable energy consumption, negatively. In the lower regime, as income per capita increases, countries meet their energy demand with the fossil fuels much more compared to renewable energy sources which further lead to a decline in the share of renewables. Below the threshold level of income per capita, foreign direct investment and trade openness can lead to dissemination of technologies mostly based on fossil fuels causing the share of renewable to decline. Positive effects of nuclear energy share and coal rents are found. One explanation of these results can be such that the countries with high coal rents can invest their earnings from coal to renewable energy technology and as the countries attempt to decarbonize their electricity generation sector by increasing the share of nuclear energy, they also increase their renewable energy consumption. Results for upper regime suggest positive effect of orents and negative effects of labor and depletion. Oil earnings can be invested in renewable energy technologies and as the resource depletion increase, countries try to decrease their overall energy consumption and therefore renewable energy consumption also but this decrease may be reflected more on the renewable energy consumption. Negative effect of labor indicates that labor and renewable energy can be substitute to each other.

Conclusions

Energy is an essential input for industry, electricity generation, transportation, heating and cooling. Residential and commercial sector also use energy for various purposes. However, because of the adverse effects of conventional energy resources utilization on environment, the

countries attempt to use other alternative energy resources and renewable energy is one of these options. There are also many reasons for the consumption of renewable energy. Therefore, this study analyzes the determinants of renewable energy consumption by using panel data on a large number of countries and a nonlinear model. This analysis may also help us to implement suitable economic policies which can stimulate the renewable energy investments by taking into account the factors affecting the investments. However, determinants of renewable energy consumption can vary across countries based on their income level as their priority may be different and also, the financing ability of countries may change. High income countries may finance costly renewable energy projects and response to income increases by increasing their renewable energy share because of these countries' high awareness of environmental issues and alternative options for energy supply (Gan and Smith, 2011). However, for low income countries, renewable energy may not be priority for them, when income increases; they may prefer to make investment related to health, education and other important areas rather than energy sector. Moreover, even they prefer to make energy investment, for low income countries, economic growth may be much more important compared to environmental sustainability, as fossil fuels are much more cost competitive compared to renewables, fossil fuels can be used to promote economic growth. Furthermore, instead of using country categories based on income level defined by international institutions, this study employs a threshold model to consider the difference between low and high income countries as category of countries may change over time which may be ignored by employing the classifications of a given period proposed by international institutions. By considering nonlinear effects of many factors based on income levels of countries as high and low income countries categorized by a threshold level estimated endogenously, this method is expected to give much better results in this respect. Our results show that one should account for the nonlinearity in the model. After some threshold of per capita income, the influences of the factors differ between two regimes which are upper (high income) and lower (low income) regimes. For example, the lobby effect of traditional energy resources are found in only upper regime. In addition, per capita income have negative and higher influence for the lower regime compared to its positive effect for the upper regime. Thus, while making renewable energy policies, the policy makers should consider the nonlinear behavior of renewable energy consumption. In addition, one can conclude that environmental concerns are not much more important than the other factors for shift to the renewable energy resources which is contrary to the mostly mentioned claimed reasons such as climate change. Also, as income and price are significant drivers, market forces seem to affect the renewable energy consumption. In order to stimulate the use of renewable energy resources, taxing policies for fossil fuel consumption can be implemented. For high income countries, international trade plays an important role for the dissemination of renewable energy technologies and therefore increases renewable energy consumption. Because of this, economic policies should focus on the promotion of international trade globally and trade barriers should be removed. However, as a future study, the effects of various policy measures can be analyzed thoroughly.

References

- Ackah, I., & Kizys, R. (2015). Green growth in oil producing African countries: A panel data analysis of renewable energy demand. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 50, 1157-1166. doi:<https://doi.org/10.1016/j.rser.2015.05.030>
- Aguirre, M., & Ibikunle, G. (2014). Determinants of renewable energy growth: A global sample analysis. *Energy Policy*, 69, 374-384.
- Akar, B. G. (2016). The Determinants Of Renewable Energy Consumption: An Empirical Analysis For The Balkans. *European Scientific Journal*, 12(11), 594-607. doi:10.19044/esj.2016.v12n11p594
- Apergis, N., & Payne, J. E. (2014a). The causal dynamics between renewable energy, real GDP, emissions and oil prices: evidence from OECD countries. *Applied Economics*, 46(36), 4519-4525. doi:10.1080/00036846.2014.964834
- Apergis, N., & Payne, J. E. (2014b). Renewable energy, output, CO2 emissions, and fossil fuel prices in Central America: Evidence from a nonlinear panel smooth transition vector error correction model. *Energy Economics*, 42, 226-232. doi:<https://doi.org/10.1016/j.eneco.2014.01.003>
- Bengochea, A., & Faet, O. (2012). Renewable energies and CO2 emissions in the European Union. *Energy Sources, Part B: Economics, Planning, and Policy*, 7(2), 121-130. doi:10.1080/15567240902744635
- Bird, L., Bolinger, M., Gagliano, T., Wiser, R., Brown, M., & Parsons, B. (2005). Policies and market factors driving wind power development in the United States. *Energy Policy*, 33(11), 1397-1407. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2003.12.018>
- Candelon, B., Colletaz, G., & Hurlin, C. (2013). Network effects and infrastructure productivity in developing countries. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 75(6), 887-913. doi:10.1111/j.1468-0084.2012.00722.x
- Carley, S. (2009). State renewable energy electricity policies: An empirical evaluation of effectiveness. *Energy Policy*, 37(8), 3071-3081. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.enpol.2009.03.062>
- Chang, T. H., Huang, C. M., & Lee, M. C. (2009). Threshold effect of the economic growth rate on the renewable energy development from a change in energy price: Evidence from OECD countries. *Energy Policy*, 37(12), 5796-5802.

- da Silva, P. P., Cerqueira, P. A., & Ogbe, W. (2018). Determinants of renewable energy growth in Sub-Saharan Africa: Evidence from panel ARDL. *Energy*, 156, 45-54. doi:<https://doi.org/10.1016/j.energy.2018.05.068>
- Gan, J. B., & Smith, C. T. (2011). Drivers for renewable energy: A comparison among OECD countries. *Biomass & Bioenergy*, 35(11), 4497-4503. doi:10.1016/j.biombioe.2011.03.022
- Kim, J., & Park, K. (2016). Financial development and deployment of renewable energy technologies. *Energy Economics*, 59, 238-250. doi:<https://doi.org/10.1016/j.eneco.2016.08.012>
- Marques, A. C., & Fuinhas, J. A. (2011). Drivers promoting renewable energy: A dynamic panel approach. *Renewable & Sustainable Energy Reviews*, 15(3), 1601-1608. doi:10.1016/j.rser.2010.11.048
- Marques, A. C., & Fuinhas, J. A. (2012). Are public policies towards renewables successful? Evidence from European countries. *Renewable Energy*, 44, 109-118. doi:<https://doi.org/10.1016/j.renene.2012.01.007>
- Marques, A. C., Fuinhas, J. A., & Pires Manso, J. R. (2010). Motivations driving renewable energy in European countries: A panel data approach. *Energy Policy*, 38(11), 6877-6885. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.enpol.2010.07.003>
- Omri, A., Daly, S., & Nguyen, D. K. (2015). A robust analysis of the relationship between renewable energy consumption and its main drivers. *Applied Economics*, 47(28), 2913-2923.
- Omri, A., & Nguyen, D. K. (2014). On the determinants of renewable energy consumption: International evidence. *Energy*, 72, 554-560. doi:<https://doi.org/10.1016/j.energy.2014.05.081>
- Pfeiffer, B., & Mulder, P. (2013). Explaining the diffusion of renewable energy technology in developing countries. *Energy Economics*, 40, 285-296. doi:<https://doi.org/10.1016/j.eneco.2013.07.005>
- REN21. (2014). *Renewables 2014 Global Status Report*. Paris: REN21 Secretariat.
- REN21. (2015). *Renewables 2015 Global Status Report*. Paris: REN21 Secretariat.
- REN21. (2017). *Renewables 2017 Global Status Report*. Paris: REN21 Secretariat.
- Sadorsky, P. (2009a). Renewable energy consumption and income in emerging economies. *Energy Policy*, 37(10), 4021-4028. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.enpol.2009.05.003>

- Sadorsky, P. (2009b). Renewable energy consumption, CO2 emissions and oil prices in the G7 countries. *Energy Economics*, 31(3), 456-462.
doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.eneco.2008.12.010>
- Salim, R. A., & Rafiq, S. (2012). Why do some emerging economies proactively accelerate the adoption of renewable energy? *Energy Economics*, 34(4), 1051-1057.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.eneco.2011.08.015>
- Sawin, J. (2004). National policy instruments: Policy lessons for the advancement and diffusion of renewable energy technologies around the world. (*Thematic Background Paper*). *International Conference for Renewables*, Bonn.



Nanoteknoloji İnovasyon Sistemi: Türkiye Tekstil Sektörü Örneği¹

Nanotechnology Innovation System: The Case of Turkish Textile Industry

Dr. Ender Sevinç²

Başvuru Tarihi: 05.01.2018

Kabul Tarihi: 11.02.2019

Öz

Bilgi ve teknoloji rekabet ve üretim süreçlerinde her geçen gün daha fazla ağırlık kazanmaktadır. Son yıllarda yeni teknolojilerde yaşanan muazzam gelişmeler ile birlikte rekabet kavramı, daha karmaşık bir yapıya dönüşerek piyasa içi dinamiklerin yanında piyasa dışı dinamikleri de kapsar hale gelmiştir. Yeni teknolojilerin sunmuş olduğu yeniliklerden geri kalmak istemeyen ülkeler son yıllarda bu alanlara desteğini arttırmıştır. Günümüzün yeni teknolojilerinden biri olan nanoteknoloji de yeni, farklı ve üstün özellikli ürünler üretilmesine olanak sağladığı için her geçen gün daha fazla ilgiyi üzerine çekmektedir. Bu çalışmada son yıllarda itibar ve rekabet gücü kaybeden, ülkemizin geleneksel endüstrilerinden biri olan tekstil endüstrisinde nanoteknolojinin gelişim süreci kurumlar üzerinden incelenmiştir. Nanoteknoloji faaliyetleri yürüten akademisyen ve firma Ar-Ge personelleriyle mülakatlar yapılarak Türkiye tekstil endüstrisinde nanoteknolojinin mevcut durumunun keşfi ve geliştirilmesi adına önerilerin geliştirilmesi bu çalışmanın ana amacını oluşturmaktadır. Sonuç olarak; akademi ve endüstrinin nanoteknoloji bilgi stoğunun henüz gelişmediği ve bu aktörler arasındaki bilgi akışının da etkin olarak sağlanamadığı sonucuna varılmıştır. Çok disiplinli eğitim sisteminin sağlanamaması, proje ve araştırma kültürü eksikliği, akademi ve endüstri arasındaki ilişkilerin zayıf olması, yabancı kurumlar ile ilişkilerin zayıf olması, fikri mülkiyet korumasının yeterli olmaması ve farkındalığın henüz sağlanamamış olması, Türkiye tekstil endüstrisinde, nanoteknolojinin gelişmesi önündeki ana engeller olarak görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Nanoteknoloji, Nanoteknoloji İnovasyon Sistemi, Teknolojik Gelişme

Abstract

Information and technology are gaining more importance in competition and production process. In recent years, the concept of competition, with the enormous developments in emerging technologies, has turned into a more complex structure and it has also included non-market dynamics as well as

¹ Bu çalışma Ender Sevinç'in doktora tez çalışmasından türetilmiştir. Ender Sevinç. Nanoteknoloji İnovasyon Sistemi: Türkiye Tekstil Sektörü Örneği. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası İktisat Bilim Dalı. 2017.

² Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, endersevinc86@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7670-722X

in-market dynamics. In recent years, countries that do not want to fall behind from the innovations offered by emerging technologies have increased their supports for these technologies. One of today's emerging technologies, nanotechnology, attracts more attention every day as it enables the production of new, different and superior products. In this study, development process of nanotechnology in textile industry, one of the traditional industries in Turkey, has been examined through institutions. In recent years, this industry has lost its reputation and competitive power. To analyse the conditions for nanotechnology and to propose suggestions for the future trends, interviews with academicians and R&D workers who has a number of research on nanotechnology in textile industry have been done. It is observed that level and flow of the knowledge of this technology in academia and the industry has not been in a level that is aimed. The lack of multi-disciplinary education system and multi-disciplinary research culture, weak cooperation between university and industry, weak relations with foreign institutions, insufficient intellectual property rights and disability to provide acceptance have been observed as the main obstacles for development of nanotechnology in textile industry in Turkey.

Keywords: *Nanotechnology, Nanotechnology Innovation Systems, Technological Development*

Giriş

Ekonomiler arası gelişmişlik farklılığının artması ve küreselleşmenin daha da hız kazanmasıyla rekabet kavramı üzerinde durulan bir konu haline gelmiştir. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD)'ne göre, bir ülkenin rekabetçi pozisyonu, uluslararası piyasalarda yapmış olduğu ticarete karşılaştığı avantaj ve dezavantajlara göre belirlenmektedir.³ Fakat bu avantaj ve dezavantajlar günümüzde oldukça karmaşık bir durum almıştır. Rekabet gücünü arttırmak adına ülkelerin izlemiş olduğu politika ve stratejilerin de etkisiyle rekabet gücüne etki eden piyasa içi dinamiklerin yanına piyasa dışı dinamikler de eklenmiştir.

1980'lere kadar karlılık düzeyi, devalüasyon, ücretlerin ve maliyetlerin düşürülmesi rekabet gücü kazanmanın birincil yolu olarak görülerek, rekabet gücünün artırılmasında fiyat dışı unsurlara gereken önem verilmemiştir (Lundvall, 2005, 6). Fakat günümüzde bu unsurlara, fiyat ve ürün farklılaştırması, kalite, yeni pazarların keşfi, bilgi ve teknoloji yoğunluğu gibi çeşitli faktörlerin yanında siyasi, sosyal ve kültürel etkenlerin de eklendiği görülmektedir. Ayrıca 19. yy. ikinci yarısında gerçekleşen ikinci sanayi devrimi ile birlikte bilgi ve teknolojinin gelişimi hız kazanarak, rekabet gücü üzerindeki etkisi artmıştır (Castells, 2008, 43).

Bilgi ve teknolojiyi etkin bir biçimde kullanma çabaları sonucu, bilim ve teknoloji daha kolay ve hızlı anlaşılabilir hale gelmiş, teknolojinin ürün ve üretim süreçlerinde kullanılması yaygınlık kazanmış, yeni uygulama alanları keşfedilmiş ve yeni teknolojiler yaygınlık kazanmaya başlamıştır (Dahlman, 2007, 47). Araştırma olanaklarının ve faaliyetlerinin de artmasıyla disiplinlerin sınırlarının aşılması ve iç içe girmeye başlaması, bilim ve teknolojiyi çok disiplinli bir hale sokmaya başlamıştır. Dolayısıyla birçok disiplinin ortak çalışma alanı olan yeni teknolojiler de bu

³ OECD Glossary (Erişim Tarihi: 07.10.2016) (<https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=399>)

sayede yükselmeye başlamıştır. Özellikle 1950 sonrası yeni teknolojilerin bilim ve teknoloji dünyasında ağırlık kazanmaya başlamasıyla rekabet anlayışı da tekrardan değişmeye başlamıştır.

Yeni teknolojiler; aktörler, kurumlar ve bunlar arasındaki ilişki ve etkileşimleri ilgili bilgi üretim süreçleri çerçevesinde şekillendirerek, sosyoekonomik etkiler yaratabilen, yeni, radikal ve hızlı gelişen teknolojiler şeklinde tanımlanmaktadır (Rotolo vd., 2015, 1833). Bu teknolojiler, uygulama alanlarında belirgin etkiler yaratarak yeni endüstrilerin oluşması ya da var olanların dönüştürülmesinde etkili olan, radikal inovasyona olanak sağlayan ve araştırma alanlarının yakınsaması sonucu ortaya çıkan teknolojilerdir (Day & Schoemaker, 2000, 30). Yeni teknolojilerin bilgi tabanını var olan teknolojiler oluşturmaktadır. Fakat etkinliği, amacı, gelişim süreci, uygulama alanları, etkileşimde olduğu disiplinler, gereksinimleri gibi noktalarda yeni teknolojiler diğerlerinden ayrılabilir (Bonaccorsi, 2008, 285-315).

Yunanca cüce anlamına gelen “*nanos*” kelimesinden gelen nano, ölçü birimi olarak metrenin milyarda biri (10^{-9}) olarak kabul görmektedir. Bu oldukça küçük bir aralığa tekabül etmektedir. Örneğin, bir kâğıt parçası, 100.000 nanometre (nm), bir DNA çift sarmalının çapı yaklaşık 2,5 nm, antikolarlar 15-50 nm, su molekülü 0,24 nm, bir insan saçı 80.000-100.000 nm boyutundadır.⁴ ABD Ulusal Bilim Vakfı'nın (NSF) tanımına göre nanoteknoloji; “*nano ölçekte maddeleri ve davranışlarını anlamayı sağlayan, özgün özelliklere ve fonksiyonlara sahip yapı, aygıt ve sistemlerin oluşturulmasına olanak tanıyan, yaklaşık olarak 1-100 nanometre düzeyinde atomik, moleküler ve makro moleküler çalışma alanı*”⁵ şeklinde tanımlanmaktadır. Nanoteknolojinin çalışma sınırının nano ölçek düzeyinde belirlenmesi, bu teknolojiye çok geniş bir özgürlük ve uygulama alanı sunmaktadır. Tekstil, enerji, tıp, biyoloji, elektronik, bilgisayar gibi birçok alanda uygulama alanı bulabilmektedir.

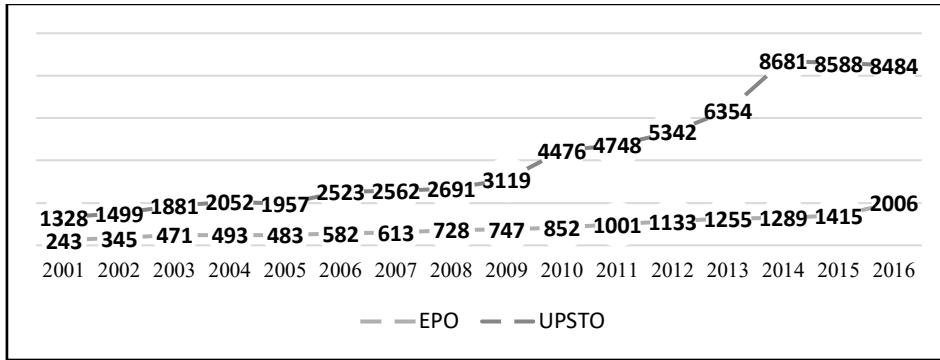
50 nm altındaki ölçekte kuantum fiziği kanunları geçerli olduğundan dolayı nanoteknolojinin temelinde kuantum fiziği yer almaktadır (OECD, 2009, 3). Nanoteknoloji maddeye nano ölçekte kontrolüne imkân verdiği için dolayı, maddelerin fiziksel ve yapısal özelliklerinde değişim sağlanarak, kimyasal özellikleri değiştirilmeksizin iletkenlik, dayanıklılık, atom yapısı, rengi, esnekliği, tepkiselliği gibi birçok özelliğinde değişimler gerçekleşebilmektedir (Renn & Roco, 2006, 153). Bu sayede amaç ve ihtiyaçlara uygun olarak, daha dayanıklı, daha iletken, daha hızlı, daha esnek gibi birçok yeni ve üstün özelliğe sahip yapılar üretmek mümkün olabilmektedir. Bunun yanında üretim süreçlerinin dönüştürülmesi, yeni hammadde/kaynakların keşfi ve yeni pazarların oluşmasına da öncülük ederek radikal inovasyon için ortam hazırlamaktadır (Wullweber, 2015, 49).

1990'ların sonlarından itibaren nanoteknoloji yoğun ilgi görmeye başlamıştır. Bu teknolojinin sağlayacağı avantajlardan geri kalmak istemeyen ülkeler, kamu desteklerini arttırmış, araştırmacıları bu alana teşvik etmiş ve altyapıyı güçlendirmeye çalışmıştır. Aynı zamanda nanoteknoloji faaliyetlerinin koordine edilmesi ve desteklenmesi amacıyla da nanoteknoloji merkezlerini faaliyete geçirmeye başlamışlardır. ABD'de Ulusal Nanoteknoloji Girişimi'nin (NNI) faaliyeti geçmesi ile başlayan bu süreç, diğer ülkeleri de nanoteknoloji merkezlerini hayata geçirmeye teşvik etmiştir.

⁴ <http://www.nano.gov/nanotech-101/what/nano-size> (Erişim Tarihi: 18.07.2017)

⁵ https://www.nsf.gov/news/news_summ.jsp?cntn_id=100602 (Erişim Tarihi: 04.01.2018)

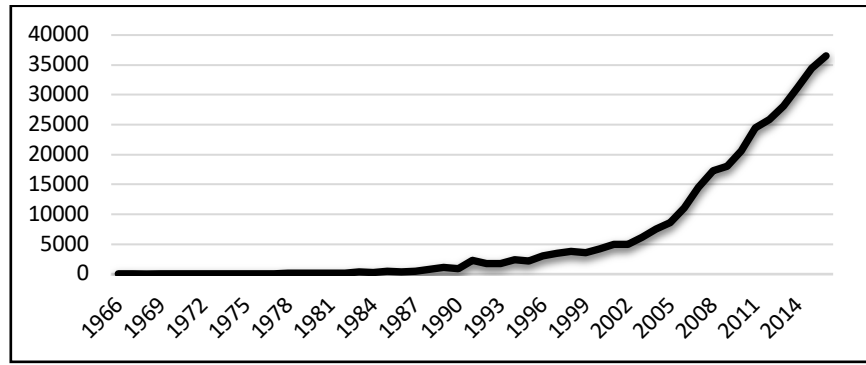
Şekil 1’de nanoteknoloji patentlerinin gelişimi gösterilmiştir. Patentlerin nanoteknoloji merkezlerinin faaliyete geçirilmesinden itibaren istikrarlı bir biçimde artış gösterdiği görülmektedir. Amerikan Patent Enstitüsü (UPSTO)’ne kayıtlı patentlerin %56,83 gibi büyük bir kısmı ABD’ye ait iken, Japonya (%10,41), Güney Kore (%7,62), Tayvan (%5,67) ve Almanya (%4,2) ABD’yi takip etmektedir. Avrupa Patent Ofisi (EPO)’nde kayıtlı patentlerin ise %29,83’lük kısmı yine ABD’ye aitken, sırasıyla Almanya (%18,08), Fransa (%10,98), Japonya (%9,92) ve Güney Kore (%4,44) en fazla kayıtlı patente sahip olan diğer ülkelerdir. Hem EPO hem de UPSTO’da Türkiye’ye ait nanoteknoloji patentleri ise oldukça düşük seviyede kalmıştır. Nanoteknoloji patentlerinde Türkiye’nin EPO’daki payı %0,2 iken, UPSTO’da ise %0,04 düzeyindedir.



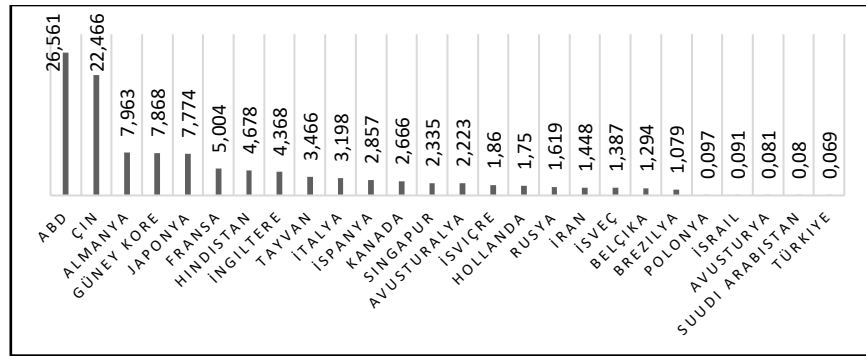
Kaynak: <http://statnano.com> (Erişim Tarihi: 05.05.2017)

Şekil 1. Nanoteknoloji Patentlerinin Gelişimi (2001-2016)

Nanoteknoloji alanında yayınlanmış akademik yayınların verileri Thomson-Reuters Web of Science, SCI Expanded veri tabanından alınmıştır. Şekil 2’de görüldüğü üzere 1990’lı yıllardan itibaren yayın sayısı artış trendine girerek, nanoteknoloji faaliyetlerinin hızlandırılması ve nanoteknolojinin stratejik alanlar içinde yer alarak desteklenmesi ile birlikte bu artış trendinin daha da hızlandığı görülmektedir. Şekil 3’de ise yayınların ülkelere göre dağılımı verilmiştir. ABD ve Çin başı çekerken Türkiye’nin ise %0,069 payı ile oldukça gerilerde kaldığı görülmektedir.



Şekil 2. Dünyada Nanoteknoloji Yayınlarının Gelişimi (1966-2016)**



Şekil 3. Nanoteknoloji Yayınlarının Ülkelere Göre Dağılımı (%)

Bu çalışma çağımızın en önemli teknolojilerinden biri olan nanoteknolojinin gelişim süreçlerini sektörel bazda incelemektedir. Son yıllarda rekabet gücü kaybeden ve liderliği ağırlıklı olarak Asya ülkelerine bırakan Türkiye tekstil endüstrisinin, nanoteknolojik ürünler ile kalite ve rekabet avantajı sağlayarak atılım yapması amacıyla nanoteknolojiyi öğrenme, kullanma, geliştirme ve inovasyona dönüştürme süreçleri bu çalışmada detaylı olarak incelenmektedir. Literatürde nanoteknoloji üzerine bu tarz çalışmaların azlığı ele alındığında, bu çalışma Türkiye’de sektörel olarak nanoteknoloji inovasyon süreçlerini inceleyen ve analiz eden ilk çalışmalardan biri konumundadır. Bu çalışmanın amacı, bir sonraki bölümde ele alınacak olan inovasyon süreçlerinin, Türkiye tekstil endüstrisinde faaliyet gösteren akademisyen ve firma Ar-Ge personelleri ile mülakatlar gerçekleştirilerek analiz edilmesi ve nanoteknoloji bilgi birikiminin sağlanarak inovasyona dönüştürülmesi sürecine öneriler getirmektir.

Nanoteknoloji İnovasyon Sistemi (NanoİS)

Yeni teknolojilerin gelişme sürecine etki eden farklı aktör ve kurumlar mevcuttur. İnovasyon sistemleri bu heterojen aktör ve kurumların yanında bunlar arasında kurulan ilişki ve etkileşimi de dikkate almaktadır. Dolayısıyla bu durum nanoteknoloji gibi çok disiplinli bir teknolojinin gelişim sürecinin incelenmesini zorlaştırabilmektedir. Bu sebeple literatürde belirli aktör ve kurumlara odaklanarak analiz yapılmaya çalışılmıştır.

** WC=(Nanoscience & Nanotechnology) Refined by: DOCUMENT TYPES: (ARTICLE OR PROCEEDINGS PAPER OR NOTE OR REVIEW OR LETTER OR BOOK CHAPTER)

Örneğin; Gaponenko, Rusya NanoİS üzerine yapmış olduğu çalışmada, NanoİS'te faaliyet gösteren kurumlar üzerine yoğunlaşmış ve ana kurumları; politika yapıcılar, bilim teknoloji ve inovasyon politikaları, finansal altyapı, bilginin üretilmesinde yer alan kuruluşlar ve nanoteknoloji pazarı olarak belirlemiştir (Gaponenko, 2007, 10). Yapmış olduğu analizde devlet aktörünü, nanoteknoloji bilgisinin üretilmesinden, ticarileştirilmesine kadar aktif rol oynayan ana aktörlerden biri olarak göstermiştir.

Islam & Miyazaki (2009b) ve Islam & Ozcan (2013) ise NanoİS'i 4 ana kutupta incelemiştir:

1. Bilim Kutbu: (Akademik laboratuvar, Ar-Ge merkezleri, üniversiteler...)
2. Teknoloji Kutbu: (Geliştirme ve dizayn departmanları...)
3. Piyasa Kutbu: (Firmalar, tüketiciler...)
4. Finans Kutbu: (Finansman kuruluşları, acenteler...)

İki çalışmada da nanoteknolojinin bilim tabanlı bir teknoloji olduğu vurgulanarak, bilim ve teknoloji kutuplarının birincil öneme sahip olduğu üzerinde durulmuştur. Islam ve Miyazaki başka bir çalışmasında ise NanoİS'i bilim, teknoloji, piyasa ve sosyal ihtiyaçlar çevresinde şekillenen ve kurumlar tarafından düzenlenen, devlet, finansman kuruluşları, üniversiteler, firmalar gibi birçok aktörü bünyesinde barındıran dinamik bir sistem olarak incelemiştir (Islam & Miyazaki, 2009a, 170-182).

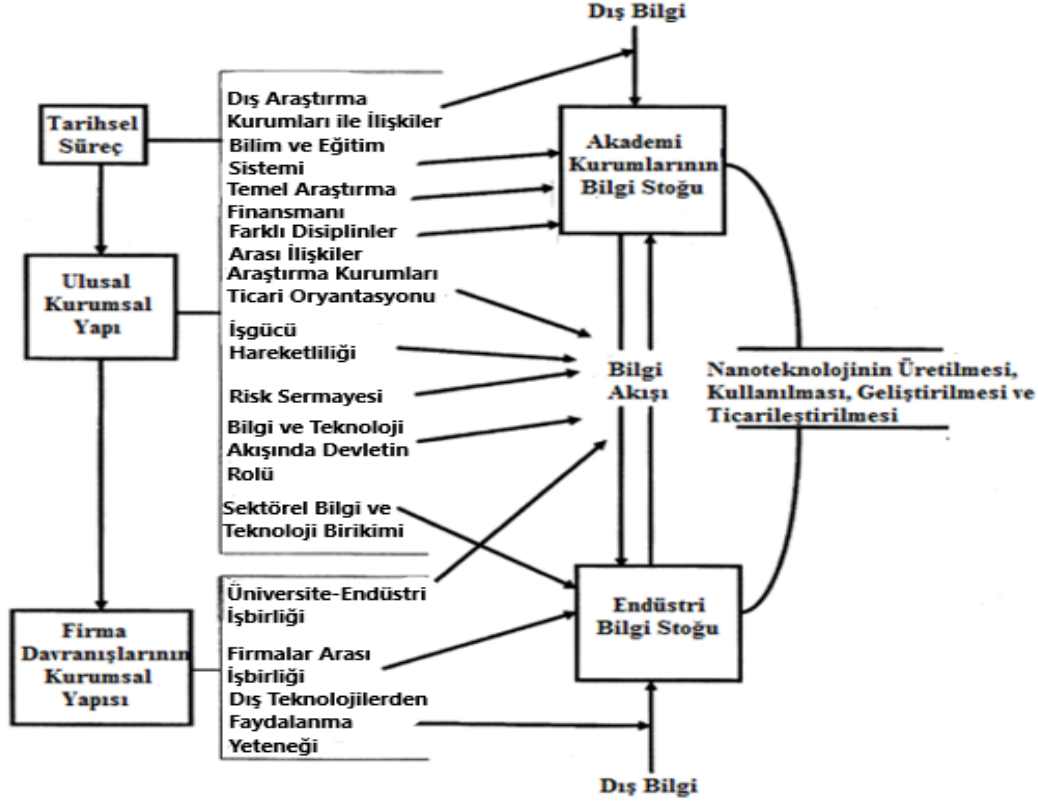
Bartholomew'in biyoteknoloji üzerine yapmış olduğu çalışma ise diğer çalışmaların aksine sistem yaklaşımının temel dinamiklerini kullanarak daha detaylı bir analiz ortaya koymuştur. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülke örneklerini inceleyerek ve karşılaştırarak, yeni teknolojilerin gelişmesi için önemli bir yol haritası sunmuştur. Bartholomew, biyoteknolojide yetkinleşmeyi üç ana başlıkta incelemiştir (Bartholomew, 1997, 241-266):

- Akademi bilgi stoğunun arttırılması
- Endüstri bilgi stoğunun arttırılması
- Akademi ve endüstri arasında bilgi akışının sağlanması

Yazar, akademi ve endüstrinin bilgi stoğunun arttırılarak, bilgi akışının sağlanmasını biyoteknolojide yetkinleşmenin ana kaynağı olarak görmüştür. Nanoteknoloji üzerine yapılan çalışmalar inovasyon sistemi temel dinamik ve özelliklerinin bu teknolojinin gelişmesi üzerinde pozitif etkili olduğunu göstermiştir (Shapira vd., 2011, 601). Ayrıca literatürde bu yaklaşım kapsamında üzerinde durulan faktörlerin nanoteknolojinin gelişmesi için de etkili olduğu konusunda çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalara bir sonraki bölümde değinilecektir. Dolayısıyla Bartholomew'in biyoteknoloji üzerine yapmış olduğu bu analiz nanoteknoloji üzerine uyarlanarak, bu analize bir noktada geliştirme yapılmıştır. Çok disiplinli yapısı gereği, farklı disiplinlerdeki araştırmacı ve araştırma kurumları arasındaki ilişki ve işbirliğinin nanoteknolojinin gelişimi noktasında pozitif etkili olduğu ön görülerek, akademi bilgi stoğunun arttırılmasında rol oynayan faktörler arasına eklenmiştir.

Şekil 4'de gösterildiği üzere akademi bilgi stoğunun arttırılmasına etki eden faktörler, bilim ve eğitim sistemi, dış akademik çevre ile ilişkiler, temel araştırma faaliyetlerinin finansmanı ve farklı bilim aktörlerinin ilişki ve işbirliği olarak belirlenmiştir. Endüstrideki bilgi ve teknoloji birikimi, firmalar arası işbirliği ve firmaların dış teknolojiden faydalanma yeteneği ise endüstri bilgi stoğunu

arttırıcı faktörler olarak gösterilmiştir. Endüstri ile akademi arasındaki bilgi akışının sağlanmasında, risk sermayesi, akademi-endüstri arası işgücü hareketliliği, akademik çevredeki ticari oryantasyon, üniversite-endüstri işbirliği (ÜEİ) ve bilgi akışında devletin faaliyetleri birincil faktörler olarak sıralanmıştır.



Kaynak: Bartholomew (1997, 247)'den uyarlanmıştır.

Şekil 4. Nanoteknoloji İnovasyon Sistemi

Araştırma Kurumları Bilgi Stoğunun Arttırılması

Nanoteknoloji çok disiplinli yapısı gereği disiplinler arası bilim ve eğitim sistemine ihtiyaç duymaktadır. Disiplinler arası çalışma kültürüne sahip işgücünün oluşturulmasında da bilim ve eğitim sistemi önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü nanoteknolojiyi anlayabilecek, kullanabilecek ve geliştirebilecek işgücü ancak çok disiplinli ve dinamik bir eğitim ve bilim sistemi ile sağlanabilecektir. Bu konuda Roco, yeni teknolojilerin gelişmesi noktasında, disiplinler arası çalışma kapasitesine sahip işgücüne ihtiyaç duyulduğunu vurgulayarak, disiplinler arası çalışmanın ilkokuldan itibaren yerleştirilmesi gerektiğini savunmaktadır (Roco, 2005, 133). Bilim ve eğitim sistemi eğitim ve öğretim, bilgi ve teknoloji üretimi, aktörlerin özümleme kapasitesinin arttırılması açısından bilgi stoğunun arttırılmasına katkıda bulunmaktadır (Lester, 2005, 25).

Temel araştırma, "görünürde belirli bir uygulaması ve kullanımı olmayan, öncelikli olarak olgu ve gözlemlenebilir gerçeklerin esaslarına yönelik yeni bilgiler için yürütülen deneysel ve teorik çalışmalar"⁶ şeklinde tanımlanmaktadır. Dolayısıyla, temel araştırma destekleri ya da teşviklerinin

⁶ <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=192> (Erişim Tarihi: 24.07.2017)

ana amacı, araştırma, geliştirme ve yeni bilgi üretim faaliyetlerine hız kazandırmaktır. İngiltere üzerine yapılan bir araştırmada temel araştırmaların, bilgi stoğunun arttırılması, yeni bilgi ve teknolojilerin gelişmesi, yeni yöntem ve ekipmanların geliştirilmesi, nitelikli işgücünün yetiştirilmesi, bilgi ağlarının oluşturulması, aktörlerin problem çözme yeteneğinin gelişmesi ve ticarileştirme faaliyetlerinin arttırılması noktasında pozitif etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Martin vd., 1996, 24-46).

Yeni teknolojiler gelişim aşamasında risk ve belirsizlikler içermektedir. Başlangıçta, araştırma harcamalarının maliyetli olması, potansiyelinin ve çıktılarının özel sektör tarafından tam olarak ön görülememesi bu alanlara yapılan yatırımları aksatabilmektedir. Bu sebeple yeni teknolojilerde temel araştırmaların devamlılığının sağlanarak, ulusal bilgi stoğunun arttırılmasında devlet destekleri önemli bir yer tutmaktadır (Bartholomew, 1997, 247). Bu sayede yeni teknolojilerin doğasında var olan risk ve belirsizlikler kurumlar arasında paylaşılarak azaltılabilmektedir.

Her ülkenin ulusal bilgi stoğu birbirinden farklı olmakla beraber, tarihsel süreçte de kurum ve aktörlerin beceri, tecrübe, ilgi, özümleme kapasitesi gibi birçok değişkene bağlı olarak farklılaşmaktadır. Dolayısıyla, hiçbir birey, kurum ya da ülke tüm bilgiye sahip olamayacağından dolayı, bilgi stoğunu arttırmak için dış bilgilere ulaşabilme, anlayabilme ve kullanabilme yeteneği büyük önem taşımaktadır. Bu sayede örtük bilgiye ulaşmak kolaylaşırken, bir yandan da aktörlerin dışa açıklığı, ağ yeteneği ve özümleme kapasitesi de gelişim göstermektedir (Remoe & Guinet, 2002, 45). Oh ve diğerleri yapmış olduğu çalışmada, uluslararası işbirliğinin ulusal bilgi stoğunu arttırarak araştırma çıktıları üzerinde pozitif etkisi olduğunu göstermiştir (Oh vd., 2010, 65). Mehta ve diğerleri de bu bulguları destekleyerek, uluslararası bilimsel ağların, bilimsel bilginin yayılmasını hızlandırdığı ve disiplinler arası çalışmaları teşvik ederek, bilimsel çıktıların kalitesini yükselttiğini ortaya koymuştur (Mehta vd., 2012, 439). Edler ve diğerleri ise uluslararası hareketliliğinin araştırmacıların profesyonel network kabiliyetini geliştirdiği, üretkenliğini arttırdığı, beşerî sermayesini geliştirdiği ve bilginin akademi ile endüstri arasında akışının daha da kolaylaştırdığı sonucuna ulaşmıştır (Edler vd., 2011, 800-802).

Nanoteknolojinin bilgi tabanı; fizik, kimya, malzeme bilimi ve mühendislik bilimleri tarafından şekillendirilmektedir (Islam & Miyazaki, 2009b, 139). Dolayısıyla farklı disiplinler arasındaki ilişki, etkileşim ve işbirliği de bilgi stoğunu arttırıcı bir faktör olarak rol oynamaktadır. Bu ilişki ve işbirliğinin belirli bir normu yoktur ve ortak proje, ortak yayın, konferans, seminer gibi çeşitli yollarla gerçekleştirilebilir. Farklı disiplinler altında faaliyet gösteren kurum ve aktörler kendine özgü örtük bilgiye sahiptir. Örtük bilginin transferi oldukça güçtür ve bu bilginin kurumlar arasında transferi ise ancak işbirliği ve ortak çalışmalar ile sağlanabilmektedir (Zucker vd., 2007, 856). Aynı zamanda akademinin ağ kabiliyeti gelişim göstererek, bilgi alışverişinin daha etkin bir şekilde gerçekleşmesi sağlanmaktadır (Montobbio & Sterzi, 2013, 282). Zucker ve diğerleri yapmış olduğu çalışmada, farklı alanlarda yapılan yayın ve patentlerin nanoteknoloji alanındaki yayın ve patentler üzerinde pozitif etkili olduğunu ve aktörler arası ortak çalışmaların bilimsel çıktıları arttırıcı rol oynadığını göstermiştir (Zucker vd., 2007). Lee ve Bozeman ise bu bulguları destekleyerek akademik işbirliği ile verimlilik arasında pozitif ilişki olduğunu ortaya koymuştur (Lee & Bozeman, 2016, 693).

Endüstri Bilgi Stoğunun Arttırılması

Ülkeler bilgi birikimi sağladıkları ve teknolojik avantaj elde ettikleri alanlarda uzmanlaşmaktadır. Endüstrilerin rekabetçi hale gelmesi de ülkelerin bilgi birikimi ve teknolojik avantajları ile yakından ilgilidir (Bartholomew, 1997, 250). Nanoteknoloji bir endüstri olarak tanımlanamasa da geniş uygulama alanı sebebiyle birçok endüstriye etki edebilen ve dönüştürebilen bir teknolojidir. Bu sebeple ülkelerin teknolojik avantaja sahip olduğu endüstrilerdeki bilgi ve teknoloji birikimi, nanoteknoloji gibi yüksek teknolojilere adapte olmasını sağlayarak, rekabet gücü elde etmelerini kolaylaştırmaktadır. Çünkü endüstrideki bilgi ve teknoloji birikimi endüstrinin özümleme kapasitesinin ana belirleyicisi konumundadır. Dolayısıyla firmaların nanoteknolojiye adapte olabilmesi ancak, endüstrideki bilgi ve teknoloji birikiminin arttırılması ile sağlanabilmektedir.

Firmalar arasında ortak teşebbüsler, ortak Ar-Ge projeleri, lisans anlaşmaları gibi işbirliği türleri endüstri bilgi stoğunun arttırılmasında önemli rol oynayan bir diğer faktördür. Nanoteknoloji gibi yeni teknolojiler gelişim aşamasında yüksek riskler barındırmaktadır. Risklerin artması durumunda aktörlerin sistem içerisinde aksaması sebebiyle bilgi üretimi ve akışında aksaklıklar yaşanabilmektedir. Bu durumda firmalar arası işbirliği, Ar-Ge aktivitelerinin devamlılığının sağlanması, bilgi transferinin kolaylaşması, kaynakların paylaşılması ve üretimin rasyonelleşmesi açısından sistemin etkinliğine katkıda bulunmaktadır (Shan & Hamilton, 1991, 420). Diğer yandan bu risklerin aktörler tarafından paylaşılması sağlanarak, birim başına düşen risk miktarının azaltılması ve nanoteknoloji alanına yeni aktörlerin dâhil olmasını hızlandırmaktadır.

Nanoteknoloji çok disiplinli bilgi ve teknolojiye ihtiyaç duyduğundan dolayı, firmalar arası Ar-Ge işbirliği ve bilginin paylaşılması, yeni bilgi ve yeni çıktılar elde edilmesi noktasında büyük önem taşımaktadır (C.-H. Wang & Chien, 2013, 146). Bu işbirliği ile fikir paylaşımları sayesinde yeni fikirler ortaya çıkarak, firmaların bilgi stoğunun artmasının yanında inovasyon kapasitesinin de gelişmesi beklenmektedir (Gans vd., 2000, 2-5). Böylece firmaların özümleme kapasitesi, inovasyon kabiliyeti, ağ kabiliyeti, bilgiyi elde edebilme kabiliyeti gelişerek, rekabet edebilirliği ve hayatta kalma olasılığı artmaktadır.

Firmaların teknoloji aktiviteleri kendi ülkelerinin ekonomik aktiviteleri ile güçlü ilişkilidir (Patel & Pavitt, 1991, 7). Dünya genelinde bilginin homojen dağılmadığını göz önüne aldığımızda, firmaların gerekli bilgi ve teknolojiyi ülke içinde elde edememeleri durumunda, dış kaynaklardan sağlamaları firmaların bilgi ve inovasyon kapasitesi açısından büyük önem taşımaktadır. Dış bilgi, firmaların bilgi stoğunun arttırılmasının yanında network kapasitelerinin de gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Bu sayede, firmalar yeni aktörler ile etkileşime geçerek, yeni bilgilere ulaşma şansını daha da arttırmaktadır (Chesbrough, 2006, 36). Kang ve Kang'a göre dış bilgiye ulaşabilmenin inovasyon performansı ile pozitif yönlü ilişkisi vardır. Bu sayede firmalar kendi içinde çözemedikleri problemlerin çözümüne erişerek, piyasa ve teknolojiye radikal değişime ayak uydurarak ve kendi teknolojik gelişimini sağlayarak hayatta kalma sürelerini arttırabilmektedir (Kang & Kang, 2009, 11-12). Ayrıca, firmaların dış bilgilere ulaşabilme yeteneği, firmaların mevcut rekabet güçlerini sürdürmelerine ve arttırmalarına olanak tanımaktadır (Gulati vd., 2000, 207). Fontana ve diğerleri yapmış olduğu bir çalışmada, firmaların dışa açıklığının dış bilgiye ulaşabilmenin en önemli koşulu olduğunu belirterek, bu sayede gelişen bilgi ve teknoloji stoğu ile firmaların üretkenliğinde de olumlu gelişmeler yaşanabileceğini ortaya koymuştur (Fontana vd., 2006, 321). Steensma ve Lyles'a göre firmaların diğer partnerlerinden elde etmiş

oldukları bilgi ve teknoloji, bu firmaların gelişmesi, inovasyon kapasitesi, yeteneği ve hayatta kalabilmesi için ana faktörlerden bir tanesidir (Steensma & Lyles, 2000, 846-847).

Bilgi ve Teknoloji Akışı

Risk sermayesi, kurumsal ya da bireysel yatırımcılar tarafından oluşturulan, hızlı gelişme ve yüksek kar potansiyeli olan yatırım projelerine uzun vadeli ortaklıklar yolu ile finans ve yönetim desteği sağlayarak, işletmenin pazar değerini arttırmayı amaç edinen bir fon türüdür (İşeri, 2001, 9). Nanoteknoloji yeni bir teknoloji olduğundan dolayı aynı zamanda maliyetli ve riskli bir alandır. Bu sebeple nanoteknolojinin ihtiyaç duyduğu sürekli finansmanın sağlanması noktasında devlet desteklerinin yanına riskli alanlara yatırım yapabilecek finansman kaynaklarının geliştirilmesi gerekmektedir. Risk sermayesi firmaları, sadece kaynak değil aynı zamanda yönetim tecrübesi, risk yönetimi ve ticari destek de sağlamaktadır (Rasmussen, 2007, 69). Yeni gelişen küçük firmalara bu tecrübeler aktararak, yeni firmaların yetenekleri ve hayatta kalma süreleri artmaktadır. Ayrıca risk sermayesi, araştırmacıları ticarileştirme faaliyetlerine teşvik ederek ürünlerin piyasaya gelme süresinin azaltılması ve aktörlerin ağ kabiliyetinin gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Hsu, 2006, 206). Bu avantajlarının yanında, bilginin akademiden endüstriye taşınmasına katkıda bulunarak, nanoteknolojinin gelişmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Firmalar ve araştırma kurumları farklı amaç güden ve farklı kültürlere sahip kurumlardır. Bu sebeple, akademik çevrenin ticarileştirme noktasında bilgilendirilmesi ve teşvik edilmesi akademi ile firmalar arasında bu kültür farklılığını azaltarak, bilgi akışını hızlandırmaktadır (Bartholomew, 1997, 248). Böylece, akademideki bilginin ticarileştirilmesi hız kazanarak, ürüne ve yeniliğe dönüşmesi hız kazanmaktadır. Yeni ve radikal fikirlerin piyasada ticarileştirilme imkânı sağlanarak, endüstri bilgi kapasitesinin artmasına ve firmaların zamana ayak uydurmasına katkıda bulunmaktadır. Kısaca ticari oryantasyon; piyasa performansı, finansal performans, organizasyonel öğrenme, inovasyon kabiliyetleri, yeni bilgileri ticarileştirme becerisi, yeni bilgilere ulaşabilme, talebe karşılık verebilme ve rekabet gücü elde edebilme üzerinde etkili bir unsurdur (Cesaroni & Abbate, 2014, 6).

İşgücü hareketliliği kavramı, sistemde yer alan aktörlerin akademik çevre ile endüstri arasında kolaylıkla hareket edebilmesi ve faaliyet gösterebilmesi olarak tanımlanmaktadır. Yeni bilgiler genelde örtük bilgileri kapsadığından dolayı elde edilmesi zordur ve çeşitli transfer mekanizmalarına ihtiyaç duymaktadır. Bu noktada işgücü hareketliliğinin yüksek olması yeni ve örtük bilginin aktörler arasındaki akışını kolaylaştırmaktadır (Zucker vd., 2002a, 150). Ayrıca endüstrinin ihtiyaç duyduğu işgücüne ulaşması kolaylaşırken, araştırmacıların da bilgilerini ticarileştirme ve piyasa hakkında farkındalığa sahip olmasına katkıda bulunmaktadır (Williams vd., 2004, 35). Zucker ve diğerleri yapmış oldukları analizde endüstride faaliyet gösteren araştırmacıların üretkenlik ve ağ kabiliyetlerinde artış gerçekleştiğini göstermiştir. Ayrıca, akademik çevreden araştırmacı transfer eden firmaların yeni ürün sayısında gelişmeler olduğunu da ortaya koymuştur (Zucker vd., 2002b, 629-660). Bu çalışmayı destekleyecek şekilde Kim ve Marschke yapmış olduğu çalışmada, işgücü hareketliliği ile araştırmacılar geliştirmiş oldukları fikirleri ticarileştirme imkânına erişirken, yeni firma kurma faaliyetlerinin de artabileceğini belirtmiştir (Kim & Marschke, 2005, 298-317). Dolayısıyla işgücü hareketliliği ile girişimcilik faaliyetlerinin de yaygınlaşması beklenmektedir.

Bilim tabanlı endüstriler; yeniliğin artan maliyeti, disiplinlerin birbirine yakınsaması ve temel araştırmalar ile endüstriyel uygulamaları arasındaki yakın ilişki sebebiyle akademik bilgiye bağımlı durumdadır (Kaiser & Prange, 2004, 396). Bu durum, aktörleri inovasyon için gerekli olan kaynaklara ulaşabilmek amacıyla işbirliği yapmaya zorlamaktadır. Üniversite ve endüstri arasında kurulan ilişkiler de bu amaç için kurulan önemli bir bilgi akışı faktörü olarak karşımıza çıkmaktadır. Üniversite-Endüstri İşbirliğini (ÜEI), akademik çevre ile sanayinin karşılıklı etkileşimi ve aralarında yapmış oldukları alışverişe dayandırılmaktadır. Basit olarak bu alışveriş iki tarafın birbirlerinden kendileri için gerekli olan kaynakların daha kolay, daha hızlı ve daha az maliyetli bir şekilde temin etmesidir. Feng ve diğerlerine göre akademik partnere sahip olmak, ürün, kalite, maliyetler ve piyasa payı açısından firmalara pozitif kazançlar sağlamaktadır (Feng vd., 2012, 903). Wang yapmış olduğu çalışmada, yeni teknoloji firmalarının üniversite araştırmacıları ile işbirliğine gitmesinin, firmaların teknoloji potansiyeli, araştırma kabiliyetleri ve dış yatırım potansiyeli üzerinde pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur (J. Wang, 2007, 121-122). 254 teknoloji firmasıyla yapılan bir araştırmaya göre, firmaların üniversitelerle işbirliği yapması firmaların son teknoloji ile donatılmasına katkıda bulunarak, yeni ürün geliştirme olasılığını arttırmaktadır (Brettel & Cleven, 2011, 264-265). Nieto ve Santamaria'ya göre teknolojik işbirliği ve partner çeşitliliği, ürün inovasyonunu pozitif etkilemektedir. Bu sayede inovasyon, kalite ve üretkenlik artarak, ürünlerin piyasaya gelme süreleri azalmaktadır (Nieto & Santamaria, 2007, 374-375).

Yeni teknolojiler gelişim aşamasında risk ve belirsizliğin fazla olması sebebiyle rehberliğe ihtiyaç duymaktadır. Bu durum devlet faktörünün önemini daha da öne çıkarmaktadır. Devlet uygulamaya soktuğu çeşitli politika, strateji ve düzenlemeler ile yeni teknolojilerin gelişmesine yön verebilmektedir. Ayrıca fiziki ve kurumsal altyapıyı güçlendirerek nanoteknolojinin gelişimini hızlandırabilmektedir. Bilgi akışının sağlanmasında devletin izleyebileceği yollar aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1. Bilgi ve Teknoloji Yayılmasında Devletin İzleyebileceği Yollar

<i>Firmalar ile Araştırma Kurumları Arasında İlişkilerin Kuvvetlendirilmesi</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Bilgi ve teknoloji üretimi ve transferinde rol oynayan kurumların iyileştirilmesi • Teknoloji transferinde yer alan aktörlerin farkındalığının artırılması • Bilgi ve teknoloji yayılım girişimlerinin kurumsallaştırılması • Büyük bütçeli teknoloji projelerinde teknolojinin yaygınlaşmasının desteklenmesi ve entegre edilmesi
<i>Firmalar Arası İşbirliğinin Arttırılması</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ticarileştirme faaliyetlerinde işbirliklerinin desteklenmesi ve teşvik edilmesi • Firmaların bilgi kaynaklarına erişiminin kolaylaştırılması ve teşvik edilmesi • Kümelenme faaliyetlerinin desteklenmesi • Ortak Ar-Ge projelerinde işbirliği ve rekabetin özendirilmesi
<i>Özümseme ve İnovasyon Yeteneğinin Geliştirilmesi</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Firmalarda organizasyonel değişim ve mesleki eğitimin teşvik edilmesi • İnovasyon yönetim planlarının etkinliğinin artırılması • Endüstri ile araştırma kurumları arasında personel hareketliliğinin cesaretlendirilmesi

Kaynak: (OECD, 1998, 216)

Veri ve Yöntem

Türkiye tekstil endüstrisinde nanoteknolojinin kullanılması, geliştirilmesi, yaygınlaşması ve ticarileştirilmesinin sağlanması noktasında mevcut durumun keşfi ve iyileştirilmesi amacıyla akademi ve endüstrinin görüşlerine başvurulmuştur. NanoİS yaklaşımının makro unsurların yanında mikro unsurlara da yer vermesi, nanoteknolojinin gelişiminde rol oynayacak kurumların kesin olarak belirlenmesinin güç olması, ilgili veri ve kaynakların kısıtlı olması sebebiyle mülakat yönteminin kullanılması tercih edilmiştir. Bu bağlamda üniversitelere bağlı olarak çalışan ve tekstil alanında nanoteknoloji faaliyetlerinde bulunan, patent ya da projeye sahip olan akademisyenler ve nanoteknoloji uygulamalarına sahip tekstil firmalarının Ar-Ge personelleri ile mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Mülakatta genel olarak yarı yapılandırılmış mülakat tekniğine bağlı kalınmıştır.

Akademi örneklemini oluşturmak amacıyla Türk Patent Enstitüsü ve TÜBİTAK Destekli Projeler Veri Tabanına kayıtlı patent ve projelere sahip akademisyenler ile nanoteknoloji çalışmaları yürüten merkezlerde faaliyet gösteren akademisyenler belirlenmiştir. Öncelikli olarak yüz yüze ve telefon aracılığı ile irtibat kurulmaya çalışılmış, ulaşılmadığı durumda mail yolu ile irtibata geçilmeye çalışılmıştır. Toplamda tekstil ve nanoteknoloji çalışmaları yürüten 45 akademisyen ile irtibata geçilmiş ve 10 akademisyen mülakata katılacağını beyan etmiştir. Firma örnekleminin oluşturulmasında ise internet kaynakları, teknoloji haberleri ve firmaların web sitelerinden

yararlanılmıştır. Bu kaynaklar taranarak nanoteknoloji uygulamalarına sahip 16 tekstil firması belirlenmiştir. Belirlenen firmalar ile telefon aracılığı ile irtibata geçilmiş ve mülakata katılımları noktasında görüşleri istenmiştir. Yapılan görüşmeler sonucu belirlenen 16 firmanın, beşi artık nanoteknoloji faaliyetlerini durdurduklarını beyan ettikleri için örneklemden çıkarılmıştır. Kalan 11 firmanın ise dördü mülakata katılmayacaklarını bildirmişlerdir. Bu durumda kalan 7 firma ile mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

Mülakat katılımcılarının isimlerinin ve kurumlarının gizli tutulacağı taahhüt edilerek görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Mülakata başlamadan önce katılımcılara ses kayıt cihazının açılması için izin istenmiş ve kabul edenlerin mülakatları bu şekilde gerçekleştirilmiştir. Kabul etmeyen katılımcıların görüşmeleri ise notlar alınarak gerçekleştirilmiş, mülakat bitiminde yazılı hale dönüştürülmüştür. Mülakata katılan akademisyen ve firmalarla ilgili bilgiler Tablo 2’de sıralanmıştır. Mülakat soruları Şekil 4’te sunulan teori çerçevesinde şekillendirilmiştir. Akademisyenlere ağırlıklı olarak akademi bilgi stoğunun arttırılması ve bu bilginin endüstriye taşınması üzerine sorular sorulmuştur. Firmalara ise endüstri bilgi stoğunun arttırılması ve akademi ile bilgi akışının sağlanması üzerine sorular sorulmuştur. Akademi ve firmalara sorulan ortak soruların yanında farklı sorular da mevcuttur. Tablo 3’te firma ve akademisyenlere sorulan sorular, konu başlıkları şeklinde sunulmuştur.

Tablo 2. Mülakat Katılımcılarının Profili

AKADEMİ		
Unvan	Yoğunlaştıkları Nano Çalışmalar	
Prof. Dr.	Electrospinning, nanolif, nanokumaş	
Prof. Dr.	Electrospinning	
Prof. Dr.	Biyoteknoloji, doğal yara örtüleri, cilt kanseri tedavileri	
Doç. Dr.	Electrospinning, nanolif, nanokumaş	
Doç. Dr.	Electrospinning, nanolif, nanokumaş	
Doç. Dr.	Tıbbi tekstil uygulamaları	
Yrd. Doç. Dr.	Electrospinning	
Yrd. Doç. Dr.	Electrospinning, nanolif	
Yrd. Doç. Dr.	Nanolif	
Yrd. Doç. Dr.	Nanokumaş	
FİRMA		
Unvan	Çalışan Sayısı	Yoğunlaştıkları Nano Çalışmalar
Ar-Ge Müdürü	1000	Anti bakteriyel ürünler, kolay temizlenebilirlik
Ar-Ge Müdürü	1000	Nano kaplama, electrospinning
Ar-Ge Müdürü	2000	Fonksiyonel iplik üretimi, iletkenlik, yüksek
Ar-Ge Müdürü	2000	Kolay temizlenebilirlik, tutuşmazlık, koku tutmazlık
Ar-Ge Müdürü	50	Koruyucu giysi, askeri giysi, güç tutuşurluk, aktivite
Ar-Ge Müdürü	160	Gelişim aşamasında
Ar-Ge Müdürü	2300	Kir, su ve yağ itici, antibakteriyel, UV koruma

Tablo 3. Mülakat Katılımcılarına Sorulan Soruların Konu Başlıkları

Soru/Sorulan Kesim	Akademi	Endüstri
Bilim ve Eğitim Sistemi	X	
Temel Araştırma Harcamalarının Finansmanı	X	
Akademik Yabancı Araştırma Kurumları ile Bağlantıları	X	
Farklı Disiplinlerdeki Araştırma Kurumları ve Araştırmacılar Arasındaki İlişki ve İşbirliği	X	
Risk Sermayesi	X	X
Araştırma Kurumlarına Yönelik Ticari Oryantasyon	X	
İşgücü Hareketliliği	X	X
Üniversite-Endüstri İşbirliği	X	X
Bilgi ve Teknolojinin Yayılmasında Devletin Rolü	X	X
Endüstride Bilgi ve Teknoloji Birikimi		X
Firmalar Arası İşbirliği		X
Firmaların Dış Teknolojilerden Faydalanma Yeteneği		X

Araştırma Bulgularının Analizi ve Değerlendirilmesi

Katılımcılara NanoİS analizinde yer alan unsurların nanoteknolojinin öğrenilmesi, kullanılması, geliştirilmesi, yaygınlaşması ve ticarileştirilmesi açısından önemini puanlama yaparak belirtmeleri istenmiştir. Elde edilen sonuçların ortalamaları aşağıdaki tabloda verilmiştir. Nanoteknolojinin gelişmesi açısından eğitim ve bilim sistemi, farklı disiplinlerdeki araştırmacılar arasındaki ilişki ve işbirliği, temel araştırmaların desteklenmesi, yabancı araştırma kurumları ve araştırmacılar ile ilişkiler akademisyenler açısından nanoteknolojinin gelişmesi noktasında oldukça önem verilmesi gereken etkenler olarak öne çıkmaktadır. Firma AR-Ge personelleri ise firmaların dış bilgi ve teknolojiye ulaşabilme yeteneği, işgücü hareketliliği, üniversite endüstri işbirliği, endüstri bilgi stoğu ve bilgini yayılmasında devleti ön plana çıkarmışlardır. Tabloda da görüldüğü gibi diğer faktörlerin de oldukça yüksek değerler aldığı görülmektedir. Dolayısıyla mülakat katılımcıları, bir önceki bölümde ele almış olduğumuz tüm faktörlerin nanoteknolojinin öğrenilmesi, kullanılması, geliştirilmesi ve inovasyona dönüştürülmesi noktasında oldukça önemli olduğunu vurgulamaktadır.

Tablo 4. Katılımcıların NanoİS Yapı Taşlarına Yönelik Değerlendirmesi

	AKADEMİ	ENDÜSTRİ
Bilim ve Eğitim Sistemi	4,9	
Temel Araştırma Harcamalarının Finansmanı	4,4	
Akademik Yabancı Araştırma Kurumları ile	4,5	
Farklı Disiplinler Arasındaki İlişki ve İşbirliği	4,8	
Risk Sermayesi	4,1	3,8
Araştırma Kurumlarına Yönelik Ticari Oryantasyon	4,0	
İşgücü Hareketliliği	3,9	4,4
Üniversite-Endüstri İşbirliği	4,4	4,4
Bilgi ve Teknolojinin Yayılmasında Devletin Rolü	4,3	4,4
Endüstride Bilgi ve Teknoloji Birikimi		4,4
Firmalar Arası İşbirliği		3,8
Firmaların Dış Teknolojilerden Faydalanma Yeteneği		4,6

*(1 = Önemsiz – 5 = Çok Önemli)

Araştırma Kurumlarının Bilgi Stoğunun Arttırılması

Bilim ve Eğitim Sistemi

Mülakata katılan akademisyenler nanoteknolojinin gelişmesi açısından mevcut bilim ve eğitim sistemini yeterli bulmamaktadır. Bilim ve eğitim sisteminin temel eksiklerini aşağıdaki gibi sıralamışlardır.

- Dinamik değildir.
- Teknoloji ve sanayiye takip etmekte güçlükler çekmektedir.
- Nanoteknoloji üzerine ders müfredatı yeterli değildir.
- Altyapı ve teçhizat sıkıntısı mevcuttur.
- Bilimsel eksiklikler vardır.
- Disiplinler arası eğitim kültürü sağlanamamıştır.
- Eğitimin ağırlıklı olarak teoriktir ve uygulamalı eğitim eksikliği vardır.
- Eğitim sistemi firmaların beklentilerine yanıt verememektedir.
- Nanoteknoloji araştırmalarının finansmanı karşılanamamaktadır.
- Uzman personel eksikliği vardır.

Katılımcılar ağırlıklı olarak nanoteknolojinin gelişmesi için gerekli olan disiplinler arası eğitim kültürünün henüz sağlanmadığının üzerinde durmuştur. Eğitim sisteminin disiplinler arası eğitim verecek şekilde revize edilmesi ve proje desteklerinin arttırılması ile bu eksikliğin giderilebileceği belirtilmiştir. Bunun yanında ÜEİ'nin geliştirilmesi, eğitim ve araştırma kurumlarının altyapı eksikliklerinin giderilmesi, ders müfredatının endüstrinin ihtiyaçlarını gözeterek şekilde düzenlenmesi ve üniversiteler arası ortak nanoteknoloji projelerinin geliştirilmesi ile nanoteknolojinin gelişimi daha sağlam bir zemine oturtulabileceği belirtilmiştir.

Temel Araştırma Harcamalarının Finansmanı

Akademisyenlerin nanoteknoloji temel araştırmalarının finansmanını ağırlıklı olarak üniversiteleri tarafından sağlanan araştırma fonları ile sağladıkları görülmektedir. Temel cihazların alımı açısından yeterli finansmanı sağlaması ve kolay elde edilebilirliği bu fonun tercih edilmesinin ana sebepleridir. Bu fonlar kadar olmasa da kamu kaynakları da diğer tercih edilen finansman kaynağı görünümündedir. Firma fonları ile yapılan ortak projeler ve AB fonları gibi uluslararası fonların ise temel araştırmaların finansmanında az tercih edilen kaynaklar olduğu görülmüştür. Elde edilen bu sonuçlar Erdil ve Bozkırılıoğlu'nun ulaştığı çalışmaları ile örtüşmektedir. Her iki çalışmada da nanoteknoloji faaliyetlerinde bulunan akademisyenlerin ağırlıklı olarak üniversiteler tarafından sağlanan araştırma fonları ve kamu kaynaklarından yararlandığını, bunlara nazaran firma fonları ve AB fonları ile finansman sağlanmasının oldukça kısıtlı olduğu sonucuna ulaşmıştır (Bozkırılıoğlu, 2011, 266; Erdil, 2011, 34).

Temel araştırmaların finansmanının önündeki ana engeller olarak büyük bütçeli projelerin desteklenmesi adına yeterli finansman kaynağının olmaması ve akademiye proje kültürünün henüz istenilen seviyelere ulaştırılamaması gösterilmektedir. Kurumları tarafından sağlanan fonların küçük ve orta bütçeli projeler için yeterli olduğu, büyük bütçeli araştırmaların finansmanında sıkıntılar olduğu görülmektedir. Bu sebeple katılımcılar büyük bütçeli projelerin

finansmanı için yeni kurumların oluşturulması ya da var olanların güncellenmesi konusunda öneri getirmiştir. Ayrıca bu teknoloji için gerekli ekipmanlarda dışa bağımlılık olduğu belirtilerek, yurtiçinde üretilmesinin teşvik edilmesi veya bu pahalı ekipmanları bünyesinde bulundurabilecek kamu araştırma kurumlarının sayısının artırılması ile finansman sorununun azaltılabileceği görüşü mevcuttur. Nanoteknoloji temel araştırmalarının finansmanına firmaların da dâhil edilmesiyle risklerin paylaşılarak yeni finansman olanaklarının oluşturulması da ayrı bir öneri olarak sunulmuştur.

Yabancı Araştırma Kurumları ile İlişkiler

On katılımcının yedisi yurtdışındaki aktörler ile ilişkilerinin iyi olduğunu belirtmiştir ve ilişkilerin ağırlıklı olarak konferans, kongre, seminer gibi aktiviteler çerçevesinde gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Bozkırlıoğlu ise nanoteknoloji çalışmalarına sahip akademisyenlerin uluslararası araştırmacılar ile ilişkilerinin kısıtlı olduğunu belirtmiştir. Ayrıca Türkiye nanoteknoloji faaliyetlerinde bulunan üniversitelerin uluslararası ağ kabiliyetinin gelişmemiş olmasının yanında, iyi networklere sahip üniversite sayısının da oldukça az olduğunu ortaya konulmuştur (Bozkırlıoğlu, 2011, 180-181). Erdil'de benzer sonuçlara ulaşarak, Türkiye'de nanobilim ve nanoteknoloji alanında faaliyet gösteren akademisyenlerin ağırlıklı olarak Türkiye'deki akademisyenler ile daha yoğun ilişkiler kurduğu, genel olarak da bu ilişkilerin çok sağlam olmadığı sonucuna ulaşmıştır (Erdil, 2011, 39). Darvish ve Tonta ise son yıllarda nanoteknoloji araştırmacılarının kurmuş oldukları işbirliği ve ortaklıkların arttığını, fakat yurtdışındaki kurum ve araştırmacılar ile ilişkilerin halen çok kısıtlı olduğu sonucuna varmıştır (Darvish & Tonta, 2016, 574).

Yurtdışına çıkışların maliyetli olması, destek sağlayan kurumların belli sayıda ve oranlarda bu destekleri sağlamaları ile dil problemi bu ilişki ve işbirliğinin kurulmasının önündeki en önemli engeller olarak gözükmektedir. Dış aktörler ile ilişki ve işbirliğinin artırılması için yurtdışına öğrenci ve akademisyen gönderiminin daha da kolaylaştırılması ve teşvik edilmesi, bürokratik engellerin azaltılması, burs imkânlarının artırılması, yabancı üniversiteler ile ortak diploma programlarının geliştirilmesi, akademisyen ve öğrenci değişim programlarının artırılması önerileri getirilmiştir.

Disiplinler Arası İlişki ve İşbirliği

Mülakata katılan on akademisyenin dokuzu farklı disiplinlerdeki araştırmacılar ile çeşitli yollarla ilişkiler kurduğunu, bu dokuz araştırmacının da beşi farklı disiplinler ile ilişkilerinin güçlü olduğunu belirtmiştir. Farklı disiplinler ile ilişkili olan dokuz araştırmacının, yedisi ortak proje ve yayınlar ile diğerleri ise konferans ve fuarlar yardımı ile ilişkiler gerçekleştirdiğini belirtmiştir. Güçlü ilişkiye sahip olduğunu belirten beş akademisyenin hepsinin ortak proje ve yayınlar ile ilişkilerini gerçekleştirdiği görülmektedir. Katılımcıların hepsi Türkiye'de farklı disiplinlerden araştırmacılar arasındaki işbirliğinin yeterli olmadığını ve nanoteknolojinin gelişmesi açısından bu unsurun çok önemli olduğunu vurgulamıştır. Elde edilen bu sonuç, Bozkırlıoğlu'nun Türkiye için yapmış olduğu çalışma ile örtüşmektedir. Bozkırlıoğlu'na göre, yayınlar ve araştırmalarda networkler son yıllarda artış gösterse de, nanoteknoloji üzerine yapılan akademik yayınlarda disiplinler arası çalışmalar çok yaygın değildir ve bu durum araştırma işbirliğini olumsuz

etkilemektedir (Bozkırlioğlu, 2011, 180-181). Ayrıca, Türkiye’de akademisyenlerin ağırlıklı olarak kendi kurumundaki araştırmacılar ile işbirliğine gittiğini, kurumlar arası akademik ortaklık ve işbirliğinin oldukça zayıf olduğuna değinmiştir (Bozkırlioğlu, 2011, 174). Derviş de benzer bir sonuca vararak, 15 üniversitenin nanoteknoloji araştırma aktiviteleri üzerine 2000-2011 arası yapmış olduğu bibliyometrik analizde; araştırmacıların işbirliğine gönülsüz olduğu sonucuna varmıştır (Derviş, 2014, 113). Bu ilişkilerin ağırlıklı olarak kurumların kendi içinde gerçekleştiğini, kurumlar arası ilişkilerinde oldukça zayıf olduğu sonucuna varılmıştır.

Akademisyenler arasında ortak çalışma kültürünün gelişmemiş olması bu ilişki ve işbirliğinin kurulmasının önündeki en önemli engel olarak görülmektedir. Katılımcılar arasında bu eksikliğin ancak çok disiplinli eğitim sisteminin sağlanması, çok disiplinli araştırma projelerine sunulan destek miktarının artırılması ve yeni finansman imkânlarının geliştirilmesi ile sağlanabileceği görüşü hâkimdir. Bunun yanında proje pazarları ve San-Tez projeleri gibi aktivitelerin geliştirilmesi ile bu çalışmaların sayısının artabileceği vurgulanmıştır. Kurulan işbirliği sonucu ortaya çıkan çıktıların nanoteknoloji gibi yeni gelişen bir teknoloji açısından çok değerli olduğu belirtilerek, bazı durumlarda bu çıktıların hak sahipliği konusunda uzlaşma sağlanamadığı ve dolayısıyla bu durumların tarafların bu tür işbirliğine soğuk bakmasına ve güvensizliğe sebep olabileceği belirtilmiştir. Dolayısıyla fikri mülkiyet hakları korumasına dikkat çekilerek tarafların haklarının güvence altına alınmasıyla bu tür işbirliğinin artabileceği vurgulanmıştır.

Endüstri Bilgi Stoğunun Arttırılması

İlgili Endüstride Bilgi ve Teknoloji Birikimi

Mülakata katılan firma Ar-Ge personelleri tekstil endüstrisinde gerekli nanoteknoloji bilgi ve teknoloji birikiminin henüz sağlanmadığını düşünmektedir. Endüstrideki bilgi ve teknoloji açığının en önemli sebebi olarak eğitim sistemi gösterilmektedir. Mevcut eğitim sisteminin disiplinler arası eğitim konusunda eksik kalması, endüstrinin ihtiyaç duyduğu disiplinler arası çalışma yeteneğine sahip işgücünün karşılanamamasına neden olmaktadır. Dolaylı olarak bu durum firmaların yeni bilgi ve teknolojileri anlama ve kullanabilme noktasında geri kalmalarına da etki etmektedir.

Nanoteknoloji çalışmalarının henüz araştırma safhasında olması, altyapı yetersizliği, sanayinin dışa kapalı olması, paylaşma kültürünün oluşmaması, dış bilgiye ulaşabilme kabiliyetinin yeterli olmaması ve mesleki tekstil eğitiminin itibar kaybetmesi de endüstrinin nanoteknoloji faaliyetlerini geriden takip etmesine sebep olduğu düşünülmektedir. Bu sebeple disiplinler arası eğitim sistemi, ÜEİ kapsamında ortak projelerin geliştirilmesi, firmaların uluslararası proje, fuar, konferans gibi aktivitelere katılımı ve kümelenme faaliyetlerinin geliştirilmesi ile endüstrinin ihtiyaç duyduğu bilgi ve teknolojinin sağlanabileceği belirtilmiştir.

Firmalar Arası İşbirliği

Mülakat yapmış olduğumuz yedi firmanın altısı, ağırlıklı olarak ürün geliştirme, süreç geliştirme ve hammadde tedarigi amacıyla diğer firmalar ile işbirliğine gittiğini belirtmiştir. Katılımcılar eskiye göre firmaların günümüzde dışa daha açık olduğunu ve ortak proje geliştirmeye daha sıcak baktığını belirtmektedir. Fakat firmalar arasında kurulan bu ilişki ve işbirliğinin halen istenilen seviyede olmadığını da altı çizilmiştir. Firmaların mevcut bilgilerini muhafaza etmek amacıyla ilişki ve işbirliğinden kaçınmaları firmalar arası işbirliğinin önündeki en önemli engel olarak

görülmektedir. İşbirliğinin kurulamamasının bir diğer nedeni de hak sahipliği konusundadır. Ortaya çıkan değerli çıktıların hak sahipliği noktasında taraflar arasında uzlaşma sağlanamaması güvensizliğe yol açarak, firmalar arası ilişki ve işbirliğini sekteye uğratmaktadır. Bu sebeple hak sahipliği ve tarafların hakları işbirliği öncesi net olarak belirlenmesi ve korunması firmalar arası işbirliğinin gelişmesi açısından büyük önem arz etmektedir. Ayrıca işbirliği ve bilgi paylaşımının bir kültür olduğu üzerinde durularak, bunun ancak disiplinler arası eğitim sistemi ile sağlanabileceği belirtilmiştir. Son olarak, kümelenme faaliyetleri ile bu ilişki ve işbirliğinin daha etkin kurulabileceği de öneri olarak sunulmuştur.

Dış Bilgi ve Teknolojiden Faydalanma Yeteneği

Mülakata katılan firmaların ağırlıklı olarak satın alma, lisanslama, fuarlar ve danışmanlık yolları ile dış bilgiye ulaştıkları görülmektedir. Ayrıca endüstride firmaların dış bilgi ve teknolojilere erişebilme kabiliyetinin yeterli olmadığı konusunda fikir birliği olduğu görülmektedir. Bilgiye ulaşabilme kanalları noktasında bilgi eksikliği ve yabancı dil eksikliği katılımcılar tarafından firmaların dış bilgi ve teknolojiye erişmesinin önündeki en önemli eksiklikler olarak görülmektedir.

Nanoteknoloji bilgi ve teknolojisi henüz gelişim sürecinde olduğu için çok yenidir. Bunun farkında olan katılımcılar, firmaların gerekli olan bilgi ve teknolojiye ulaşılar dahi, bu bilgi ve teknolojinin anlaşılması ve kullanılması noktasında üniversitelere ihtiyaç duyulacağını özellikle vurgulamışlardır. Bu sebeple ÜEİ'nin de etkin bir biçimde işlemesi gerektiği belirtilmiştir. Firmaların yurt dışında gerçekleştirilen konferans, fuar gibi organizasyonlara katılmaları, öğrenci ve araştırmacılara nanoteknolojide gelişmiş ülkelerde staj ve eğitim imkânlarının sağlanması, firma Ar-Ge personellerinin akademik gelişimlerinin teşvik edilmesi ile dış bilgiye ulaşmanın yanında elde ettiği bilgiyi kullanabilme yeteneğini de geliştirebileceği belirtilmiştir. Çünkü yeni teknolojileri anlayabilen ve kullanabilen işgücü sayesinde firmaların da bu teknolojiyi kullanma beceresi gelişebilecektir. Bu noktada firmaların dış bilgiye ulaşabilmesinin kolaylaştırılması, bilgilendirilmesi ve teşvik edilmesi açısından devlet politikalarının da önemli rol oynadığı belirtilmiştir.

Bilgi ve Teknoloji Akışı

Risk Sermayesi

Mülakat katılımcıların hiçbirinin daha önce risk sermayesi tecrübesi yoktur ve risk sermayesi konusunda bilgilerinin sınırlı olduğu gözlemlenmiştir. Risk sermayesinin gelişiminin önündeki en önemli engeller, farkındalığının düşük olması, bilgi eksikliği ve fikri mülkiyet korumasının yetersiz olması gösterilmektedir. Bu sebeple hem akademi hem de endüstrinin bilgi ve farkındalığının arttırılmasına yönelik faaliyetlerin gerçekleştirilmesi risk sermayesinin gelişmesi açısından önemli görülmektedir. Ayrıca fikri mülkiyet korumasının zayıf olmasının tarafların bu tür ortaklıklara soğuk bakmasına sebep olduğu vurgulanmıştır.

Akademisyenler proje pazarlarının risk sermayesinin temelini oluşturabileceğini belirtmiş, dolayısıyla bu tür aktivitelerin sayısının arttırılması ile risk sermayesi örneklerinin de artabileceği üzerinde durmuştur. Teknopark, kuluçka merkezi gibi bilgi ve teknoloji transferinde aktif rol oynayan kurumların geliştirilerek, sermayedarların üniversitelere çekilmesinde önemli rol

oynayabileceği belirtilmiştir. Bunlara ek olarak firma katılımcıları, akademiye yönelik ticari oryantasyonun, akademisyenleri girişimci faaliyetlere yönelteceğinden dolayı risk sermayesinin gelişimine katkıda bulunabileceği ön görmektedir.

Araştırma Kurumlarına Yönelik Ticari Oryantasyon

Mülakata katılan on akademisyenden dokuzu kurumlarında ticari oryantasyon yapıldığını belirtmiştir. Kurumlarında ticari oryantasyon yapıldığını belirten dokuz akademisyen, aynı zamanda yapılan oryantasyonun yeterli olmadığını belirtmiştir. Temel eksiklikler üzerine görüşlerin ağırlıklı olarak iki unsur üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Birincisi, oryantasyon yapan birimlerin yetersizliği nedeniyle oryantasyonların etkin bir biçimde gerçekleşmemesi ve yetersiz olmasıdır. İkinci olarak ise akademisyenlerin girişimci faaliyetlere karşı ilgisizliğidir.

Elde etmiş olduğumuz bu sonuçlar, Erdil'in Türkiye nanoteknoloji araştırmacıları üzerine yapmış olduğu çalışma ile paralellik göstermektedir. Erdil nanoteknoloji araştırmacılarının girişimci faaliyetlerinin oldukça azınlıkta olduğunu göstermiştir. Çalışmasına katılan akademisyenlerin sadece %3,9'u firma kurma ya da ortak olma faaliyetlerinde bulunmuş, %5,3'ü ise firmalar ile ortak patent girişiminde yer almıştır. Ayrıca çalışması ticari olarak başarıya ulaşsa dahi firma kurmayı düşünen akademisyenlerin oranının %26,3 olduğunu belirtmiştir (Erdil, 2011, 36-51). Bozkırlioğlu ise nanoteknoloji faaliyetlerinde yer alan akademisyenlerin danışmanlık yolu faaliyetlerinde yer alanların oranının %9 olduğunu, firmalarla doğrudan ticarileştirme faaliyetlerinde bulunanların oranının da %7 olduğunu göstermiştir (Bozkırlioğlu, 2011, 230). Bu çalışmalarda da nanoteknoloji araştırmacılarında girişimcilik kültürünün henüz oluşturulmadığı vurgulanmıştır.

Oryantasyon faaliyetlerinin daha aktif gerçekleştirilebilmesi için akademisyenler, teknopark ve kuluçka merkezi gibi birimlerin üniversitelerde hayata geçirilmesi ile akademisyenlerin girişimci aktiviteler içinde daha fazla yer alabileceğini düşünmektedir. Bunun yanında akademisyenlerin fikirlerin ticarileştirilmesi noktasında oldukça bilgi eksikliği olduğu belirtilerek, girişimcilik ve ticarileştirme kanalları noktasında bilgilendirme yapılarak, farkındalığın artırılması ile bilginin akademiye endüstriye taşınmasının kolaylaşabileceği düşünülmektedir.

İşgücü Hareketliliği

Katılımcılar nanoteknolojide uzman işgücünün akademi ile endüstri arasındaki hareketliliğinin oldukça kısıtlı olduğunu vurgulamıştır. Akademisyenlere göre akademiye nanoteknoloji çalışmalarında yer alan araştırmacıların özel sektörde faaliyet göstermeye isteksiz olmaları, firmaların uzman işgücüne olan talebinin yetersiz olması ve tekstil eğitiminin son yıllarda itibar kaybetmesi sebebiyle nitelikli işgücünde kıtlıklar yaşanması bu hareketliliğin önündeki en önemli engellerdir. Firma katılımcılarına göre ise, farkındalığın sağlanamaması, bilgi eksikliği, firma yöneticilerinin akademisyenlere yönelik olumsuz görüşleri ve güven eksikliği bu hareketliliği aksatmaktadır.

Akademisyenler, endüstri ile akademinin bağlarının kuvvetlendirilmesini, uzman işgücü hareketliliğinin artırılması için birinci sıraya koydukları görülmüştür. Bu bağların güçlendirilmesinde, dönem stajları akademi ile endüstrinin birbirini tanıması noktasında bir alternatif olarak sunulmuştur. Ayrıca endüstrinin güncel bilgi talep ettiği belirtilerek, akademisyenlerin güncel ve yeni bilgilerle donatılması gerektiği belirtilmiştir. Bu noktada

akademisyenlerin geneline bir eleştiri yapılarak, gerekli donanıma sahip olmayan akademisyenlerin endüstri tarafından talep edilmeyeceği belirtilmektedir.

Firma Ar-Ge personellerine göre bu hareketliliğin arttırılmasında, ÜEİ geliştirilmesi, firma Ar-Ge personellerinin akademik gelişimine olanak sağlanması ve firma Ar-Ge merkezlerinin hayata geçirilmesinin etkili olabileceğini belirtmiştir. Ayrıca firma Ar-Ge personellerinin yüksek lisans ve doktora tezlerinin, firmanın projeleri kapsamında geliştirilmesinin hem firmanın sorunlarına çözüm üretebileceğini hem de üniversiteler ile ilişkilerin sağlamlaştırabileceğini vurgulamışlardır.

Üniversite Endüstri İşbirliği (ÜEİ)

On akademisyenden sadece dördü ÜEİ faaliyetleri içinde yer aldığını belirtmiştir. Bu dört akademisyeninde ağırlıklı olarak proje ve danışmanlıklar yolu ile bu ilişkilerini gerçekleştirmektedir. Bu açıdan, ele alındığında mülakata katılan tekstil endüstrisinde nanoteknoloji faaliyetlerinde bulunan akademisyenlerin endüstri ile ilişkilerinin çok sağlam olmadığı görülmüştür. Bu sonuç Erdil'in yapmış olduğu çalışma ile paralellik göstermektedir. Erdil'e göre çalışmaya katılan nanoteknoloji araştırmacılarının sadece %40'ı sanayi ile ilişki içerisinde olduğunu, %11'inin ise çok sıkı ilişkiler içinde olduğunu göstermiştir (Erdil, 2011, 49). Bozkırılıoğlu da benzer sonuçlara vararak, nanoteknoloji araştırmacılarının endüstri ile ilişkilerinin zayıf olduğunu belirtmiş ve üniversitelerde henüz işbirliği kültürünün oluşmadığına dikkat çekmiştir (Bozkırılıoğlu, 2011, 274-276). Akademisyenlerin aksine firmaların ÜEİ faaliyetlerinde daha aktif olduğu gözlemlenmiştir. Mülakata katılan yedi firmanın altısı üniversiteler ile işbirliğine gitmektedir. Ayrıca firmaların üniversiteler ile ağırlıklı olarak ortak proje, eğitim, seminer, stajyerlik ve danışmanlık gibi yollar ile işbirliği sağladığı görülmektedir.

Akademisyenlere göre, işbirliği kültürünün oluşmaması, ilgi ve bilgi eksikliği ile farkındalığın sağlanamaması bu işbirliğinin önündeki en önemli engellerdir. Firmalar ise tarafların fikir ve bilgi paylaşımında isteksiz olmaları, güvensizlik, üniversitelerin altyapı imkânlarının yeterli olmaması sebebiyle uygulamalı bilimlerde istenilen seviyede olamaması ve üniversite ile akademi arasında bağların sağlam olmamasını işbirliğinin önündeki en önemli engeller olarak görmektedir. Bu görüşe Bozkırılıoğlu da değinerek, nanoteknoloji alanında üniversitelerin ağırlıklı olarak temel araştırmalara yöneldiğini ve ticarileştirme faaliyetlerine sıcak bakmadıklarını belirtmiştir (Bozkırılıoğlu, 2011, 347).

Bu işbirliğinin geliştirilmesi noktasında, üniversite ile endüstri ortak proje desteklerinin arttırılarak tarafların bu işbirliğine teşvik edilebileceği ve yeni proje alanlarının geliştirilmesi ile yeni aktörlerin işbirliğine dâhil edilebileceği önerilerinde bulunulmuştur. Aynı zamanda önceki bölümlerde de üzerinde sıklıkla durulan, tarafların işbirliğine katılımının sağlanabilmesi için fikri mülkiyet haklarının korunması gerekliliği yinelenmiştir. Ülkemizde fikri mülkiyetin korunması noktasında açıklar olduğu belirtilerek, bu durumun güven ortamını zedeleyerek tarafların işbirliğine soğuk bakmalarına sebep olduğuna dikkat çekilmiştir.

Bilgi ve Teknolojinin Yayılmasında Devletin Rolü

Katılımcılar, bilgi akışının henüz yeterli düzeyde olmadığını, fakat son yıllarda devletin bilgi akışını hızlandırmak için gerçekleştirdiği girişimler sonucu bilgi akışının hızlandığını belirtmiştir. Ayrıca katılımcılar devletin uygulamış olduğu bu politika ve girişimleri “doğru politikalar” olarak tanımlayarak memnuniyetini dile getirmişlerdir.

Akademisyenler, endüstrinin bilgiye ulaşmada sorunlarına dikkat çekerek, endüstrinin bilgiye ulaşma kanalları konusunda bilgisinin az olduğunu belirtmektedir. Bu noktada endüstri ile akademiye buluşturacak ortak proje imkânlarının geliştirilmesi ve bu tür projelere finansman desteğinin artırılmasıyla akademi ile endüstri arasında bilgi akışının daha da hızlanabileceği belirtilmiştir. Firmalar ise bilgi akışının istenilen düzeyde olmamasını akademi ile endüstri arasında bağların güçlü olmamasına bağlamaktadır. Ayrıca yenilikçi ürünlerin üretilmesinden ticarileştirilmesine kadar birçok aşamasında bürokratik engeller olduğu belirtilerek, bu engellerin azaltılması ile bilgi akışının da hızlanabileceği belirtilmektedir. Fikri mülkiyet koruması üzerinde de durarak, fikir sahiplerinin haklarını koruyacak kurumların geliştirilmesi ile bilgi akışının daha etkin bir biçimde gerçekleşebileceği belirtilmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada; akademi bilgi stoğunun artırılması, endüstri bilgi stoğunun artırılması ve endüstri ile akademi arasında bilgi akışının sağlanması çerçevesinde şekillenen Nanoteknoloji İnovasyon Sistemi yaklaşımı, Türkiye tekstil endüstrisi üzerine uyarlanmıştır. Bu kapsamda nanoteknoloji faaliyetlerinde bulunan 10 akademisyen ve 7 firma Ar-Ge personeli ile derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilerek, mevcut durumun keşfi ve geliştirilmesi üzerine önerilerin getirilmesi amaçlanmıştır.

Nanoteknolojinin çok disiplinli yapısı gereği, eğitim ve bilim sisteminin çok disiplinli nitelik taşıması gerekmektedir. Fakat ülkemizde eğitim ve bilim sisteminin bu konuda istenilen seviyede olmaması ve endüstri ile ilişkilerinin zayıf olması nanoteknolojinin gelişimi açısından en önemli kısıt görünümündedir. Bu sebeple eğitim ve bilim sisteminin çok disiplinli eğitim verecek şekilde güncellenmesi gerekmektedir. Bunun yanında, üniversite araştırmacılarının nanoteknoloji projelerinin desteklenmesi ve teşvik edilmesi, yurtdışındaki araştırmacılar ve araştırma kurumları ile ilişkilerin kuvvetlendirilmesi, farklı disiplinlerdeki araştırmacılar ile ortak çalışmaların desteklenmesi, teşvik edilmesi ve fikri mülkiyetin korunması da akademideki nanoteknoloji bilgi stoğunu arttırıcı faktörler olarak görülmektedir.

Eğitim ve bilim sisteminin yeterli olmaması dolayısıyla, nanoteknolojiyi anlayabilecek ve kullanabilecek mezunların yetişmemesi, endüstriyi de nanoteknolojiyi öğrenme, kullanma, geliştirme ve bilgi birikimini sağlama konusunda geriye itmektedir. Firmaların dış bilgiye ulaşma kabiliyetlerinin de kısıtlı olması sebebiyle Türkiye tekstil endüstrisinde nanoteknoloji bilgi birikiminin henüz sağlanamadığı gözlemlenmektedir. Bunun yanında her ne kadar son yıllarda artış gösterse de, fikri mülkiyet korumasındaki açıklar ve güvensizlik sebebiyle firmaların, üniversiteler ve diğer firmalar ile işbirliğine çok istekli olmadığı gözlemlenmektedir. Bu sebeple, yeni projelerin geliştirilmesi ve bilginin paylaşılarak endüstri de yayılması sektöre uğramaktadır.

Bilginin endüstri ile akademi arasında yayılması noktasında son yıllarda kamu desteklerinin ve teşviklerinin artış gösterdiği fakat bu bilgi akışının henüz istenilen seviyede olmadığı

görülmektedir. Risk sermayesinin gelişmemiş olması, fikri mülkiyet korumasının yetersiz olması, akademik ticari oryantasyonun yeterli olmaması, akademi ve endüstri arasında işgücü hareketliliğinin katı olması ve üniversite sanayi işbirliğinin henüz istenilen seviyede olmaması bilgi akışkanlığını kısıtlayan faktörler olarak görünmektedir.

Sonuç olarak hem akademi hem de endüstri de nanoteknoloji bilgi stoğunun henüz sağlanamadığı ve akademi ile endüstri arasında bilgi akışının istenilen seviyede olmadığı görülmektedir. Tekstil endüstrisinde nanoteknolojinin gelişmesi, kullanılması ve ticarileştirilmesi için disiplinler arası eğitimin sağlanması, disiplinler arası proje imkân ve desteklerinin artırılması, yabancı kurumlar ile işbirliğinin artırılması, akademi ile endüstri arasında bağların kuvvetlendirilmesi, fikri mülkiyetin korunması ve farkındalığın artırılması gerekmektedir.

Bu çalışmada varılan sonuçlar, 10 akademisyen ve 7 firma Ar-Ge personeli ile yapılan mülakatlar sonucu elde edilmiştir. Bu çalışmanın birinci kısıtı olarak, NanoİS kapsamında sorulması gereken oldukça fazla soru olması, mülakat sürecinin zahmetli ve zaman alması sebebiyle örneklem büyüklüğünün sınırlı olması gösterilebilir. Şüphesiz ki, katılımcı sayısını arttırarak ve katılımı daha geniş alanda sağlayarak çok daha ayrıntılı sonuçlara ve yeni önerilere ulaşılabilir. İkinci olarak, nanoteknoloji çok disiplinli bir teknoloji olduğundan dolayı farklı endüstrilerde, hatta aynı endüstrinin farklı bölümlerinde inovasyon süreçleri ve aktörleri değişebilmektedir. Literatürde nanoteknoloji inovasyon süreçlerini inceleyen ve bu çalışmada olduğu şekilde ayrıntılı bir biçimde Türkiye üzerine sektörel çalışmaya rastlanmadığı için herhangi bir karşılaştırmaya gidilememiştir. Bu sebeple, bu çalışma nanoteknoloji gelişim ve inovasyon süreçlerini sektörel olarak inceleyen birincil kaynaklardan biri konumundadır. Şüphesiz ki, bu tarz çalışmaların gelecekte artması ile inovasyon süreçleri çok daha ayrıntılı analiz edilebilecek, diğer endüstrilerdeki ve hatta aynı endüstrilerin inovasyon süreçlerinin karşılaştırmasına olanak verebilecektir.

Kaynakça

- Bartholomew, S. (1997). National systems of biotechnology innovation: complex interdependence in the global system. *Journal of International Business Studies*, 241-266.
- Bonaccorsi, A. (2008). Search regimes and the industrial dynamics of science. *Minerva*, 46(3), 285-315. doi:10.1007/s11024-008-9101-3
- Bozkırlıoğlu, B. B. (2011). *Who Interacts with Whom? Individual and Organizational Aspects of University-Industry Relations in Nanotechnology: The Turkish Case*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), ODTÜ/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Brettel, M. & Clevin, N. J. (2011). Innovation culture, collaboration with external partners and npd performance. *Creativity and Innovation Management*, 20(4), 253-272. doi:10.1111/j.1467-8691.2011.00617.x
- Castells, M. (2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür (Ağ Toplumunun Yükselişi)*. E. Kılıç (Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Cesaroni, F. & Abbate, T. (2014). Market Orientation and Academic Spin-off Firms. *INDEM*.

- Chesbrough, H. W. (2006). The era of open innovation. *Managing innovation and change*, 127(3), 34-41.
- Dahlman, C. (2007). Technology, globalization, and international competitiveness: Challenges for developing countries. United Nations, Department of Economic and Social Affairs (Ed.), *Industrial Development for the 21st Century: Sustainable Development* içinde (s. 29-84). New York: United Nations.
- Darvish, H. & Tonta, Y. (2016). Diffusion of nanotechnology knowledge in Turkey and its network structure. *Scientometrics*, 107(2), 569-592. doi:10.1007/s11192-016-1854-0
- Day, G. S. & Schoemaker, P. J. (2000). Avoiding the pitfalls of emerging technologies. *California management review*, 42(2), 8-33.
- Derviş, H. (2014). *Assessing the Diffusion of Nanotechnology in Turkey: A Social Network Analysis Approach*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Hacettepe Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Edler, J., Fier, H. & Grimpe, C. (2011). International scientist mobility and the locus of knowledge and technology transfer. *Research Policy*, 40(6), 791-805. doi:10.1016/j.respol.2011.03.003
- Erdil, E. (2011). *Nanoteknoloji Alanında Uluslararası Düzeye Erişebilme Yolunda Üniversite-Sanayi İlişkilerinin İncelenmesi*. Retrieved from TÜBİTAK.
- Feng, H. I., Chen, C. S., Wang, C. H. & Chiang, H. C. (2012). The role of intellectual capital and university technology transfer offices in university-based technology transfer. *The Service Industries Journal*, 32(6), 899-917. doi:10.1080/02642069.2010.545883
- Fontana, R., Geuna, A. & Matt, M. (2006). Factors affecting university–industry R&D projects: The importance of searching, screening and signalling. *Research Policy*, 35(2), 309-323. doi:10.1016/j.respol.2005.12.001
- Gans, J. S., Hsu, D. H. & Stern, S. (2000). When does start-up innovation spur the gale of creative destruction? *National Bureau of Economic Research*.
- Gaponenko, N. (2007). Building balanced and adoptive sectoral innovation system in nanotechnology to accelerate scientific & technological breakthroughs and improve human conditions. *The Millennium Project, Washington*.
- Gulati, R., Nohria, N. & Zaheer, A. (2000). Strategic networks. *Strategic Management Journal*, 203-215.
- Hsu, D. H. (2006). Venture capitalists and cooperative start-up commercialization strategy. *Management Science*, 52(2), 204-219.

- Islam, N. & Miyazaki, K. (2009a). NanoSI: exploring nanotechnology research conflation and nano-innovation dynamism in the case of Japan. *Science and Public Policy*, 36(3), 170-182. doi:10.3152/030234209x427112
- Islam, N. & Miyazaki, K. (2009b). Nanotechnology innovation system: Understanding hidden dynamics of nanoscience fusion trajectories. *Technological Forecasting and Social Change*, 76(1), 128-140. doi:10.1016/j.techfore.2008.03.021
- Islam, N. & Ozcan, S. (2013). Nanotechnology Innovation System: An empirical analysis of the emerging actors and collaborative networks. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 60(4), 687-703. doi:10.1109/tem.2013.2265352
- İşeri, M. (2001). *Risk Sermayesi ve Türkiye'deki Geleceği*. İstanbul: Türkmen.
- Kaiser, R. & Prange, H. (2004). The reconfiguration of National Innovation Systems—the example of German biotechnology. *Research Policy*, 33(3), 395-408. doi:10.1016/j.respol.2003.09.001
- Kang, K. H. & Kang, J. (2009). How do firms source external knowledge for innovation? Analysing effects of different knowledge sourcing methods. *International Journal of Innovation Management*, 13(01), 1-17.
- Kim, J. & Marschke, G. (2005). Labor mobility of scientists, technological diffusion, and the firm's patenting decision. *RAND Journal of Economics*, 298-317.
- Lee, S. & Bozeman, B. (2016). The impact of research collaboration on scientific productivity. *Social Studies of Science*, 35(5), 673-702. doi:10.1177/0306312705052359
- Lester, R. (2005). Universities, innovation, and the competitiveness of local economies. *A Summary Report from the Local Innovation Systems Project - Phase I. Massachusetts Institute of Technology, Industrial Performance Center, Working Paper Series*.
- Lundvall, B. Å. (2005). National innovation systems—analytical concept and development tool. *Dynamics of Industry and Innovation: Organizations, Networks and Systems*, 95-119.
- Martin, B. R., Hicks, D. & Salter, A. (1996). *The relationship between publicly funded basic research and economic performance: A SPRU review*. UK: Science Policy Research Unit, University of Sussex.
- Mehta, A., Herron, P., Motoyama, Y., Appelbaum, R. & Lenoir, T. (2012). Globalization and de-globalization in nanotechnology research: The role of China. *Scientometrics*, 93(2), 439-458. doi:10.1007/s11192-012-0687-8
- Montobbio, F. & Sterzi, V. (2013). The globalization of technology in emerging markets: A gravity model on the determinants of international patent collaborations. *World Development*, 44, 281-299. doi:10.1016/j.worlddev.2012.11.017

- Nieto, M. J. & Santamaría, L. (2007). The importance of diverse collaborative networks for the novelty of product innovation. *Technovation*, 27(6), 367-377.
- OECD. (1998). Technology, productivity and job creation: Best policy practices.
- OECD. (2009). Opportunities and risks of nanotechnologies.
- Oh, D., Kim, Y. & Ahn, H. (2010). An analysis of international cooperation in the public research and development programs of Korea. *Asian Journal of Technology Innovation*, 18(2), 43-67. doi:10.1080/19761597.2010.9668692
- Patel, P. & Pavitt, K. (1991). Large firms in the production of the world's technology: an important case of "non-globalisation". *Journal of International Business Studies*, 1-21.
- Rasmussen, B. (2007). Is the commercialisation of nanotechnology different? A case study approach. *Innovation*, 9(1), 62-78.
- Remoe, S. & Guinet, J. (2002). *Dynamising national innovation systems*. OECD Publishing.
- Renn, O. & Roco, M. C. (2006). Nanotechnology and the need for risk governance. *Journal of Nanoparticle Research*, 8(2), 153-191.
- Roco, M. C. (2005). The emergence and policy implications of converging new technologies integrated from the nanoscale. *Journal of Nanoparticle Research*, 7(2-3), 129-143. doi:10.1007/s11051-005-3733-0
- Rotolo, D., Hicks, D. & Martin, B. R. (2015). What is an emerging technology? *Research Policy*, 44(10), 1827-1843. doi:10.1016/j.respol.2015.06.006
- Shan, W. & Hamilton, W. (1991). Country-specific advantage and international cooperation. *Strategic Management Journal*, 12(6), 419-432.
- Shapira, P., Youtie, J. & Kay, L. (2011). National innovation systems and the globalization of nanotechnology innovation. *The Journal of Technology Transfer*, 36(6), 587-604. doi:10.1007/s10961-011-9212-0
- Steensma, H. K. & Lyles, M. A. (2000). Explaining IJV survival in a transitional economy through social exchange and knowledge-based perspectives. *Strategic Management Journal*, 21(8), 831-851. doi:10.1002/1097-0266(200008)21:8<831::aid-smj123>3.0.co;2-h
- Wang, C.-H. & Chien, P.-Y. (2013). Exploring the nanotechnology alliances of nanotechnology firms: The roles of network position and technological uncertainty. *Science, Technology and Society*, 18(2), 139-164. doi:10.1177/0971721813489430
- Wang, J. (2007). *Resource Spillover from Academia to High-tech Industry: Evidence from New Nanotechnology-Based Firms in the US*. Georgia Institute of Technology.

- Williams, A. M., Baláž, V. & Wallace, C. (2004). International labour mobility and uneven regional development in Europe: Human capital, knowledge and entrepreneurship. *European Urban and Regional Studies*, 11(1), 27-46.
- Wullweber, J. (2015). Innovation Policies and the Competition State: The Case of Nanotechnology. Kees van der Pijl (Ed.), *Handbook of the International Political Economy of Production* içinde (s. 43-58). Edward Elgar Publishing.
- Zucker, L. G., Darby, M. R. & Armstrong, J. S. (2002a). Commercializing knowledge: University science, knowledge capture, and firm performance in biotechnology. *Management Science*, 48(1), 138-153.
- Zucker, L. G., Darby, M. R., Furner, J., Liu, R. C. & Ma, H. (2007). Minerva unbound: Knowledge stocks, knowledge flows and new knowledge production. *Research Policy*, 36(6), 850-863.
- Zucker, L. G., Darby, M. R. & Torero, M. (2002b). Labor mobility from academe to commerce. *Journal of Labor Economics*, 20(3), 629-660.
- <http://www.nano.gov/nanotech-101/what/nano-size> (Erişim Tarihi: 18.07.2017)
- https://www.nsf.gov/news/news_summ.jsp?cntn_id=100602 (Erişim Tarihi: 04.01.2018)
- <http://statnano.com> (Erişim Tarihi: 05.05.2017)
- <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=192> (Erişim Tarihi: 24.07.2017)
- <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=399> (Erişim Tarihi: 07.10.2016)



Foreign Exchange Intervention and Exchange Rate Volatility: Evidence from Turkey

Döviz Kuru Müdahaleleri ve Kur Oynaklığı: Türkiye Örneği

Dr. Öğr. Üyesi Oğuz Tümtürk¹

Başvuru Tarihi: 19.03.2018

Kabul Tarihi: 13.03.2019

Abstract

This paper investigates the effects of foreign exchange intervention by the Central Bank of the Republic of Turkey on the behavior of exchange rates during the float period starting with 2001 crisis. Even though the bank is apparently quite willing to intervene the foreign exchange market during the float period, the results suggest that intervention policies are completely ineffective. More specifically, the purchases operations do not have any statistically significant impact on the exchange rate returns and volatility while the central bank intervention sales exert an incorrectly signed effect on the levels of exchange rates and tend to raise volatility of exchange rates returns. Hence, the bank should avoid intervening foreign currency markets. Additionally, the tightening monetary policy in the form of rising the short run interest rates is effective for positive exchange rates returns; but not for dampening the volatility.

Keywords: Foreign exchange intervention, Exchange Rate Volatility, Volatility Asymmetry, EGARCH Modelling

Öz

Bu çalışmanın amacı, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası'nın yapmış olduğu döviz müdahalelerinin etkilerini 2001 krizi sonrası dalgalı kur sisteminin uygulandığı dönem içinde analiz etmektir. Banka söz konusu dönem boyunca döviz piyasasına müdahale etmekte istekli davranmakla birlikte, döviz müdahaleleri kur üzerinde arzu edilen etkiyi göstermemiştir. Daha açık bir şekilde belirtmek gerekirse, alım operasyonları ile döviz kurunun değişimi ve oynaklığı arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunamamışken; merkez bankası satış operasyonları ise TL'nin hem değer kaybının hem de oynaklığının artmasına neden olmuştur. Bu yüzden banka döviz piyasasına müdahalelerden kaçınmalıdır. Buna ek olarak, kısa dönem faiz oranlarının arttırılması sureti ile uygulanacak daraltıcı para politikası ise beklendiği şekilde TL'nin değer kazanmasına yol açmakta ancak oynaklığı ise arttırmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Döviz müdahaleleri, Döviz Kuru Oynaklığı, Volatilite Asimetrisi, EGARCH Modellemesi

¹ Ordu Üniversitesi Ünye İİBF, oguz.tumturk@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1935-0858

Introduction

There has been a long-standing debate over the effectiveness of the central bank intervention. One of the most provocative questions on the international economics is the whether the central bank interventions have any impacts on the level of exchange rate and its volatility. The studies regarding the foreign exchange intervention operations have found mixed results. Some studies argue that central bank interventions do not have any effect on the level of exchange rate; however, it might raise the volatility of exchange rate. Others claim that central bank interventions not only influence the level of the exchange rate but also smooth its volatility. A last group of studies, on the other hand, find evidences that central bank interventions have no effects both on the level and volatility. As mentioned by Sarno and Taylor (2001), the studies after the 1990s are largely supportive of the effectiveness of intervention and give more weight than the studies of the 1980s, which largely rejects the effectiveness of intervention. Hence, there has been an increasing support in favor of the intervention policies of the central banks in recent years. As suggested by Kim, Kortian and Sheen (2001), the central banks can influence the exchange rate process in two ways. The first one includes central bank interventions by reversing or smoothing its movement; therefore, it is associated with effects of intervention on the conditional mean of the changes of the exchange rate, and commonly described as “leaning against the wind”. The second one, on the other hand, involves calming a disturbed market, and it is associated with changes in the conditional variance of the disturbance term.

Table 1. Foreign Exchange Intervention Data (Million US Dollar)

Years	Total Amount of Buying Auctions	Daily Frequency of Buying Auctions	Total Amount of Selling Auctions	Daily Frequency of Selling Auctions	Total Amount of Direct Foreign Purchases	Daily Frequency of Direct Foreign Purchases	Total Amount of Direct Foreign Sales	Daily Frequency of Direct Foreign (Sales)
2002	654	27	0	0	16	1	12	2
2003	5652	117	0	0	4229	6	0	0
2004	4687	70	0	0	1283	1	9	1
2005	7442	242	0	0	14565	6	0	0
2006	4295	121	1000	2	5441	1	2105	3
2007	10822	241	0	0	0	0	0	0
2008	7584	194	100	2	0	0	0	0
2009	4314	97	900	18	0	0	0	0
2010	14865	238	0	0	0	0	0	0
2011	6450	140	11210	79	0	0	2390	2
2012	0	0	1450	15	0	0	1006	3
2013	0	0	17610	125	0	0	0	0
2014	0	0	9879	249	0	0	3151	1
2015	0	0	12366	250	0	0	0	0
2016	0	0	3400	83	0	0	0	0
2017	0	0	0	0	0	0	0	0
2018	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	66765	1487	57915	823	25534	15	8673	12

Note: The data cover the period of April 2, 2002 and February 6, 2018.

Exchange rate regime in Turkey is determined and conducted by the Central Bank of the Republic of Turkey (CBRT) together with the government; however, the CBRT is responsible for conducting interventions on the exchange rate. Following the 2001 economic crisis, Turkey started floating exchange rate against the US dollar, and exchange rates are determined by the supply and demand conditions in the foreign exchange market. In the floating exchange rate regime, the CBRT does not set any nominal or real exchange rate target; however, it takes measures to stop undervaluation and overvaluation of Turkish Lira (TL) for the purpose of reducing risks on the financial stability. Table 1 reports the summary of CBRT's foreign exchange interventions including buying and selling auctions and direct foreign exchange transactions over the period of 2002 and 2018. As shown in Table 1, the maximum total amount of buying auctions and direct purchases is observed in 2010 and 2005, respectively while the maximum total amount of selling auctions and direct sales is observed in 2013 and 2014, respectively.

This paper investigates the effects of foreign exchange intervention by the CBRT on the behavior of exchange rates: both the conditional mean and variance of exchange rate returns. To put it another way, the main aim of this paper is to answer the following question "can intervention operations of the CBRT influence the level and volatility of the exchange rate during the float period in Turkey?". Exchange rate level and volatility of the rate are analyzed by using Nelson's (1991) EGARCH model to deal with the commonly confronted features of financial times series such as volatility clustering and volatility asymmetry.

This paper is organized as follows: Section 2 summarizes some theoretical explanations of the intervention effectiveness. Section 3 surveys the empirical literature on the intervention operations while section 4 presents data. Section 5 develops a framework for the EGARCH model to estimate the effectiveness of the CBRT intervention operations. Finally, last section concludes.

Central Bank Intervention and Theoretical Explanations for Intervention Effectiveness

There are number of potential channels that a central bank's purchases and sales transactions may have effect on the exchange rates. The first one is known as "portfolio balance channel". In the literature, the portfolio balance channel is analyzed within the framework of a portfolio balance model of exchange rate determination and assumes that foreign and domestic assets are imperfect substitutes². Portfolio balance channel involves sterilized foreign exchange intervention; hence, monetary base remains constant³. However, sterilized intervention leads investors to rebalance their portfolios by altering the supplies foreign and domestic assets. For example, a decrease in the supply of TL-denominated assets in the hands of the investors relative to the supply of dollar-denominated assets requires an increase in the relative price of TL-denominated assets. Therefore, sterilized intervention generates some changes in exchange rate through the portfolio balance channel.

² Portfolio balance model of exchange rate determination simply states that investors take their portfolio decisions among the assets of various countries based on their relative expected returns.

³ A sterilized intervention is the purchase or sale of foreign currency by a central bank to influence the exchange value of the domestic currency. A sterilized intervention does not change the monetary base and involves successive two transactions: the sale or purchase of foreign currency, and an open market operation of the same size to sterilize the effect of the sale or purchase of foreign currency. On the other hand, if the purchase or the sale of the foreign currency is not followed by an open market operation, then it is called "unsterilized intervention". Unsterilized intervention, therefore, alters the monetary base in the economy.

The second one is “monetary channel”. Monetary channel, on the other hand, involves unsterilized foreign exchange intervention. That is, a central bank aims to increase or decrease monetary base by purchasing or selling foreign currency. Monetary channel directly affects exchange rates right after a monetary authority changes the amount of currency via foreign currency sales and purchases. According to the monetary channel, domestic and foreign assets are considered as “perfect substitutes”; hence, there is not any connection between bond supplies (or portfolio compositions) and exchange rate changes as claimed by portfolio channel.

The last one is called “signaling effect” of the intervention. Both monetary channel and portfolio balance channel have direct effect driving exchange rates. As stated by Edison (1993) “*Both approaches admit intervention to affect the exchange rate indirectly by providing information about the views and intentions of the monetary authorities and thus influencing the expectations of exchange-market participants. This indirect influence is described as the signaling channel*” (p.4). Portfolio balance channel is usually criticized by the argument that sterilized interventions have no direct effect on exchange rate. However, the sterilized intervention can still affect the spot rates through a signaling channel if it causes private agents to change their exchange-rate expectations; this is true even if domestic and foreign bonds are perfect substitutes⁴. As suggested by Sarno and Taylor (2001), signaling channel simply assumes that the monetary authorities have superior information to other market participants and they are willing to reveal this information through their actions in the foreign exchange market. If official intervention is expected to be operational through the signaling channel, there is an incentive for the authorities to declare clearly their policy intentions⁵.

Literature

There have been a large number of studies in the exchange rate literature investigating the effectiveness of central bank interventions. The objective of this section is to present the reviews of the related literature.

Dominguez and Frankel (1993) analyze the effectiveness of central bank interventions conducted by the FED and Bundesbank for the years between 1982 and 1988 through the portfolio channel. They find a statistically significant effect of FED and Bundesbank intervention on exchange rates during the sample period. Their results reveal that the general view in the early 1980’s, that intervention policy is mostly not effective is no longer supported by the data. Dominguez (1998) investigates the impacts of foreign exchange intervention by the U.S., German, and Japan central banks on the behavior of exchange rates by using GARCH(1,1) over the 1977-1994 period. The results indicate that the interventions, particularly secret intervention operations which are those undertaken by central banks without public notification,

⁴ More detailed discussion can be found in Edison (1993).

⁵ However, there are many examples that monetary authorities often maintain secrecy of intervention operations. For example, Reserve Bank of Australia (RBA) began to release daily data late 1990s. Therefore, there are a large number of studies in the literature studying the secret intervention operations and effects on exchange rates such as Dominguez (1998), Beine and Leicourt (2004), Gnabo and Leicourt (2008). More detailed discussion of the reasons of secrecy of interventions can be found in Kim et al. (2000).

generally increase volatility of exchange rates except for the period mid-1980s. Baillie and Osterberg (1997) investigate the motivations of buying and selling foreign currency and its effectiveness by the central banks of the U.S. and Germany. They describe the exchange rate returns as a Martingale- GARCH process and find no strong evidence that interventions have significant impact on the conditional mean of exchange rate returns. They also reveal that intervention is associated with slight increases in the volatility of exchange rates returns.

Kim et al. (2000) examine the key characteristics of foreign exchange intervention by the Reserve Bank of Australia for the period 1983–1997. They use EGARCH model and find contemporaneous positive correlation between the direction of intervention and the conditional mean and variance of exchange rate returns. They also conclude that large interventions have a stabilizing impact in the foreign exchange market in terms of direction and volatility. Beine, Bénéassy-Quéré and Lecourt (2002) explore the impacts of official interventions on the short run evolution and volatility of the Deutsche mark/US dollar and the Japanese yen/US dollar exchange rates by the FIGARCH model. They find that central bank interventions exert an incorrectly signed effect on the levels of exchange rates and tend to raise volatility of exchange rate in the short run. They also conclude that FIGARCH model outperforms the traditionally used GARCH model.

Beine (2004) investigates the effects of central bank interventions focusing 1991-2001 period using multivariate GARCH model time varying conditional variances. His study provides evidence that interventions in foreign exchange markets tend to influence the conditional correlation between the major exchange rates, the Japanese yen and the Euro against the US dollar. The results also indicate that central bank interventions tend to increase the volatility of exchange rates and explain a significant amount of the covariance between the major currencies. Frenkel, Pierdzioch and Stadtmann (2005) study the empirical link between the intervention of the Bank of Japan (BOJ) and exchange rate volatility based on the financial press reports of BOJ interventions since official BOJ daily intervention is not available to the public. They find a positive link between the BOJ interventions and volatility of the Japanese yen/US dollar exchange rate. Kearns and Rigobon (2005) analyze whether foreign exchange interventions are effective for daily data from Australia and Japan and reveal that the impact of central bank interventions is economically and statistically significant to stabilize the exchange rates. For example, they conclude that a 100 million U.S. dollar purchase appreciates the Australian dollar by 1.3–1.8% but the yen by just 0.2%.

Dominguez (2006) investigates dollar interventions by the G3 governments (the U.S., Japan and Germany) since 1989. Using intra-daily and daily exchange rate and intervention data, Dominguez aims to analyze the influence of interventions on exchange rate volatility, and finds little evidence that interventions increase longer-term volatility. Fatum (2008) analyzes the effects of official, daily Bank of Canada (BOC) intervention in the Canadian Dollar/US dollar exchange rate over the 1995–1998 period. Using an event study methodology and different criteria for effectiveness, the study does not reveal any significant effects of BOC intervention in terms of dampening volatility. Fatum also shows that BOC intervention appears moderately effective in moving the Canadian dollar/US dollar exchange rate over a

number of days following the intervention events. Utsunomiya (2013) analyses the effect of intervention frequency on the yen/dollar market from April 1991 to December 2005 by using nonlinear methodology. The study estimates the effectiveness of intervention and its frequency using the double threshold GARCH model and concludes that high frequency intervention stabilizes the exchange rate volatility especially when the yen appreciates.

Even though there are a large number of studies in the international literature regarding the effectiveness of central bank interventions, there are relatively few studies exploring the foreign exchange interventions in the case of Turkey. Tuna (2011) investigates the effectiveness of CBRT intervention on the conditional volatility and the direction of exchange rate returns in Turkey during the float period by using EGARCH framework over the period of 2001 and 2005. Tuna finds little evidence in favor of the effectiveness of intervention operations and indicates that foreign exchange (FX) selling auctions increase the volatility of exchange rate. Tunay (2008) analyzes the effects of Turkish Central Bank's interventions over currency rate volatility between 1999 and 2008 by using ARFIMA-GARCH and ARFIMA-FIGARCH models. He finds that CBRT interventions raise the exchange rate volatility and CBRT should avoid intervening currency markets in Turkey. Cicek (2014) examines the effects of the CBRT's foreign exchange interventions via auctions on the level and volatility of the TL/US dollar exchange rate between 2009 and 2014 by using EGARCH Model. The results reveal that interventions have no significant impact on the level of the exchange rate, and the impact of the presence of the CBRT on the exchange rate volatility is not statistically significant; however, intervention volume significantly raises exchange rate volatility. Moreover, there is no significant evidence of presence of asymmetric volatility and leverage effect. Akinci, Culha, Ozlale and Sahinbeyoglu (2006) investigate the effectiveness of foreign exchange interventions for the Turkish economy conducted by the CBRT after the 2001 crisis period by time varying-parameter model. They conclude that the purchase interventions in the second half of 2003 are relatively more effective; therefore, the CBRT should not hesitate to intervene in the market in the form of large purchases. Gok, Ozturk and Ozkul (2014) study the effects of CBRT foreign exchange interventions on US dollar/TL exchange rate level and volatility over the period of 2001 and 2015. They present the evidence that intervention operations generate a positive pressure on exchange rate level; additionally, the amount and frequency of intervention operations have reverse effects on the exchange rate level and partially contribute to stability of exchange rates.

Data

The US dollar/TL exchange rate data (S_t) over the period April 2002 to February 2018 (see Fig. 1) are obtained from the CBRT Electronic Data Delivery System (EDDS). The sample consists of 3994 daily observations. The exchange rate is defined as the US dollar price of one unit of TL; therefore, an increase in exchange rate represents the appreciation of TL against US dollar. The exchange rate return series are calculated as the difference in natural logarithms between successive daily quotations for the exchange rates multiplied by 100 ($\Delta S_t = 100 \times \log(S_t/S_{t-1})$). Both the overnight interest rate and the CBRT foreign

exchange intervention data for Turkey are obtained from CBRT while the overnight interest rates data (FED Funds rate) for the U.S are obtained from the Federal Reserve (FRED)⁶.

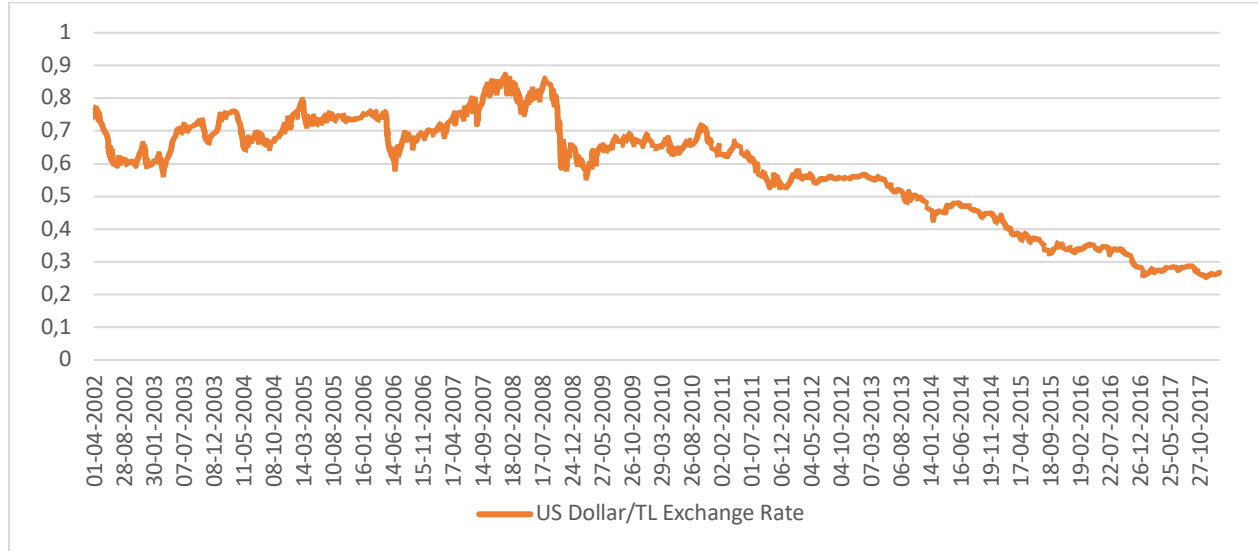


Figure 1. Daily US Dollar/TL Exchange Rate: April 2002- February 2018

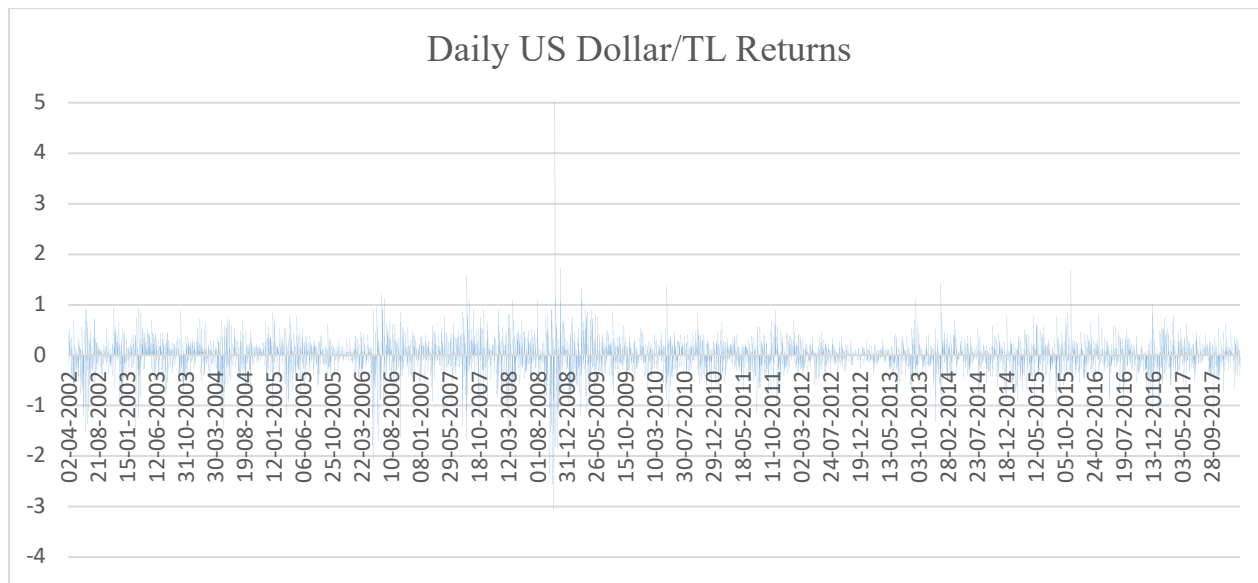


Figure 2. Daily US Dollar /TL Returns: April 2002- February 2018

⁶ CBRT intervention data includes the foreign exchange buying/selling auctions and direct foreign exchange purchases and sales.

Modelling Exchange Rate Volatility

Financial Time Series and GARCH Models

One of the most common observed characteristics of financial time series is the continuously changing volatility of the series through time. Engle (1982) proposed ARCH models by the aim of estimating the time-dependent volatility as a function of observed past volatility. Later, Bollerslev (1986) introduced GARCH model by generalizing the ARCH model to include lagged values of the conditional variance. Following the Bollerslev's pioneering work, many studies investigating the exchange rate volatility have employed the simplest order of GARCH(1,1) model. GARCH models implicitly assume that positive (good news) and negative unanticipated shocks (bad news) have same impact on the conditional variance of the disturbance term or volatility of exchange rates. This is known as "volatility symmetry".

Table 2. Descriptive Statistics on Daily Exchange Rate (US Dollar/TL) Returns

Mean	-0.0112
Max	5.18
Min	-3.06
Skewness	-0.194
Kurtosis	18.689
Shapiro-Wilk W Test for normality (test stat.(P-Value))	0.915(0.000)
ARCH-LM(1) Test (test stat.(P-Value))	54.87 (0.000)

Table 3. Unit Root Characteristics of the Data

Variables	ADF Test Stat. [%5 Critical Values ^a]	Phillips-Perron Test Stat. [%5 Critical Values]
ΔS_t		
Trend and Constant	-35.051 [-3.410]	-50.636 [-1.950]
Constant	-35.065 [-2.860]	-50.682 [-2.860]
None	-35.083 [-1.950]	-50.669 [-3.410]
SPREAD		
Trend and Constant	-4.554 [-3.410]	-4.605 [-3.410]
Constant	-3.175 [-2.860]	-3.894 [-2.860]
None	-4.088 [-1.950]	-4.269 [-1.950]
VOLBUY		
Trend and Constant	-29.822 [-3.410]	-47.460 [-3.410]
Trend	-29.267 [-2.860]	-47.120 [-2.860]
None	-28.170 [-2.860]	-46.354 [-1.950]
VOLSELL		
Trend and Constant	-7.659 [-3.410]	-44.513 [-3.410]
Constant	-7.563 [-2.860]	-44.069 [-2.860]
None	-7.192 [-1.950]	-43.244 [-1.950]

Note: ^a The optimal lag length for the ADF Test is determined by using the Schwarz (1978) Information Criterion (SBIC). Selected lag length is one for ΔS_t , SPREAD and VOLBUY while it is three for VOLSELL. The number of Newey-West lags to use in calculating the standard errors in Phillips-Perron Test are eight and computed by Bartlett kernel.

Table 2 summarizes the descriptive summary statistics for the return series and reveals some preliminary findings roughly during the whole sample period. The return series exhibit the usual features of GARCH models such as excess kurtosis and negative skewness⁷. While Shapiro-Wilk W test (1965) for normality reveals that returns series are not normally distributed. Moreover, I fit a constant-only model by OLS and investigate the ARCH effects of returns series by using Engle's (1982) Lagrange multiplier test (ARCH-LM Test). The test result reports that the null hypothesis of no ARCH(1) effect is rejected at five percent significance level and the errors are autoregressive conditional heteroskedastic. Finally, as stated by Westerfield (1977) and Hsieh (1988), leptokurtic daily exchange rate returns suggest the volatility clustering (see Fig. 2) which represents the fact that large changes are tend to be followed by large changes and small changes are tend to be followed by a small changes⁸. All these preliminary results suggest that the US dollar/TL exchange rate returns are forecastable by GARCH models. Finally, as seen in Table 3, the conventional unit root test results reveal that one can reject the null of a unit root at five percent significance level. Phillips-Perron (1988) test is also conducted in addition to the Augmented Dickey Fuller (1979) test to employ Newey-West (1987) standard errors to account for serial correlation.

Volatility Asymmetry and EGARCH Model

A general GARCH specification implies a symmetric effect of an unanticipated shocks. That is, a positive or negative unanticipated shock (ε_t^2) makes no difference to the conditional variance (σ_t^2) in the succeeding periods; however, only the magnitude of the shocks makes difference. On the other hand, positive and negative shocks might have different weights on conditional volatility of exchange rates⁹. Since "volatility asymmetry" implies that positive and negative shocks in return series have asymmetric effect on exchange rate volatility, I employ the Nelson's (1991) EGARCH model to capture the possible asymmetric effect by the inclusion of negative shocks or standardized residuals into the conditional variance equation. The model in this paper is EGARCH(1,1) with Student's t-distribution for the standardized residuals as shown below with conditional mean equation of the change of the exchange rate (1) and conditional variance equation (2)¹⁰:

$$\Delta s_t = \alpha_c + \alpha_{volb}VOLBUY + \alpha_{volb}VOLSELL + \alpha_{spread}SPREAD + \alpha_{hol}DHOL + \varepsilon_t \quad (1)$$

$$\varepsilon_t = z_t \sigma_t \sim t(\mathbf{0}, \sigma_t^2, \rho), \quad z_t \sim N(\mathbf{0}, \mathbf{1})$$

⁷ Excess kurtosis implies that tails are fatter than normal distribution. Distributions with kurtosis greater than 3 are said to be "leptokurtic". A leptokurtic distribution has tails that asymptotically approach zero more slowly than a normal distribution, and therefore produces more outliers than the normal distribution. Negative skewness implies that there are more extreme measurements in the left tail of the distribution than right tail.

⁸ The term of "volatility clustering" is first mentioned by Mandelbrot (1963).

⁹ For example, Black (1976) and Nelson (1991) state that a large unanticipated negative shock in the market is more likely to lead to higher volatility than a large positive shock for risk-averse investors. This is also known as "negative leverage effect".

¹⁰ The first-order generalized ARCH model or GARCH is the most commonly used specification for the conditional variance in empirical work and is typically written GARCH(1, 1). For example, Bollerslev (1986), Hsieh (1989) and Bailie and Bollerslev (1989), Dominguez (1998) stated that GARCH(1,1) is the most appropriate model for daily exchange rate data.

$$\ln(\sigma_t^2) = \beta_c + \beta_1 z_{t-1} + \beta_2 \ln(\sigma_{t-1}^2) + \beta_3 \left(|z_{t-1}| - \sqrt{\frac{2}{\pi}} \right) + \beta_{volb} VOLBUY + \beta_{vols} VOLSELL + \beta_{spread} SPREAD + \beta_{hol} DHOL \quad (2)$$

where $\Delta S_t = 100 \times \log(S_t/S_{t-1})$ is the nominal exchange rate returns and calculated as the difference in natural logarithms of the successive daily rates; VOLBUY denotes the daily amount of the CBRT purchases; VOLSELL denotes the daily amount of the CBRT sales¹¹. These two variables measure whether the presence of the CBRT in the foreign exchange market can explain the exchange rate returns and volatility on the day of intervention. SPREAD is the difference between Turkey and the U.S. overnight interest rates and includes the possible impact of the monetary policy conducted by the CBRT on the exchange rate process. DHOL is a (1,0) holiday dummy variable that is equal to one on the day following the market being closed for any reason¹². Exogenous variables included in the both conditional mean and variance equations given above are exchange rate intervention variables (VOLBUY and VOLSELL), spread and holiday dummy variables. ε_t is the disturbance term and σ_t^2 is the time-dependent conditional variance of the disturbance term. The conditional distribution of disturbance term is Student's t with variance σ_t^2 and degrees of freedom ρ . z_t is, on the other hand, standardized residuals and distributed standard normal.

In the conditional variance equation, β_1 parameter is known as “leverage or volatility asymmetry parameter” and represents the asymmetry effect of positive and negative shocks on the volatility. Negative asymmetry term implies that a large unanticipated negative shock in the market leads to higher volatility than a large positive shock of the same size. Similarly, positive asymmetry term implies that positive shock has a greater impact on volatility rather than the negative shocks of the same magnitude. β_2 parameter measures the “GARCH effect” and stands for the persistence of the past conditional volatility explaining current volatility. When β_2 is relatively large, then the effect of the past volatility on the current volatility requires relatively long time to vanish. β_3 , on the other hand, is the “size effect” and measures the impact of a magnitude of a shock on the current volatility no matter what an unanticipated shock is positive or negative.

The choice of the conditional distribution of the disturbance term plays an crucial role when estimating the EGARCH(1,1) model specified above. In finance literature, the GARCH Family models are mostly estimated by the assumption that the disturbance term, ε_t , followed a Gaussian (normal) distribution: $\varepsilon_t \sim N(0, \sigma_t^2)$. However, Mandelbrot (1963), Bollerslev (1986), Baillie and Bollerslev (1989), Hsieh (1989), Diebold and Nerlove (1989) stated that the distribution of the return series tends to be leptokurtic; that is, positive or negative extreme returns (outliers) appears more frequent than ones if the returns were distributed normal. Therefore, one needs to employ different distributions possessing fatter tails than normal distribution to model the leptokurtic return data. For example, the t distribution has heavier tail

¹¹ VOLBUY includes both the CBRT buying auctions and direct foreign exchange purchases while VOLSELL includes the CBRT selling auctions and direct foreign exchange sales.

¹² The daily dummy that takes the value of “one” for day i and zero otherwise is also included the model; however, it is excluded from the model since either the model convergence is not achieved or the coefficients are statistically insignificant.

than normal distribution and converges to the normal distribution as the degree of freedom goes infinity. Similarly, Generalized Error Distribution (GED) has also fatter tails than the normal distribution with the shape parameter less than two. Even though EGARCH model with Gaussian distribution can easily involve the volatility clustering feature of the financial time series data, it is still not sufficient enough to model the return data which have leptokurtic distribution. Hence, Student's t distribution is employed to estimate the EGARCH model in this study¹³.

Results

Table 4. Daily Exchange Rate EGARCH Model: Conditional Mean and Variance Equations

Conditional Mean: $\Delta s_t = \alpha_c + \alpha_{volb}VOLBUY + \alpha_{vols}VOLSELL + \alpha_{spread}SPREAD + \alpha_{hol}DHOL + \varepsilon_t$			
		Coefficient	P-Value
	α_c	-0.0129	0.101
	α_{volb}	-1.6E-5	0.741
	α_{vols}	-2.1E-4*	0.007
	α_{spread}	0.0010**	0.021
	α_{hol}	0.0275**	0.011
Conditional Variance: $\ln(\sigma_t^2) = \beta_c + \beta_1 z_{t-1} + \beta_2 \ln(\sigma_{t-1}^2) + \beta_3 \left(z_{t-1} - \sqrt{\frac{2}{\pi}} \right) + \beta_{volb}VOLBUY + \beta_{vols}VOLSELL + \beta_{spread}SPREAD + \beta_{hol}DHOL$			
		Coefficient	P-Value
	β_c	-0.090	0.537
	β_1	-0.095*	0.001
	β_2	0.976*	0.000
	β_3	0.411*	0.000
	β_{volb}	2.4E-4	0.184
	β_{vols}	5.8E-4**	0.015
	β_{spread}	0.0034*	0.004
	β_{hol}	-0.194*	0.004
Diagnostics for Standardized Residuals, z_t			
Q(m)	m=10	13.0952	0.2184
	m=15	17.3513	0.2983
	m=20	24.7649	0.2106
Q²(m)	m=10	15.1128	0.1280
	m=15	19.3084	0.2001
	m=20	27.8028	0.1142
Ln L	-987.49		
ARCH-LM (1)Test		1.682	0.1946
ρ		4.289*	0.000
v	16		

Note: ***, Significance at 10%; **, significance at 5%; *, significance at 1%. Q(m) and Q²(m) are the Box-Pierce Q-statistic of white noise for the linear and squared standardized residuals.

¹³ The model is also estimated by using GED distribution; however, the convergence is not achieved during the maximization of log-likelihood process. One of the main drawbacks of the ARCH-GARCH Models in practice is the difficulty of maximizing log-likelihoods. Hence, Student's t distribution is used in this study.

Conditional Mean

VOLBUY and VOLSELL variables measure the impact of the CBRT's interventions on the exchange rate returns. The expected sign of the CBRT purchases on volatility is negative indicating that an increase in purchases lead to a depreciation of the TL (negative return) on the day of the purchase. Similarly, the expected sign of the CBRT sales is positive which represents the fact that an increase in sales lead to an appreciation of the TL (positive return) on the day of the sales. The sign of the interest rate differences or spread is expected to be positive; as spread increases, the foreign funds tend to flow toward the home country (Turkey) indicating that exchange rate increases or TL appreciates against the US dollar. Finally, there is not theoretically justified expected sign of holiday dummy variable on exchange rate returns.

The estimation results are reported in Table 4 and reveal that the CBRT's foreign exchange purchase operations have no statistically significant impact on the day of intervention. Similarly, the foreign exchange sales have a negative but statistically significant impact suggesting that the coefficient does not confirm the a priori expectation as mentioned above. The negative sign of the α_{vol} indicates a depreciation of the TL in response to a sale of the US dollar. That is, a sale of 1 billion US dollar leads to a 0.21% depreciation of the TL. This unexpected negative sign can be explained by "leaning against the wind effect" (see Baillie and Osterberg(1971), Tosini (1977), Edison (1993), Carlson and Kim (1994), Sarno and Taylor (2001)). That is, while the equilibrium price of the exchange rate is falling excessively (depreciation of TL), the CBRT attempts to reverse declining trend of exchange rate by selling foreign exchange. However, negative sign implies that the exchange rates do not follow the intention of CBRT's operations and keep continue to fall¹⁴. The most interesting finding of conditional mean equation of the return is the statistically significant positive sign of the spread term, α_{spread} . The positive sign of α_{spread} suggests an appreciation of TL against US dollar as expected a priori. If TL depreciates deeply, then the CBRT can trigger the interest rate policy and change the declining trend of the exchange rate to reduce the risks on financial stability. Finally, the holiday dummy variable has a significant positive sign suggesting an appreciation of the TL on the day following the market being closed for any reason. These evidences obtained from the conditional mean equation reveal two key outcomes. First, the CBRT interventions do not make any impact as what is actually intended by the CBRT in practice; conversely, the CBRT sales increase the negative returns and slightly accelerate depreciation of TL. Second, overnight interest rates clearly perform very well to drive exchanges rates as CBRT demands. The positive and significant coefficient of SPREAD confirms the a priori expectation in contrast to intervention variable VOLSELL. This result clearly points out that if the CBRT aims to get positive exchange rate returns, it should use interest rate policy rather than for intervening foreign currency markets.

¹⁴ The reason of exchange rates not pursuing the CBRT's intervention attempts may be the credibility problem of the bank during the sample period. For example, Tuna (2011) stated that this unexpected sign may be arising due to the inadequate credibility of the CBRT or market inefficiency.

Conditional Variance

The negative significant signs on the exogenous variables in the conditional variance equation represent a decline in the conditional volatility in response to a corresponding variable while the positive significant signs on the exogenous variables indicate a rise in the market volatility. The effects of intervention on the conditional volatility are shown in Table 4. The CBRT normally expects that reported interventions should reduce the exchange rate volatility during the periods when the bank announces its aim to calm markets. The results in Table 4, on the other hand, does not confirm the a priori expectation regarding the lower volatility. First, VOLBUY variable is statistically insignificant. Second, VOLSSELL variable is statistically significant but positive indicating that the CBRT intervention sales slightly elevate exchange rate volatility. This might be viewed as a failure of the CBRT in its intervention objective to reduce volatility and involvement of CBRT in the market clearly adds to volatility¹⁵. Similarly, β_{spread} is also positive and statistically significant inferring that a rise in the interest rate spread slightly increases the volatility of exchange rates. This also might be considered as a failure of the CBRT in its managing interest rate policy to reduce volatility. However, the negative and strongly significant holiday dummy variable reveals lower volatility on the day following the market being closed for any reason possibly due to information accumulation over the weekends and holidays. Negative and highly significant β_1 coefficient demonstrates the negative leverage effect; a large negative shock or unanticipated exchange rate decrease in the market is lead to higher volatility than a large positive shock or unanticipated exchange rate increase. Positive and relatively large β_2 parameter implies that the impact of past conditional volatility on current volatility is highly persistent. Finally, β_3 parameter is also statistically significant.

Several regression diagnostics are presented at the bottom of the Table 4: $\ln L$ represents the value of the log-likelihood function, and v denotes the number of iterations that were needed to achieve model's log-likelihood convergence. The highly significant and relatively small degree of freedom parameter ρ indicates that disturbances are not normally distributed. Additionally, $Q(m)$ and $Q^2(m)$ are the Box-Pierce Q-statistic to test of white noise with various lags for the standardized residuals and the squared standardized residuals, respectively. The results reveal that both standardized and squared standardized residuals obtained from EGARCH modelling of data are free from autocorrelation. Finally, ARCH-LM (1) test shows that one cannot reject the null hypothesis of no ARCH(1) effects in the standardized residuals. All diagnostic tests provide support for the EGARCH model with Student's t distribution and the data appear to fit the model very well.

Concluding Remarks

This paper investigates the effectiveness of the CBRT's operations during the float period, from 2002 to 2018. The results described in the previous section indicate that foreign exchange intervention policy does not have any success to drive the exchange rate returns as desired by the CBRT. The CBRT sales on a day tends to weaken currency. To put it more clearly, while the equilibrium price of the exchange rate is falling excessively, the CBRT efforts to reverse declining trend of exchange rate by selling foreign

¹⁵ Also, Dominguez (1998), Baillie and Osterberg (1997), Kim et al. (2000), Beine et al. (2002) present evidence that central bank interventions significantly raised volatility of exchange rates despite the expected market calming effect of the interventions. Similarly, Tuna (2011) concludes that the CBRT's selling auctions significantly raises the volatility of exchange rates contradicting the its announcement.

exchange is not followed by the agents and exchange rate still declines. Additionally, the CBRT purchases operations do not have any statistically significant impact on the exchange rate returns. A rise in overnight interest rates, on the other hand, increases the exchange rate. That is, the CBRT can reverse the declining trend of the exchange rate by increasing short run interest rates relative to the FED funds rate. This result indicates that if the CBRT aims to increase exchange rates, the bank should use interest rate policy rather than for intervening foreign currency markets.

The evidence presented in this paper indicates that intervention policy does not stabilize the volatility; while the CBRT sales on a day tended to raise volatility, the CBRT purchases do not have any statistically significant impact on the volatility. This result might be viewed as a failure of the CBRT in its intervention objective to reduce volatility of exchange rates. One of the more surprising results in the paper is that even though a rise in overnight spread relative to the FED's fund rate have success to reverse declining trend of exchange rates, it also slightly increases the volatility of exchange rates. This also might be considered as a failure of the CBRT in its managing interest rate policy to reduce volatility. In general, even though the CBRT is apparently quite willing to intervene the foreign exchange market during the float period, the results point out that CBRT's foreign exchange intervention policies are completely ineffective. However, the CBRT's monetary policy in the form of elevating the short run interest rates is functional for positive exchange rates returns; but not for reducing the volatility.

References

- Akinci, Ö., Çulha, O. Y., Özlale, Ü., & Şahinbeyoğlu, G. (2006). The effectiveness of foreign exchange interventions under a floating exchange rate regime for the Turkish economy: A post-crisis period analysis. *Applied Economics*, 38(12), 1371-1388.
- Baillie, R.T. & Bollerslev, T. (1989). The message in daily exchange rates: A conditional-variance tale. *Journal of Business & Economic Statistics*, 7(3), 297-305.
- Baillie, R. T. & Osterberg, W. (1997). Why do central banks intervene? *Journal of International Money and Finance*, 16(6), 909-19.
- Beine, M., Bénassy-Quéré, A., & Lecourt, C. (2002). Central bank intervention and foreign exchange rates: New evidence from FIGARCH estimations. *Journal of International Money and Finance*, 21(1), 115-144.
- Beine, M. & Lecourt C. (2004). Reported and secret interventions in the foreign exchange markets. *Finance Research Letters*, 1(4), 215-225.
- Beine, M. (2014). Conditional covariances and direct central bank interventions in the foreign exchange markets. *Journal of Banking & Finance*, 28, 1385-1411.

- Black, F. (1976). Studies of Stock Price Volatility Changes. Proceedings of the American Statistical Association. *Business and Economics Statistics*, 177-181.
- Bollerslev, T. (1986). Generalized autoregressive conditional heteroscedasticity. *Journal of Econometrics*, 31, 307-32.
- Carlson, J. A. & Kim, I. (1994). Leaning against the wind: Do central banks necessarily lose? *Purdue CIBER Working Papers, Paper 86*.
- Çiçek, M. (2014). An evidence for ineffectiveness of central bank foreign exchange interventions from Turkey. *Journal of Applied Finance & Banking*, 4(4), 39-54.
- Dickey, D. A. & Fuller, W. A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of the American Statistical Association*, 74, 427-431.
- Diebold, F. & Nerlove, M. (1989). The dynamics of exchange rate volatility: A multivariate latent factor of ARCH model. *Journal of Applied Econometrics*, 4(1),1-21.
- Dominguez, K. M. & Frankel, J. A. (1993). Does foreign exchange intervention matter? The portfolio effect. *American Economic Review*, 83(5), 1356-1369.
- Dominguez, K. M. (1998). Central bank intervention and exchange rate volatility. *Journal of International Money and Finance*, 17(1), 161-190.
- Dominguez, K. M. E. (2006). When do central bank interventions influence intra-daily and longer-term exchange rate movements? *Journal of International Money and Finance*, 25(7), 1051-1071.
- Edison, H. J. (1993). *The Effectiveness of Central Bank Intervention: A Survey of the Literature After 1982*. Special Papers in International Economics, No: 18. Department of Economics, Princeton University.
- Engle, R. F. (1982). Autoregressive conditional heteroscedasticity with estimates of the variance of United Kingdom inflation. *Econometrica*, 50(4), 987-1007.
- Fatum, R. (2008). Daily effects of foreign exchange intervention: Evidence from Official Bank of Canada data. *Journal of International Money and Finance*, 27(3), 438-454.
- Frenkel, M., Pierdzioch, C., & Stadtmann, G. (2005). The Effects of Japanese foreign exchange market interventions on the Yen/U.S. dollar exchange rate volatility. *International Review of Economics & Finance*, 14(1), 27-39.
- Gnabo, J. & Lecourt, C. (2008). Foreign exchange intervention policy: With or without transparency? The case of Japan. *Economie Internationale*, 113(1), 5-34.

- Gök, İ. Y., Özkul, G., & Öztürk, E. (2016). Merkez Bankası müdahalelerinin döviz kurları üzerine etkileri: Türkiye üzerine ampirik bir araştırma. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 15(8), 359-384.
- Hsieh, D. A. (1988). The statistical properties of daily foreign exchange rates: 1974-1983. *Journal of International Economics*, 24(1-2), 129-145.
- Hsieh, D. A. (1989). Modeling heteroscedasticity in daily exchange rates. *Journal of Business and Economic Statistics*, 7(3), 307-317.
- Kearns, J. & Rigobon, R. (2005). Identifying the efficacy of Central Bank interventions: Evidence from Australia and Japan. *Journal of International Economics*, 66(1), 31-48.
- Kim, S. J., Kortian, T. & Sheen, J. (2000). Central Bank intervention and exchange rate volatility- Australian evidence. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 10 (2000), 381-405
- Mandelbrot, B. B. (1963). The variation of certain speculative prices. *Journal of Business*, 36(4), 394-419.
- Nelson, D. B. (1991). Conditional heteroscedasticity in asset returns: A New Approach. *Econometrica*, 59(2), 347-370.
- Newey, W. K. & West, K. D. (1987). A simple, positive semi-definite, heteroscedasticity and autocorrelation consistent covariance matrix. *Econometrica* 55(3), 703-708.
- Phillips, P. C. B. & Perron, P. (1988). Testing for a unit root in time series regression. *Biometrika*, 75(2), 335-346.
- Sarno, L. & Taylor, M. P. (2001). Official intervention in the foreign exchange market: Is it effective and, if so, how does it work? *Journal of Economic Literature*, XXXIX, 839-68.
- Schwarz, G. E. (1978). Estimating the dimension of a model. *Annals of Statistics*, 6(2), 461-464.
- Shapiro, S. S. & Wilk, M. B. (1965). An analysis of variance test for normality (complete samples). *Biometrika*, 52(3/4), 591-61.
- Tosini, P. A. (1977). *Leaning Against the Wind: A Standard for Managed Floating*. Essays in International Finance, No: 126. New Jersey: Princeton University.
- Tuna, G. (2011). The effectiveness of central bank intervention: Evidence from Turkey. *Applied Economics*, 43(14), 1801-1815.
- Tunay, K. B. (2008). Türkiye’de Merkez Bankası müdahalelerinin döviz kurlarının oynaklığına etkileri. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, 2(2), 77-111.
- Utsunomiya, T. (2013). A new approach to the effect of intervention frequency on the foreign exchange market: Evidence from Japan. *Applied Economics*, 45(26), 3742-3759.

Westerfield, J. (1977). An examination of foreign exchange risk under fixed and floating rate regimes.
Journal of International Economics, 7(2), 181-200.



Neoklasik İktisat: Anaakım mı, Ortodoks mu?

Neoclassical Economics: Is it Mainstream or Orthodox?

Dr. Öğr. Üyesi Hüsnü Bilir¹

Başvuru Tarihi: 28.03.2018

Kabul Tarihi: 13.03.2019

Öz

İktisat literatüründe neoklasik iktisadı tanımlamak üzere 'ortodoks', 'anaakım', 'geleneksel', 'dominant', 'modern', 'geçerli' veya 'standart' gibi kavramlar kullanılmaktadır. Ancak kullanılan bu kavramlar farklı anlamlara sahiptir. Kaldı ki bu sıfatların aynı anlamda kullanıldığını kabul etsek bile, iktisat disiplini evrilen bir yapıya sahiptir. Bu bağlamda 'ortodoks' ve 'anaakım' gibi kavramlar da zaman içinde değişikliğe uğramaktadır. Dolayısıyla örneğin bugün anaakım olan bir düşünce okulu veya yaklaşım gelecek dönemde anaakım dışında kalabilmekte veya bugün anaakım olmayan bir düşünce okulu gelecek dönemde anaakıma dâhil olabilmektedir. Aynı şekilde disiplinin ortodoksisi de zaman içerisinde değişebilmektedir. Bu çalışmanın amacı, neoklasik iktisadın günümüzde iktisat disiplinine hâkim olan yaklaşım olduğu noktasından hareketle, neoklasik iktisadın disiplinin ortodoksisini temsil ettiğinin, ancak anaakım iktisadın Neoklasik İktisattan ibaret olmadığını ve anaakımın Neoklasik İktisat dışında başka yaklaşım ve düşünce okullarını da barındırdığının altını çizmektir.

Anahtar Kelimeler: Neoklasik İktisat, Anaakım İktisat, Ortodoks İktisat

Abstract

There are such concepts used to define neoclassical economics as 'orthodox', 'mainstream', 'conventional', 'dominant', 'modern', 'prevalent' or 'standard' in economic literature. But these concepts have different meanings. Yet if we accept that these concepts have the same meaning, the discipline of economics evolves. In this regard such concepts as 'orthodox' and 'mainstream' may change in time. So for example some school of thought which is a part of mainstream may fall outside of mainstream in future or vice versa. Similarly the orthodoxy of the discipline may change eventually. The aim of this paper, from the point of view that neoclassical economics is dominant approach in economics discipline nowadays, to emphasize that neoclassical economics represents the orthodoxy of economics discipline, but mainstream doesn't consist of only neoclassical economics and includes other approaches and schools of thought along with neoclassical economics.

Keywords: Neoclassical Economics, Mainstream Economics, Orthodox Economics

¹ Aksaray Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, husnubilir@aksaray.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9602-8267

Giriş

İktisadi düşüncenin en önemli veçhelerinden birisi terminolojinin sınıflandırılması ve bu terminolojiye tanımsal bir içerik sağlanmasıdır. Bu bakımdan sınıflandırma oldukça önemli ve kullanışlıdır, ancak bu sınıflandırma sırasında hangi varsayımların yapıldığı, hangi standartların seçildiği ve bu sınıflandırmayı yaratan güdülerin ne olduğu gibi sorular ön plana çıkmaktadır.

Bir tanımlama ve sınıflandırma yapılırken temel amaç kuşkusuz tanımlanmaya çalışılan kavram ve yaklaşımın temel özelliklerini ifade etmek ve/veya bu kavram ve yaklaşımların ayırt edici niteliklerini vurgulamaktır, ancak bu amaca her zaman ulaşılammamaktadır. Bu durumun iktisat literatüründeki en belirgin örneklerinden biri, neoklasik iktisadın tanımlanması meselesidir. Günümüzde neoklasik iktisat olarak nitelendirilen düşünce okulunu ifade etmek üzere 'ortodoks', 'anaakım', 'geleneksel', 'dominant', 'modern', 'geçerli' veya 'standart' gibi kavramlar kullanılmaktadır. Ancak kullanılan bu kavramlar farklı çağrışımlara -hatta 'geleneksel' ve 'modern' örneğinde olduğu gibi zıt anlamlara- sahiplerdir ve bu durum bir kavram karmaşasına yol açmaktadır. Bu çerçevede literatürde 'anaakım iktisat' ve 'ortodoks iktisat' terimlerinin genellikle eş-anımlı olarak kullanıldığı (bkz. Williamson, 2000; Lawson, 2006) ve bazı çalışmaların neoklasik iktisadı anaakım ile özdeşleştirirken, bazı çalışmaların ise neoklasik iktisadı ortodoks olarak nitelendirdiği görülmektedir. Örneğin Varoufakis'e (2012) göre neoklasik iktisadın metodolojik bireycilik, metodolojik araçsalcılık ve metodolojik denge şeklindeki meta-aksiyomları, anaakım iktisadı tasvir eden genel uygulamalardır. Benzer şekilde Lavoie (2006) ve Lee de (2011) anaakım iktisat ile neoklasik iktisadın hemen hemen aynı anlama geldiğini belirtmektedir. Diğer yandan Colander vd. (2004), Davis (2008) ve Dequech'e (2007) göre ise neoklasik iktisat günümüzde iktisat disiplininin ortodoksisini temsil etmektedir.

Literatürde anaakım iktisat ile ortodoks iktisat aynı anlamda kullanılsa da, bu iki kavram farklı içeriklere sahiptir. Buna rağmen literatürde bu terimlerin eş-anımlı olarak kullanılmasının sebebi, anaakım iktisat ve ortodoks iktisat gibi kavramların açık bir şekilde tanımlanmamasıdır. Bu çalışmanın amacı da neoklasik iktisat, anaakım iktisat ve ortodoks iktisat tanımlarını ele almak ve neoklasik iktisadın nitelendirilmesi konusundaki kafa karışıklığına ışık tutmaktır. Bu çerçevede, çalışmanın ikinci kısmında neoklasik iktisadın bir tanımı yapılarak, genel hatları kısaca özetlenecektir. Üçüncü kısımda ise, anaakım ve ortodoks iktisat kavramları ve bu kavramlar arasındaki ilişki ele alınacak ve neoklasik iktisadın hem disiplininin 'ortodoksi'sini temsil ettiği, hem de 'anaakım iktisat'ın bir parçası olduğu ifade edilecektir.

Anaakım İktisat ve Ortodoks İktisat Terimleri

Anaakım iktisat, her şeyden önce, entelektüel ve sosyolojik veçheleri olan bir terimdir. Entelektüel tanım, iktisatçıların benimsedikleri veya benimsemedikleri teorik kavramlar ve/veya yöntemler üzerine inşa edilirken, sosyolojik tanım toplumsal grupların ve iletişim ağlarının üyesi olmak üzerine temellenmektedir. Entelektüel tanımlara bakıldığında, anaakım iktisadı, örneğin Colander'ın (2000) 'ad hoc modelleme', Lawson'ın (1997) 'tümdegelimci', Weintraub'un (1985) ise, genel denge teorisi ilkeleri anlamında 'birleşik bir yapı' olarak tanımladığı görülmektedir. Tüm anaakım iktisatçıların paylaştığı temel varsayımların,

maksimize edici davranış, sabit tercihler, denge ve tam bilgi olduğunu belirten Backhouse'a (2000) göre ise, anaakımın ayırt edici özelliği model geliştirmeye dayanmasıdır. Benzer şekilde, Colander vd. (2004) ve Lawson da (2006) matematiksel formalizasyon vurgusunu anaakım iktisadın ayırt edici özelliği olarak nitelendirmektedirler². Rothbard'a (1997) göre ise anaakım iktisadı bir arada tutan şey, reel dünyaya ilişkin belli varsayımlar değildir, daha ziyade pozitivist metodolojiye olan bağlılıktır.

Ancak anaakım iktisadı bu şekilde belli müşterek özellikler üzerinden tanımlamak bazı sakıncalar doğurabilmektedir. İlk olarak, tüm anaakım iktisadı tanımlayacak müşterek kavram ve/veya yöntemler bulmak son derece güçtür. Örneğin anaakımın müşterek özelliklerinden birisi olarak nitelendirilen matematiksel formalizasyon vurgusu bazı heterodoks yaklaşımlar veya düşünürler tarafından da paylaşılmaktadır. Matematiksel formalizasyona vurgu yapan heterodoks iktisatçılar da bulunduğu için, bu özellik anaakım iktisadın birleştirici bir özelliği olmasına rağmen, anaakım iktisadı heterodoks iktisattan ayırt etme konusunda yetersiz kalabilmektedir³. Örneğin Backhouse ve Bateman (2011) Keynes'in çalışmalarında matematiğin önemli bir role sahip olduğunu belirtirken, Davis de (2009) Sraffacı iktisadın ve analitik Marksistlerin de matematiğin önemini vurguladıklarını ifade etmektedir. Bununla birlikte, anaakımın bir diğer müşterek özelliği olarak kabul edilen metodolojik bireycilik varsayımının da bazı heterodoks yaklaşımlar tarafından benimsendiği söylenebilir. Granovetter'in de (1992, s. 4) belirttiği gibi, psikolojik revizyonizm görüşünü benimseyen davranışsal iktisadın bu görüşü başarıya ulaştırmıştır, zira anaakım iktisatçıların iktisadi eyleyenlerin atomist bir şekilde ele almalarına olanak sağlamıştır⁴.

İkinci olarak, anaakımı entelektüel açıdan tanımlamak, belli bir dönemin anaakımını tanımlamak anlamına gelmektedir. Halbuki anaakım sürekli değişen bir yapıya sahiptir. Örneğin neoklasik iktisat terimini ilk kullanan düşünür olan Veblen, bu terimi o dönemin anaakımını tanımlamak üzere kullanmamıştır, zira o dönemin anaakımı -bilhassa ABD'de- kurumsal iktisattı. Ancak kurumsal iktisadın günümüzde o dönemki etkisini yitirdiği ve anaakım iktisadın dışında kaldığı söylenebilir.

Bu nedenle anaakımı entelektüel değil sosyolojik açıdan tanımlamak daha uygun olacaktır. Zira sosyolojik tanımlar, anaakımı bir kavram ve/veya yöntem üzerinden değil, bir topluluk ve bu topluluğun iletişim ağları bağlamında ele almaktadır. Bu bakımdan sosyolojik tanımlar, Mearman'ın (2012, s. 415) belirttiği gibi, grup üyeliklerine, kültür topluluklarına, iletişim ağlarına ve bu gruplarla alakalı gücün konumuna ve uygulanmasına odaklanmaktadır. Örneğin anaakım iktisadın büyük ölçüde sosyolojik açıdan tanımlanan bir kategori olduğunu belirten Colander vd.'ne (2004, s. 490) göre anaakım "belli bir zamanda önde gelen akademik kurumlarda, organizasyonlarda ve dergilerde, bilhassa lisansüstü araştırma kurumlarında

² Lawson'a (2006, s. 488-489) göre "matematikselleşme eğilimi", yalnızca 1990 sonrası dönemin değil "son elli yılın veya daha fazlasının anaakım projesinin esas ayırt edici özelliğidir." Lawson burada matematiksel iktisatçıların her yere uyguladıkları "formalist-tümdengelimci çerçeve"yi kast etmekte ve anaakım iktisadı "belirli matematiksel (tümdengelimci) yöntem biçimlerine duyulan güven" ve "belirli matematiksel tümdengelimci muhakeme biçimlerine duyulan güven" üzerinden tanımlamaktadır.

³ Dequech (2007, s. 290) bu noktada, matematiksel modeller inşa etmeyen ancak önemli bir saygınlığa ve etkiye sahip iki iktisatçının matematiksel formalizasyon konusunda istisna teşkil ettiklerini vurgulamaktadır: Nobel ödüllü iktisatçılar Ronald Coase ve Douglass North.

⁴ Dequech (2007, s. 292) bu noktada yine North'un yanı sıra, Knight ve Grief'in çalışmalarını istisna olarak ele almaktadır. Backhouse'a (2004, s. 267) göre ise, Stiglitz geleneksel formel aletler kullanarak piyasa-karşıtı argümanlar geliştirmiştir; bu bakımdan Stiglitz anaakım gözükmesine rağmen bir bakıma da anaakım değildir.

hâkim konumda olan bireylerin benimsediği görüşlerden; anaakım iktisat ise, mesleğin elitleri tarafından kabul edilebilir bulunan fikirlerden meydana gelmektedir.^{5.}”

Bu tanım doğrultusunda, anaakım iktisadın bir parçası olmak için elitler grubunun bir üyesi olmaya gerek yoktur, elitlerin fikirlerini paylaşmak yeterlidir. Ancak bizzat mesleğin elitleri de bu tanım içerisine dâhil edilebilir, bu durumda anaakım iktisadın kapsamı genişleyecektir. Dequech de (2007, s. 281), bu noktadan hareketle, anaakım iktisadı daha geniş bir çerçevede ele almakta ve anaakım iktisadı “en saygın üniversitelerde ve yüksekokullarda öğretilen, en saygın dergilerde yayımlanan, en önemli araştırma vakıfları tarafından desteklenen ve en saygın ödülleri kazanan” iktisat olarak tanımlamaktadır^{6.} Diğer bir ifadeyle, Dequech’e (1999, s. 422) göre anaakım iktisat “öğretildiği üniversitelerin ve yayımlandığı dergilerin saygınlığıyla desteklenen bir bilgi türü” olarak ele alınabilir.

Dolayısıyla Dequech (2007) anaakım iktisadı saygınlık ve etki temelinde sosyolojik açıdan tanımlamaktadır ve bu tanım, saygın üniversitelerde ve yüksekokullarda öğretilen fikirleri ve bu fikirlerin diğer, daha az saygın yerlerdeki destekçilerini de kapsamaması anlamında Colander vd.’nin (2004) tanımına göre daha kapsayıcıdır^{7.} Bu bağlamda yeni fikirlerin kabul edilebilir olup olmadığını anaakım içerisindeki ‘elitler’ belirlemektedir, ancak burada kast edilen kişilerin kendisi değil, bu bireylerin ‘benimsediği görüşler’dir. Diğer bir ifadeyle –hem Colander vd.’nin, hem de Dequech’in tanımları doğrultusunda- anaakımın seyrini belirleyen unsur, hâkim konumdaki elitlerin fikirleridir. Bizzat hâkim konumda olan elitler üzerinden değil de, onların fikirleri üzerinden anaakımı ele alan bu tanım da, anaakım iktisadın daha esnek ve geniş kapsamlı bir şekilde ele alınmasına imkân tanımaktadır, zira bir birey anaakım açısından uygun ve uygun olmayan fikirlere aynı anda sahip olabilir veya daha önce benimsemiş olduğu görüşleri –örneğin anaakıma uygun fikirleri- değiştirerek, bunların tam aksini –örneğin heterodoks olarak nitelendirilen fikirleri- benimseyebilir.

Bu çerçevede anaakım iktisat sosyolojik açıdan tanımlandığında, spesifik bir düşünce okulunu ifade etmemektedir. Colander vd. de (2004, s. 490) anaakım iktisadın “tarihsel olarak belirlenmiş bir okul”u değil, “dünyanın en iyi okullarında ve kurumlarında entelektüel açıdan sağlam ve çalışmaya değer olduğu düşünülen inançlar”ı tanımladığının altını çizmektedirler^{8.} Dolayısıyla anaakım iktisat içerisinde birbirleriyle çelişen fikirler yer alabilmektedir. Dequech de (2007, s. 283) bu durumu şu sözlerle vurgulamaktadır:

⁵ Colander vd. (2004) burada ‘elit’ ile en iyi üniversitelerdeki *öncü* iktisatçıları kast etmekte ve elit sınıfını, geçmiş dönemde düşünceye önemli katkılar sağlamış anaakım iktisatçıları olarak tanımlamaktadır. Bu tanım Nobel ödülü kazanan bazı isimleri ve en iyi lisansüstü programlarında önde gelen makamlarda bulunan pek çok iktisatçıyı kapsamaktadır. En bilinen anaakım seçkinler arasında Paul Samuelson, Kenneth Arrow, Robert Solow, Thomas Schelling, Amartya Sen, Joseph Stiglitz, Chris Sims, Michael Woodford, George Akerlof, Richard Thaler, Anne Krueger ve Jagdish Bhagwati sayılabilir.

⁶ Benzer şekilde Lee de (2012, s. 344-348) anaakım iktisadı sosyolojik çerçevede tanımlamakta ve anaakım iktisadın kendi dergilerine, departmanlarına ve araştırma programlarına sahip olduğunu ifade etmektedir.

⁷ Bununla birlikte anaakımın –entelektüel ve sosyolojik tanımlarının yanı sıra- psikolojik bir tanımı da bulunmaktadır ve psikolojik tanımlamada iki unsur söz konusudur: tutum ve kendini tanımlama.

⁸ George (2007) ise anaakımın sahip olduğu bu iletişim ağlarının olumsuz yanlarına dikkat çekmektedir. George’ye (2007, s. 418-421) göre anaakım iktisatçıları sürü hayvanları gibidir ve belli uygulama mekanizmalarına sahiptirler, sözde temel dergilerdeki ve atama ve kariyer gelişimi konusundaki rolleri önemlidir. Örneğin iktisadi düşünce tarihi, metodoloji ve radikal iktisat konularında uzmanlaşan bir iktisatçının meslekte ilerlemesi nispeten zordur. Ancak anaakımın çoğulculuğa karşı çıkması bununla sınırlı değildir: İktisat alanında yayımlanan pek çok makale, halihazırda yayımlanan makalelerden çok az noktalarda farklılaşmaktadır; standart-olmayan varsayımlar benimsenmesi ve moda olan tekniklerin eleştirilmesi, makalelerin bilhassa sözde temel dergiler tarafından reddedilmesi için yeterlidir. Böylelikle anaakım homojenliğini sürdürmektedir, ancak kanıtlara değil de otoritesine başvurarak.

“Sosyolojik terimler üzerinden tanımlanan anaakım iktisadın, içsel olarak tutarlı olması gerekmez; birbirleriyle çelişen fikirlerin hepsi anaakım iktisada dâhil olabilir (...) Bir düşünce okulu içsel olarak tutarlı oldukları farz edilen belli bir fikirler setiyle tanımlanabilir. Bu çerçevede, farklı düşünce okulları ve tek bir düşünce okulu haline gelemeyen fikir setleri de anaakım iktisada dâhil olabilir.”

Bu bağlamda, anaakım iktisadı sosyolojik açıdan tanımlamak, bir yandan farklı düşünce okullarının ve yaklaşımların da anaakıma dâhil olmasını sağlarken, diğer yandan anaakımın değişen ve evrilen yapısına dikkat çekmektedir. Hem mesleğin elitleri, hem de bu elitlerin fikirleri zaman içerisinde değiştiği için, anaakımın da zaman içerisinde değiştiği/değişeceği söylenebilir. Dolayısıyla bir dönem anaakım olan bir düşünce okulu veya yaklaşım, sonraki dönemlerde anaakımın dışında kalabilir veya tam tersine bugün anaakım dışında kalan bir düşünce okulu veya yaklaşım gelecekte anaakıma dâhil olabilir. Örneğin Mearman’a (2012, s. 416) göre bu durumun en güzel örneklerinden birisi Keynes’in fikirleridir. Benzer şekilde, daha önce ifade edildiği gibi, Amerika’da 1900’lü yılların başlarında kurumsal iktisat neoklasik iktisattan daha etkindi, yani neoklasik iktisat anaakım değildi.

Colander vd.’ne (2004, s. 488-489) göre de iktisat disiplininde, Lakatos’un (1978) önerdiği şekilde kümülatif evrimci değişiklikler meydana gelmektedir: Mevcut elitlerin belli üyeleri yeni fikirlere açık olmaya başladığında, bu açıklık yeni fikirlerin yayılmasına, gelişmesine ve mesleğe dâhil olmasına yol açmaktadır. Bu doğrultuda kademeli bir değişim meydana gelmekte ve bazı durumlarda kendilerini heterodoks olarak nitelendiren isimlerin fikirleri ‘normalleşmekte’ ve heterodoks olmaktan uzaklaşmaktadır. Böylelikle anaakım genişlemekte ve daha geniş bir yaklaşım ve anlayış yelpazesini içerecek şekilde evrilmektedir⁹.

Ortodoks iktisat terimi ise iktisat disiplininin dogmatik ve statik kısmını ifade etmektedir. Zira ortodoks terimi değişmeyen bir düşünce geleneğine işaret etmektedir. Örneğin *Paradigma Felsefe Sözlüğü*’nde ortodoks “genel görüş ya da uzlaşma uygun olan, geleneksel inançlara aykırı düşmeyen inançlar; (...) oluşturulmuş gelenek ya da çerçevenin dışına çıkan görüş veya öğretiyeye karşıt olarak, bir kurum ya da insan öbeği tarafından doğru bulunan ve kabul edilmesi istenen öğreti ya da görüş için kullanılan sıfat” (Cevizci, 1999, s. 651) olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla ortodoksi gelenekselliği, içsel doğruluğu, tutuculuğu ve değişmeyen bir düşünce yapısını ve geleneğini ifade etmektedir.

Ancak iktisat literatüründe ortodoks terimi iktisadi düşünce tarihçileri tarafından genellikle en yakın dönemin hâkim düşünce okulunu ifade etmek üzere kullanılmaktadır ve geriye dönük bir ifade olan bu terim esasen entelektüel olarak tanımlanmaktadır. Bu çerçevede Colander vd.’ne (2004, s. 491) göre iktisat literatüründe ortodoks teriminin iki önemli veçhesi bulunmaktadır. Birincisi, ortodoks terimi veya tanımlaması, ortodoksinin var olduğu ileri sürülen zamandan sonra gelmektedir, yani ortodoksi terimi geriye-dönük bir terimdir. İkincisi, en azından iktisatta, ortodoks teriminin genellikle ortodoks fikirleri destekleyen biri tarafından değil de, ortodoks fikirlere karşı çıkan bir muhalif tarafından önerilmiş olmasıdır. Örneğin ‘klasik iktisat’

⁹ Colander vd. (2004) ise meydana gelen değişimlerin ufak değişiklikler olduğunu ve yalnızca düşünce tarihçileri geriye dönüp baktığında daha büyük değişikliklerin göze çarpacağını ifade etmektedirler. Benzer şekilde Dequech de (2007, s. 282) anaakım iktisatta değişim faktörünün o kadar ağır basmadığını ve en saygın ve etkili lisans ders kitaplarının içeriklerinin anaakım iktisadın bir parçası olarak kabul edildiğinde, anaakım iktisattaki değişimin daha yavaş olacağını ileri sürmektedir.

terimini Karl Marx (1859) ve ‘neoklasik iktisat’ terimini de Thorstein B. Veblen (1900) bu bakış açılarını daha kolay eleştirebilmek için kullanmışlardır.

Günümüzde iktisat literatüründe ortodoks iktisat terimiyle karşılanan düşünce geleneği ise neoklasik iktisattır, yani iktisat disiplinine en yakın dönemde hâkim olan düşünce geleneğinin neoklasik iktisat olduğu konusunda literatürde bir fikir birliği bulunmaktadır (Colander vd., 2004; Dequech, 2007; Black, Hashimzade ve Myles, 2013; Hands, 2015). Bu çerçevede Colander vd.’ne (2004, s. 490) göre neoklasik ortodoksinin belki de en önemli karakteristiği, tercih edilen metodolojik yaklaşımın aksiyomatik tümdengelim olmasıdır. Benzer şekilde Dow da (2008, s. 74) ortodoks iktisadın temel özelliğinin yalnızca tek bir metodoloji (matematiksel formalizm) benimsemesi olduğunu ileri sürmektedir. George’ye (2007, s. 417-418) göre ise ortodoksinin öne çıkan özellikleri arasında, teoriye yönelik olarak ‘matematiksel model’ fikrine dayanan belli bir bakış açısı barındırması ve bu çerçevede konudan ziyade tekniğe odaklanması; ekonometrik tekniklere dayanan empirik bir çalışma gerektirmesi; yalnızca sınırlı sayıdaki teorik yaklaşımı kabul etmesi ve çoğulculuğa karşı çıkması; siyaset, sosyoloji ve iktisat tarihi gibi disiplinlere karşı ‘emperyalist’ bir tutum takınması; ve çok sıkı bir mesleki yapıya sahip olması (örneğin, yayın yelpazesinin –sözde temel dergilerle- son derece sınırlı olması) sayılabilir. Bu bakımdan, Estey’in de (1936, s. 794) belirttiği gibi, ortodoks iktisadın geçerliliğinin, içeriğinden ziyade yöneme bağlılıktan kaynaklandığı söylenebilir. Diğer bir ifadeyle ortodoks iktisadın ayırt edici özelliği belli bir metodolojiye olan bağlılıktır ve bu bakımdan ortodoks iktisat disiplinin statik ve geleneksel yönünü temsil etmektedir.

Neoklasik İktisat: Anaakım mı, Ortodoks mu?

Bu çerçevede yanıt aranan soru, neoklasik iktisadın ortodoks mu yoksa anaakım mı olduğudur. Ancak neoklasik iktisadın, disiplinin anaakımını mı yoksa ortodoksisini mi temsil ettiği sorusuna yanıt vermeden evvel, neoklasik iktisadın genel hatlarıyla tanımlanması yerinde olacaktır. İktisat literatüründe sıklıkla kullanılmasına rağmen, neoklasik iktisat teriminin açık bir tanımı yapılmamıştır ve zımni olarak herkesin üzerinde görüş birliğine vardığı kabul edilmektedir. Bu nedenle neoklasik iktisat terimi, Lawson’ın da (2006, s. 486) belirttiği gibi, nadiren tanımlanan, daima yanıltıcı olan bir kategori haline gelmiştir.

Neoklasik iktisat terimi ilk olarak Veblen (1900) tarafından kullanılmıştır. Bu kavramı Marshall’ın çalışması bağlamında ele alan Veblen neoklasik iktisat terimini, bir yandan klasik geleneğin devamı niteliğinde ele alırken, diğer yandan da klasik gelenekten ayrılan bir iktisadı ifade etmek üzere kullanmaktadır. Diğer bir ifadeyle Veblen için neoklasik iktisat, ontolojik farkındalığa sahip iken bu farkındalığı kullanarak tutarsız bir metodoloji sunmaktadır. Bu bakımdan Veblen neoklasik terimini, bir geçiş kavramı olarak ele almakta ve evrimsel bilimin farkında olan ancak onun araç ve yöntemlerinden yine de evrimsel olmayan bir çıkarsama doğrultusunda yararlanan iktisat için kullanmaktadır. Dolayısıyla neoklasik iktisadın ayırt edici özelliği, Veblen için, nedensel kümülatif silsilenin farkında olması, ancak bunu evrimsel bir yöntemle ele almamasıdır. Veblen’in bu tanımını baz alarak, neoklasik iktisadı tanımlayan bazı müşterek özellikler tespit edilebilir (Bilir, 2018, s. 665-666):

1. *Evrimsel süreç dikkate alınmamaktadır, yani taksonomiktir:* Neoklasik iktisatta, iktisadi analiz kurumsal ve kültürel adaptasyon ve gelişim süreci üzerinden yapılmamaktadır; yani iktisadi süreç dinamik değil, statiktir.
2. *Metodolojik bireycilikten yola çıkılmaktadır:* Neoklasik iktisatta tüm iktisadi (ve toplumsal) fenomenler, bireyden yola çıkılarak izah edilmektedir, yani analizin temel unsuru bireydir. Bu bakımdan, toplum da bireylerin toplulaştırılmasından oluşan pasif bir yapıdan başka bir şey değildir.
3. *Bireyler rasyonel hareket etmektedir:* Neoklasik iktisatta atomist bir şekilde hareket eden, çevresinden etkilenmeyen ve bu amaç doğrultusunda rasyonel davrandığı varsayılan bir homo-æconomicus yani “rasyonel iktisadi insan” anlayışı söz konusudur.
4. *Fayda temelli analiz yapılmaktadır:* Yapılan metodolojik bireycilik ve rasyonalite varsayımlarının –doğal- bir sonucu, neoklasik iktisatta değer in fayda temelinde tanımlanmasıdır. Neoklasik iktisatta rasyonel davranan ve kişisel-çıkartı peşinde koşan bireyin amacı faydasını maksimize etmektir.
5. *Modelleme ve matematik merkezi bir öneme sahiptir:* Öngörücü modeller (teoriler) oluşturma çabasında olan neoklasik iktisat, analizlerde matematiği yoğun biçimde kullanmaktadır. Zira neoklasik iktisatçılar açısından matematik önemli bir araçtır ve matematiksel yöntem de, bu amaç doğrultusunda, sistematik yani “bilimsel” yöntem olarak kabul edilmiştir.
6. *Her zaman dengeye yönelim söz konusudur:* Neoklasik iktisatta, ekonomide zaman içerisinde her daim dengeye yönelen bir hareket olduğu varsayılmaktadır. Yani rasyonel bireylerin kişisel-çıkartları peşinde koşmaları neticesinde iktisadi sistemde denge (Walrasyan anlamda ‘genel denge’, Marshallıyan anlamda ise ‘kısmi denge’) ortaya çıkmaktadır. Bu süreçte dengesizlikler ise, dengeye yönelim sürecinde ortaya çıkan geçici durumlardır.

Dolayısıyla neoklasik iktisadın, Veblen’in tanımladığı haliyle, bir analiz yöntemi olduğu söylenebilir. Evrimsel unsurların değil de taksonomik unsurun baskın olduğu bu analiz yönteminin ön plana çıkan özelliği ise, rasyonel davrandığı ve yegâne amacının faydasını/kârını maksimize etmek olduğu kabul edilen bir birey kurgusundan yola çıkılması ve analiz esnasında matematiğin yoğun biçimde kullanılmasıdır.

Bu çerçevede, neoklasik iktisadın temel özelliklerinin metodolojik bireycilik ve matematiksel yönetime bağlılık olduğu dikkate alındığında, neoklasik iktisadın iktisat disiplininin ortodoksisini temsil ettiği söylenebilir. Zira, daha önce ifade edildiği gibi, ortodoksi terimi gelenekselliği ve statik bir bakış açısını ima etmektedir ve neoklasik iktisadın ön plana çıkan özelliği de, içerikten ziyade yönetime odaklanması ve neoklasik olarak adlandırılan tüm iktisatçıların bu yöntemi kullanmayı sürdürmesidir, yani metodolojik bağlılıktır. Lawson’a (2013) göre de neoklasik iktisatçılar, toplumsal realitenin tarihselliğini fark eden, ancak analiz yöntemi konusunda ısrarcı olan bir teorisyenler grubunu kapsamaktadır.

Diğer yandan -anaakım iktisadın müşterek özellikleri göz önünde bulundurulduğunda- neoklasik iktisadın temel özelliklerinin metodolojik bireycilik ve matematiksel yönetime bağlılık olması, neoklasik iktisadı anaakım iktisadın da bir parçası haline getirmektedir. Bu çerçevede,

neoklasik iktisat günümüzde anaakım iktisat içerisinde –zayıflamakla birlikte- hâlâ önemli bir nüfuza sahiptir (Davis, 2006; Dequech, 2007; Morgan, 2016). Ancak burada söylenmek istenen, neoklasik iktisadın anaakım olmadığı, anaakımın bir parçası olduğudur. Zira anaakım iktisadın yalnızca neoklasik iktisattan ibaret olmadığı ve daha çoğulcu bir yapıya sahip olduğu söylenebilir¹⁰ (Backhouse, 2000; Colander, 2000; Colander vd., 2004; Davis, 2006, 2008; Dequech, 2007; Dow, 2000, Santos, 2011). Örneğin Colander vd.’ne (2004, s. 486-488) son dönemde iktisadın kıyasında bir değişim ve çeşitlilik yaşanmaktadır¹¹. Bu çerçevede, iktisadın kıyasında yapılan çalışmalarda, doğrusal-olmayan dinamikler gibi analitik teknolojide ve hesaplama kapasitesinde meydana gelen gelişmeler sayesinde ve diğer disiplinlerle kurulan ilişkilerin güçlenmesi sayesinde, daha önce iktisat için merkezi öneme sahip olduğu düşünülen fikirler değiştirilmekte ve genişletilmektedir.

Hands’e (2015, s. 70-71) göre ise, anaakım iktisatta yaşanan bu değişimin önemli bir göstergesi *American Economic Review*, *Quarterly Journal of Economics*, *Economics Journal* ve *Journal of Political Economy* gibi en saygın dergilerde yayımlanan makalelerin tipidir. Diğer bir önemli göstergesi de, araştırma alanlarının –emek iktisadı, çevre iktisadı, kamu maliyesi, yönetim iktisadı, uluslararası iktisat vs.- standart neoklasik fayda ve kâr maksimizasyonu çerçevesinin belli ‘uygulamalar’ı olmalarıdır. Ayrıca son dönemde ele alınan konular ve tanımlanan anomaliler heterodoks iktisat geleneğinde çalışan iktisatçılar tarafından tespit edilmiş olsa da, bu yeni alanlarda çalışan iktisatçılar kendilerini heterodoks düşünce okulu içerisinde tanımlamamaktadırlar. Dolayısıyla bu yeni çoğulcu anaakım iktisat ne neoklasiktir, ne de heterodoks.

Bu çerçevede neoklasik iktisat iktisat disiplininin son dönemini tanımlamak açısından yetersiz kalmaktadır. Colander’a (2000, s. 129-130) göre de, günümüzde uygulanan iktisatı tanımlamak için kullanılan neoklasik iktisat terimi yalnızca kullanışsız değildir, aynı zamanda öğrencilerin ve iktisat eğitmenlerinin çağdaş iktisadın ne olduğunu anlamalarına engel olmaktadır. 1870 yılından bu yana iktisat büyük ölçüde değişmiştir ve değişmeye devam etmektedir, bu nedenle zamanlararası bir kıyaslama yapılabilmesi için ‘neoklasik iktisat’ terimi miyadını doldurmuştur. Bu bağlamda Colander (2000, s. 141) modern iktisatı tanımlamak için ‘Yeni Milenyum İktisadı’ kavramını önermektedir¹². Benzer şekilde Lawson’a (2013) göre de ‘neoklasik’ terimi günümüzde orijinal anlamından uzaklaşmıştır ve artık klasik okul ile bir devamlılığa işaret

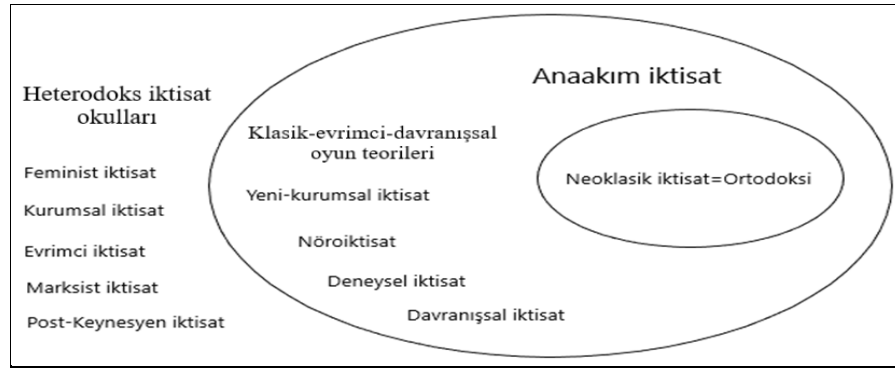
¹⁰ Benzer şekilde Mearman’a (2012, s. 413) göre de anaakım iktisat homojen bir yapıya sahip değildir ve farklı gruplara sahiptir. Krugman (2009) ise ‘tutlu su (yeni klasik) iktisatçıları’ ile ‘tuzlu su (yeni Keynesyen) iktisatçıları’ arasında bir ayrım yaparak, anaakım iktisadın bazılarının düşündüğü gibi tutarlı bir yapıya sahip olmadığını ileri sürmektedir. Dequech de (2007, s. 296) son yıllarda saygın dergilerde yayımlanan makalelerde belirsizlik konusunda Keynes ve Knight’a gittikçe daha fazla referans gösterildiği; sınırlı rasyonalite fikri anaakıma daha fazla dâhil olduğu; ve yeni kurumsal iktisadın önde gelen bazı saygın isimleri (örneğin North) ile ‘orijinal’ kurumsal iktisatçıları arasındaki kısmi anlaşmazlık nedeniyle anaakım iktisadın heterojen olduğunu ifade etmektedir. Davis’e (2008) göre ise bu yeni yaklaşımlar daha çoğulcu bir iktisattan ziyade, yeni bir ortodoksiye ve yeni bir anaakıma yol açabilir. Davis’e göre bu yeni yaklaşımların hepsi, neoklasik ortodoksiyle çelişen varsayımlara sahip oldukları için, heterodoks olarak değerlendirilmelidirler ve Davis’in bu çerçevede önerdiği terim ‘anaakım heterodoks’tur.

¹¹ Colander vd. (2004, s. 492) iktisadın kıyası ile daha önce ‘ortodoks’ olarak nitelendirilen fikirlere karşı çıkan çalışmaları kastetmekte ve iktisadın kıyasını, ortodoksiyi eleştiren anaakım iktisadın ve mesleğin elit sınıfı tarafından ciddiye alınan heterodoks iktisadın bir parçası olarak tanımlamaktadırlar.

¹² Bu çerçevede Colander’a (2000, s. 133-136) göre, neoklasik iktisadın belli veçheleri modern iktisadın bir parçası olmayı sürdürse de, modern iktisat Neoklasik İktisattan temel olarak farklıdır. Zira modern iktisat daha geniş bir dünya görüşüne sahiptir ve daha eklektiktir. Neoklasik İktisattan kopuşun kökenleri 1930’lu yıllara dek götürülebilir ve bu çerçevede modern iktisatta, kaynakların zaman içindeki dağılımına odaklanılmakta; (ders kitaplarında faydacılık kendisine yer bulsa da) pek çok modern iktisatçı faydacılığı benimsememekte; marjinal değiş-tokuştan ziyade, merkezi modelleme aracı olarak kalkülüsün yerini oyun teorisi almıştır; ileri-görüşlü rasyonalitenin yerini sınırlı rasyonaite, norm-bazlı rasyonalite ve empirik olarak belirlenen rasyonalite almıştır; kompleksite iktisatçıları, evrimci oyun teorisyenleri ve yeni kurumsal iktisatçıları metodolojik bireycilik varsayımını sorgulamaktadırlar; ve tekli dengenin yerini çoklu-denge almıştır. Bu bağlamda Colander’a (2000, s. 137-138) göre modern iktisadın tanımlayıcı özelliği içeriği değil yöntemidir, yani modellemedir; bu çerçevede ‘modern iktisat model iktisadıdır’.

etmemektedir ve bir içsel tutarlılık sergilemekten uzaktır; ayrıca modern iktisattaki temel gelişmeleri ve/veya yaklaşımları yansıtamadığı için de bu tür bir kavramın kullanılmasına gerek yoktur¹³.

Dolayısıyla günümüzde anaakımın neoklasik iktisadın yanı sıra başka düşünce okullarını ve yaklaşımları da içerdiği söylenebilir. Zira bu çalışmada anaakım iktisat sosyolojik açıdan tanımlanmakta ve neoklasik iktisadın yanı sıra, neoklasik iktisadı eleştiren muhtelif düşünce okullarının ve yaklaşımların da anaakıma dâhil olduğu kabul edilmektedir. Anaakıma dâhil olan bu yaklaşımlar belli bir saygınlığa ve nüfuza sahiptir. Bu bağlamda anaakım iktisadın homojen değil, farklı düşünce geleneklerine mensup düşünürleri bünyesinde barındıran heterojen bir yapıya sahip olduğu ve anaakım iktisat içerisindeki düşünce gelenekleri açısından ortak bir özellik tespit etmenin zor olduğu söylenebilir. Bu çerçevede günümüzde anaakım iktisat, neoklasik iktisattan ve diğer yaklaşımları içeren muhtelif düşünce okullarından oluşmaktadır. Aşağıdaki şekilde, neoklasik iktisat temelinde, iktisat disiplininin şu anki durumu gösterilmiştir.



Şekil 1. İktisat Disiplininin Günümüzdeki Görünümü

Yukarıdaki şekilde de görüldüğü üzere, iktisat disiplininin ortodoksisini günümüzde neoklasik iktisat temsil etmektedir. Zira iktisat disiplinine en yakın dönemde hâkim olan yaklaşım neoklasik iktisattır. Dünyanın önde gelen pek çok üniversitesinde neoklasik iktisat temelinde bir iktisat eğitimi verilmekte, önde gelen dergilerde neoklasik iktisadın metodolojisine uygun makaleler yayınlanmakta ve Nobel Ödülleri'nin büyük çoğunluğu Neoklasik İktisat geleneğinden gelen iktisatçılara verilmektedir. Dolayısıyla temel özelliği, birey ve fayda temelli bir analiz yapması ve bu analiz esnasında matematiksel yöntemin kullanımına sıkıca tutunması olan neoklasik iktisadın, içsel doğruluğu ve tutarlılığı ifade eden ortodoksinin iktisat disiplinindeki temsilcisi olduğu söylenebilir.

¹³ Lee ve Keen'e (2004) göre ise anaakım iktisat teorisi hâlâ belirgin biçimde neoklasiktir. Woff ve Resnick (2012) ile Madra (2016) ise neoklasik teorisinin evrilirken ele aldığı yeni konulara temel yaklaşımını uygulamaya devam ettiğini, yani yaşanan son dönem gelişmelerin temel neoklasik çerçeve içinde kaldığını belirtmekte ve iktisatta son dönemde yaşanan gelişmeleri 'geç neoklasik iktisat' olarak nitelendirmektedirler. Benzer şekilde Boettke, Leeson ve Smith de (2008, s. 14) ise, iktisadın son 20-30 yıllık dönemde büyük bir evrim geçirdiğini, ancak değişen şeyin iktisadi prensipler değil de, iktisatçıların bu prensipleri uygulama şekli olduğunu belirtmektedirler.

Diğer yandan, ortodoksiye göre daha geniş bir kavram olan anaakım iktisat içerisinde neoklasik iktisat –bilhassa fayda maksimizasyonu temelinde- eleştiren düşünce okulları da yer almaktadır¹⁴. Bu çerçevede anaakım iktisadın neoklasik olmayan temsilcileri arasında klasik-evrimci-davranışsal oyun teorileri, davranışsal iktisat, deneysel iktisat, nöroiktisat ve yeni-kurumsal iktisat gösterilebilir¹⁵ (Colander, 2005, 2007; Davis, 2006; Dequech, 2007).

Bu yeni yaklaşımlar arasında en ön plana çıkanı kuşkusuz davranışsal iktisattır. Dequech'in (2007, s. 286-287) belirttiği gibi, neoklasik iktisada fayda maksimizasyonu temelinde eleştiriler sunan davranışsal iktisadın ismi, 1978 yılında Herbert Simon'un ve 2002 yılında Daniel Kahneman'ın Nobel iktisat ödüllerini ve Mathew Rabin'in de 2001 yılında John Bates Clark Madalyası¹⁶'nı kazanmasıyla sık sık zikredilmeye başlanmıştır. Benzer şekilde, neoklasik iktisada yine fayda maksimizasyonu temelinde eleştiriler sunan deneysel iktisat da, 2002 yılında Nobel iktisat ödülünü Kahneman ile paylaşan Vernon Smith'in öncülerinden olduğu bir yaklaşımdır ve literatürde sıklıkla atıf yapılmaktadır. Kökenleri davranışsal ve deneysel iktisada dayanan nöroiktisat da (önde gelen isimleri arasında Paul Glimcher, Colin Camerer, Paul Zak ve Kevin McCabe sayılabilir), son yıllarda saygın akademik dergilerde ve popüler basında kendisine gittikçe daha fazla yer bulmakta ve kendisine ait toplulukları kurulmaktadır¹⁷ (Bilir, 2017, s. 128). Douglas North ve Oliver Williamson'ın çalışmalarıyla birlikte anılan ve neoklasik iktisada eleştiriler sunan yeni kurumsal iktisat da iyi bir saygınlığa sahiptir. Sınırlı rasyonalite varsayımıyla, neoklasik iktisadın fayda maksimizasyonu varsayımını yumuşatan ve anaakım iktisadın bir parçası haline gelen bir diğer yaklaşım da H. Peyton Young'ın önde gelen temsilcisi olduğu evrimci oyun teorisidir. Davranışsal iktisadın, deneysel iktisadın ve nöroiktisadın bu çalışmada anaakım içerisinde değerlendirilmesinin sebebi, hem –davranışsal ve deneysel iktisat örneklerinde olduğu gibi- Nobel İktisat Ödülü kazanmaları, hem de iktisat alanının en üst düzey dergilerinde kendilerine daha sık yer bulmalarıdır¹⁸ (bkz. Kelly ve Bruestle, 2011; Hamermesh, 2013).

¹⁴ Colander vd.'ne (2004, s. 492-493) göre ise modern anaakım iktisat, mevcut ortodoks yaklaşımın güçlü yanlarını dikkatli bir şekilde anlayarak yapıldıkça ve anaakım açısından kabul edilebilir modelleme metodolojisiyle yapıldıkça yeni yaklaşımlara açıktır. Bu çerçevede, mevcut elitler yeni fikirler söz konusu olduğunda nispeten daha açık-görüşlülerdir, ancak mevzu alternatif metodolojiler olduğunda oldukça kapalı-görüşlülerdir. Onlara göre modellenmezse, iktisat değildir. Dolayısıyla anaakım iktisat-heterodoks iktisat ayrımı, mesleğin kuyusunda çalışıp çalışmadıklarından daha az önemlidir. Bu durumda, hem anaakım hem de heterodoks iktisatçılar neoklasik ortodoksiye karşı çıkan konular üzerinde çalışmaktadırlar. Bu çerçevede, Colander'a (2000, s. 136-137) göre David Romer, Buz Brock, Richard Thaler, William Baumol, George Akerlof, Joseph Stiglitz, David Card, Alan Krueger, Paul Krugman, Ken Arrow, Amartya Sen, Thomas Shelling gibi modern iktisatçılar neoklasik çerçevenin dışında işler yapmalarına rağmen, anaakım iktisatçılar arasında yer almaktadırlar.

¹⁵ Davis'e (2006) göre daha önce heterodoks olduğu düşünülen bazı kavramlar –örneğin kurumsal vurgular- günümüzde artık anaakıma dâhil olmuştur. Colander'a (2007) göre ise, son yıllarda anaakım iktisada dâhil olan ve uzun yıllar boyunca heterodoks iktisatçılar tarafından savunulan bu fikirler, anaakıma heterodoks iktisat vasıtasıyla dâhil olmamıştır. Örneğin post-Keynesyen iktisatçılar tarafından vurgulanan belirsizlik unsurunu ifade edecek analitik araçlar yakın döneme dek geliştirilemediği için post-Keynesyen iktisat anaakımın dışında kalmıştır; ancak son dönemde matematik alanında kompleksite aletlerinin gelişmesiyle birlikte bu fikirler, post-Keynesyen iktisatçılara hiçbir atıf yapılmadan anaakım iktisada dâhil edilmiştir. Benzer şekilde, kurumsal iktisatçılar tarafından vurgulanan sosyo-ekonomik unsurlar ve kurumsal etkiler de, evrimci oyun teorisinin gelişimiyle birlikte anaakıma dâhil olmuş, ancak yine kurumsal iktisatçıların isimleri hiç anılmamıştır.

¹⁶ *American Economic Association* tarafından 40 yaşın altındaki iktisatçılara verilen son derece saygın bir ödül. Bu ödülü kazanan iktisatçıların çoğu Nobel iktisat ödülünü de kazanmışlardır.

¹⁷ Örneğin, *Neuron* (2002), *Games and Economic Behavior* (2005), *Economics ve Philosophy* (2008), *Philosophical Transactions of the Royal Society B* (2008) ve *Journal of Economic Methodology* (2010) gibi dergilerin nöroiktisat özel sayıları yayımlanmıştır. Benzer şekilde *The Wall Street Journal*, *The Economist*, *Newsweek*, *Forbes* ve *The New York Times* gibi gazete ve dergilerde nöroiktisatla ilgili makale ve yazılara yer verilmektedir.

¹⁸ Bazı çalışmalarda ise bu yaklaşımlar neoklasik düşünce geleneğinden tam olarak ayrılmamaları bağlamında anaakım iktisadın bir parçası olarak ele alınmaktadır. Bu çalışmalar için bkz. Rabin, 2002; Sent, 2004; Heukelom, 2014. Benzer şekilde Lawson'a (2006, s. 491-492) göre de tüm bu yeni yaklaşımlar matematiksel-tümdengelimci modelleme konusunda ısrarcıdır.

Post-Keynesyen iktisat, Marksist iktisat, evrimci iktisat, kurumsal iktisat ve feminist iktisat gibi düşünce okulları ise, heterodoks iktisat okulları olarak değerlendirilmiş ve anaakımın dışında bırakılmıştır. Bu düşünce okullarının da kendilerine ait dergileri ve düşünce toplulukları bulunmaktadır, ancak bu düşünce topluluklarının sahip olduğu güç ve iletişim ağları, anaakım olacak kadar güçlü değildir. Dolayısıyla anaakıma bir alternatif teşkil ettikleri için bu düşünce okulları anaakım iktisat içerisinde değerlendirilmemiştir¹⁹. Benzer şekilde *American Economic Association*'ın Journal of Economic Literature (JEL) sınıflandırmasına göre de, mevcut heterodoks iktisat okulları arasında sosyalist okul, Marksist okul, Sraffacı okul, tarihçi okul, kurumsal okul, evrimci okul, Avusturya okulu, feminist iktisat ve sosyal iktisat yer almaktadır (<https://www.aeaweb.org/econlit/jelCodes.php?view=jel#B>).

Sonuç

İktisat literatüründe neoklasik iktisadi nitelemek üzere 'ortodoks', 'anaakım', 'geleneksel', 'dominant', 'modern', 'geçerli' veya 'standart' gibi kavramlar kullanılmaktadır. Literatürde en sık kullanılan tanımlamalar ise 'anaakım' ve 'ortodoks' iktisattır. Ancak bu iki terim farklı anlamlara sahiptir ve bu durum da bir kavram karmaşasına yol açmaktadır.

Bu çerçevede anaakım ve ortodoks iktisat terimlerinden önce neoklasik iktisadın tanımlanması hangi kavramın daha uygun olacağına belirlenmesi açısından yararlı olacaktır. İlk olarak Veblen (1900) tarafından kullanılan neoklasik iktisat terimi spesifik ve tarihsel bir oluşumdur ve bir analiz biçimini veya yöntemi tarif ettiği söylenebilir. Zira neoklasik iktisat evrimsel süreçleri dikkate almayan ve taksonomik bir bakış açısından hareket eden ve bu doğrultuda metodolojik bireycilik varsayımını belirleyen, bireylerin fayda temelli rasyonel hareket ettiklerini kabul eden, modelleme ve matematiğin merkezi bir öneme sahip olduğu ve her zaman dengeye yönelimin söz konusu olduğu bir yaklaşımı ifade etmektedir. Evrimsel unsurların değil de taksonomik unsurun baskın olduğu bu analiz yönteminin ön plana çıkan özelliği ise, birey ve fayda temelli bir analiz yapması ve bu analiz esnasında matematiği yoğun biçimde kullanmasıdır.

Sosyolojik ve entelektüel açılardan tanımlanabilen anaakım iktisat ise, mantıklı ve çalışmaya değer olan görüşleri kapsayan, eklektik ve geniş bir yapıyı ifade etmektedir. Ancak entelektüel tanımda olduğu gibi anaakımı belli bir kavram ve/veya yöntem üzerinden tanımlanan statik ve değişmeyen bir yapı olarak telakki etmek yanlış olacaktır. Anaakımı sosyolojik açıdan tanımlamak, hem bu kavramın iktisadi düşünce tarihinin her dönemine uygulanabilmesini sağlamakta, hem de anaakımı neoklasik iktisat ile kısıtlamamakta ve neoklasik iktisadi eleştiren farklı düşünce okulu veya yaklaşımların da anaakım içerisinde yer almasına olanak tanımaktadır.

¹⁹ Bu düşüncenin aksini savunan çalışmalar da söz konusudur. Örneğin Mearman'a (2012, s. 411) göre feminist iktisatçılar bilhassa İngiltere ve Avrupa'da heterodoks toplumsal grupların nispeten daha az parçası olmuşlardır; *Feminist Economics (Feminist İktisat)* dergisi anaakım değerlendirmelerde yüksek sıralamaya sahiptir.

Ortodoksi ise sabit kalan, dinamiğe, değişime ayak uyduramayan bir yapıyı işaret etmektedir. İktisat literatüründe ise, iktisadi düşünce tarihçileri ortodoksiyi genellikle disipline en yakın dönemde hâkim olan düşünce okulunu ifade etmek üzere kullanmaktadır. Bu nedenle iktisat disiplinine günümüzde hâkim olan neoklasik iktisat, iktisat disiplininin ortodoksisini temsil etmektedir. Bu durumun en net ifadesi ise, neoklasik iktisatçıların bireysel, fayda temelli ve matematiksel analiz yöntemine olan bağlılıklarıdır. Dolayısıyla neoklasik iktisadın, disiplinin statik ve geleneksel yönünü yansıtmaktadır.

Diğer yandan neoklasik iktisat anaakım iktisadın da bir parçasıdır, ancak anaakım iktisat sadece neoklasik iktisattan ibaret değildir ve neoklasik iktisat dışındaki yaklaşımları da içermektedir. Örneğin klasik-evrimci-davranışsal oyun teorileri, davranışsal iktisat, deneysel iktisat, nöroiktisat ve yeni-kurumsal iktisat anaakım iktisadın neoklasik iktisat dışındaki üyeleri arasında yer almaktadır. Bu yaklaşımların anaakım olarak nitelendirilmelerinin sebebi ise, hem -davranışsal ve deneysel iktisat örneklerinde olduğu gibi- Nobel İktisat Ödülü kazanmaları, hem de iktisat alanının en üst düzey dergilerinde kendilerine daha sık yer bulmalarınıdır.

Kendilerine ait dergileri ve düşünce toplulukları bulunan ancak bu düşünce topluluklarının sahip olduğu güç ve iletişim ağları, anaakım olacak kadar güçlü olmayan Post-Keynesyen iktisat, Marksist iktisat, evrimci iktisat, kurumsal iktisat ve feminist iktisat gibi düşünce okulları ise, anaakımın dışında kalmaktadır.

Kısacası neoklasik iktisat günümüzde bir yandan iktisat disiplininin ortodoksisini temsil ederken, diğer yandan anaakım iktisadın da bir parçasıdır. Anaakım iktisat içerisindeki baskın rolünün azalmakta olduğu söylenebilse de, yine de neoklasik iktisadın anaakım üzerindeki hâkimiyeti sürmektedir. Ancak bu durumun tarihsel sürecin bir parçası olduğu unutulmamalıdır. Bu nedenle, neoklasik iktisat gelecek dönemde hem ortodoksiyi temsil etmekte uzaklaşabilir, hem de anaakım iktisadın dışında kalabilir. Dolayısıyla burada söylenmek istenen, elbette neoklasik iktisadın 'ortodoks' ya da 'anaakım' olabileceği, ancak bunun her zaman geçerli olmak zorunda olmadığıdır. Zira iktisat disiplini evrilen ve değişen bir yapıya sahiptir. Bu nedenle geçmişte heterodoks olarak nitelendirilen bir düşünce okulu veya yaklaşım bugün anaakım veya ortodoks haline gelebilmektedir veya bugün ortodoks olan bir yaklaşım veya düşünce okulu gelecekte heterodoks okul haline gelebilir. Ayrıca bir iktisatçı da ortodoksiden heterodoksiye geçebilmektedir veya ortodoksiden çıksa bile anaakım içinde kalabilmektedir. Bu nedenle ortodoks, anaakım ve heterodoks tanımlamaları ve sınıflandırmaları değişen ve dinamik iktisat disiplininin tarif etmek açısından yetersiz ve kısıtlayıcı kalmaktadır. Bu tanımlamaların genel-geçer olmadıkları ve tarihsel süreç içerisinde değişikliğe uğrayabilecekleri vurgulanmalıdır.

Kaynakça

- Backhouse, R. E. (2000). Austrian economics and the mainstream: View from the boundary. *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, 3 (2), 31-43.
- Backhouse, R. E. & Bateman, B. W. (2011). *Capitalist Revolutionary: John Maynard Keynes*. New York: Harvard University.
- Bilir, H. (2017). *Nöroiktisat: Neoklasik İktisadın Yenilenen Yüzü mü, Eleştirel Bir Yaklaşım mı?* (Yayınlanmamış doktora tezi). Gazi Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Bilir, H. (2018). Neoklasik İktisadın Tanımlanmasına Yönelik Bir Deneme. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7 (2), 658-670.
- Black, J., Hashimzade, N. & Myles, G. (2013). *A Dictionary of Economics*. Oxford: Oxford University.
- Boettke, P. J., Leeson, P. T. & Smith, D. J. (2008). The evolution of economics: Where we are and how we got here. *The Long Term View*, 7 (1), 14-22.
- Cevizci, A. (1999). *Paradigma Felsefe Sözlüğü* (3. Baskı). İstanbul: Paradigma.
- Colander, D. (2000). The death of neoclassical economics. *Journal of the History of Economic Thought*, 22 (2), 127-143.
- Colander, D. (2005). The future of economics: The appropriately educated in pursuit of the knowable. *Cambridge Journal of Economics*, 29 (6), 927-941.
- Colander, D. (2007). Pluralism and Heterodox Economics: Suggestions for an 'Inside the Mainstream' Heterodoxy. *Middlebury College Economics Discussion Paper*, No: 07-24.
- Colander, D., Holt, R. & Rosser Jr., B. (2004). The changing face of mainstream economics. *Reviews of Political Economy*, 16 (4), 485-499.
- Davis, J. B. (2006). The turn in economics: neoclassical dominance to mainstream pluralism. *Journal of Institutional Economics*, 2 (1), 1-20.
- Davis, J. B. (2008). The turn in recent economics and return of orthodoxy. *Cambridge Journal of Economics*, 32 (3), 349-366.
- Davis, J. B. (2009). The Nature of Heterodox Economics. Edward Fullbrook (Ed.), *Ontology and Economics: Tony Lawson and His Critics* içinde (s. 83-92). London: Routledge.
- Dequech, D. (1999). Expectations and confidence under uncertainty. *Journal of Post Keynesian Economics*, 21 (3), 415-430.
- Dequech, D. (2007). Neoclassical, mainstream, orthodox and heterodox economics. *Journal of Post Keynesian Economics*, 30 (2), 279-302.

- Dow, S. C. (2000). Prospects for the progress in heterodox economics. *Journal of the History of Economic Thought*, 22 (2), 157-170.
- Dow, S. C. (2008). Plurality in orthodox and heterodox economics. *Journal of Philosophical Economics*, 1 (2), 73-96.
- Estey, J. A. (1936). Orthodox economic theory: A defense. *Journal of Political Economy*, 44 (6), 791-802.
- George, D. A. R. (2007). Consolations for the economist: The future of economic orthodoxy. *Journal of Economic Surveys*, 21 (3), 417-425.
- Granovetter, M. (1992). Economic institutions as social constructions: A framework for analysis. *Acta Sociologica*, 35 (1), 3-11.
- Hamermersh, D. (2013). Six decades of top economic publishing. who and how? *Journal of Economic Literature*, 51, 162-172.
- Hands, D. W. (2015). Orthodox and heterodox economics in recent economic methodology. *Erasmus Journal for Philosophy and Economics*, 8 (1), 61-81.
- Heukelom, F. (2014). Mainstreaming behavioral economics. *Journal of Economic Methodology*, 21 (1), 92-95.
- Kelly, M. & Bruestle, S. (2011). Trends of subjects published in economic journal 1969-2007. *Economic Inquiry*, 49, 658-673.
- Krugman, P. (2009). How did economists get it so wrong? <http://www.nytimes.com/2009/09/06/magazine/06Economic-t.html>, (07.02.2018).
- Lavoie, M. (2006). Do heterodox theories have anything in common: A post-Keynesian point of view. *European Journal of Economics and Economic Policies: Intervention*, 3 (1), 87-112.
- Lawson, T. (1997). *Economics and Reality*. London: Routledge.
- Lawson, T. (2006). The nature of heterodox economics. *Cambridge Journal of Economics*, 30 (4), 483-505.
- Lawson, T. (2013). What is this 'school' called neoclassical economics? *Cambridge Journal of Economics*, 37 (5), 947-983.
- Lee, F. S. (2011). A note on the pluralism debate in economics. *Review of Radical Political Economics*, 43 (4), 540-551.
- Lee, F. S. (2012). Heterodox economics and its critics. *Review of Political Economy*, 24 (2), 337-351.

- Lee, F. S. & Keen, S. (2004). The incoherent emperor: A heterodox critique of neoclassical microeconomic theory. *Review of Social Economy*, 62 (2), 169-199.
- Madra, Y. M. (2016). *Late Neoclassical Economics: The Restoration of Theoretical Humanism in Contemporary Economic Theory*. London and New York: Routledge.
- Marx, K. (1859). *A Contribution to the Critique of Political Economy*. Moscow: Progress.
- Mearman, A. (2012). 'Heterodox economics' and the problems of classification. *Journal of Economic Methodology*, 19 (4), 407-424.
- Morgan, J. (2016). Introduction: The Meaning and Significance of Neoclassical Economics. Jamie Morgan (Ed.), *What is Neoclassical Economics? Debating the Origins, Meaning and Significance* içinde (s. 1-29). London and New York: Routledge.
- Rabin, M. (2002). A perspective on psychology and economics. *European Economic Review*, 46 (4), 657-685.
- Rothbard, M. N. (1997). *The Logic of Action: Method, Money and the Austrian School*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Santos, A. C. (2011). Behavioural and experimental economics: Are they really transforming economics? *Cambridge Journal of Economics*, 35 (4), 705-728.
- Sent, E. M. (2004). Behavioral economics: How psychology made its (limited) way back into economics. *History of Political Economy*, 36 (4), 735-760.
- Varoufakis, Y. (2012). A most peculiar failure on the dynamic mechanism by which the inescapable theoretical failures of neoclassical economics reinforce its dominance. <https://varoufakis.files.wordpress.com/2012/04/neoclassical-economics-as-a-most-peculiarfailure.pdf>, (22.11.2017).
- Veblen, T. B. (1900). The preconceptions of economic science III. *The Quarterly Journal of Economics*, 14 (2), 240-269.
- Weintraub, E. R. (1985). *General Equilibrium Analysis*. Cambridge: Cambridge University.
- Williamson, O. E. (2000). The new institutional economics: Taking stock, looking ahead. *Journal of Economic Literature*, 38, 595-613.
- Wolff, R. D. & Resnick, S. A. (2012). *Contending Economic Theories: Neoclassical, Keynesian, and Marxian*. Cambridge and London: The MIT.



Coping with Work-Family Conflict, Integrating Satisfaction of Basic Psychological Needs: A Case Study in Eskişehir/Turkey

Assoc. Prof. Dr. Aytül Ayşe Cengiz¹ - Prof. Dr. Fikret Er²

Başvuru Tarihi: 13.04.2018

Kabul Tarihi: 29.09.2018

Abstract

In this study, through which the impact of work-family conflict on turnover intention is investigated, intermediary role of psychological satisfaction, which has recently started to be dealt with in organizational life, is studied. This study is conducted on 122 white-collar workers working at a private institution in Turkish aviation industry, the data is gathered through a survey. In the survey work-family conflict scale, satisfaction of basic psychological needs scale, life satisfaction scale and turnover intention scale are used. Using the results obtained from the analysis of survey, it is shown that only work-family conflict seems to predict life satisfaction and turnover intention rather than family-work conflict. The study results demonstrate that in the effect of work-family conflict on life satisfaction and turnover intention, satisfaction of basic psychological needs plays a partial intermediary role. The results are discussed in detail with regard to basic needs theory as a framework.

Keywords: *Psychological needs, work-family conflict, turnover intention, life satisfaction*

¹ Anadolu University Faculty of Economics and Administrative Sciences, aacengiz@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7090-289X

² Anadolu University Faculty of Open Education, fer@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0194-616X

Introduction

“It must become culturally acceptable for men to subjugate their career prospects to allow women to succeed” says Peter Mathieson, President of Hong Kong University. In today’s work environment, woman has started to take more active roles and this forced men to contribute more to domestic responsibilities, hence accepting a departure from men’s more traditional role in family. In turn, the need to balance the requirements of multiple roles like work and family both for men and women is felt more and more in our daily activities. Although the work-family conflict, which stems from overlapping of responsibilities of work and family life (Greenhaus and Beutell, 1985, p.77), is observed with different results and variables for different cultures (see Aycan, 2008), it is a problem of both genders (Leslie and Manchester, 2011) and it may eventually result in some individual problems such as job dissatisfaction, life dissatisfaction (Kossek and Ozeki, 1998), low well-being (Parasuraman and Simmers, 2001; Rantanen et al., 2008), marriage dissatisfaction (Aycan and Eskin, 2005), alcohol abuse and depression (Frone, Russell and Cooper, 1997) on individuals.

In order to understand a complicated issue like work-family conflict, researchers have explored the process with different models (see Frone, Russel, Cooper, 1992; Greenhaus et al., 1997). Most of the current studies focus on the premises of the work-family conflict, dual relationship with family-work conflict and its outcomes. What is missing in these studies is lack of emphasis on individual differences affecting the response given to the conflict or the stress level felt by the individuals. Although one can find examples of studies focusing on relationship between work-family conflict and individual differences such as ethnicity (Roehling, Jarvis and Swope, 2005) or personality (Wayne, Musisca and Fleeson, 2004; Bruck and Allen, 2003), in this study, it will be examined whether satisfaction of basic needs can be included in the causal construct of the relationship between work-family conflict and the results this conflict may lead to. Therefore, an answer is searched for why and how multiple roles may cause negative results. It is going to be investigated whether life satisfaction, as an individual outcome of work-family conflict, and turnover intention, as an organizational outcome, can be predicted with satisfaction of psychological needs as an individual difference. Through the research design of this study, initially, the intermediary effect of satisfaction of psychological needs on turnover intention and life satisfaction caused by work-family conflict will be confirmed. Moreover, it is also thought that investigating a topic, which has got many studies in western literature, in Turkish culture with its many unique social and cultural conditions, will produce valuable theoretical and practical information. According to self-determination theory (Deci, et al., 1989; Deci and Ryan, 2008), it is stated that an individual supported for autonomy in work environment or who thinks is supported for autonomy, satisfies his basic needs and for this reason has a high level of well-being. Does satisfaction of basic needs really eliminate the negative effects of work-family conflict in Turkish work life? Or, does satisfaction of basic psychological needs have more positive affect on turnover intention than life satisfaction? Moreover, answering these questions will enable integration of assumptions of theory of basic needs with work-family conflict framework.

The purpose of this study is to understand the interaction between work-family conflict and satisfaction of basic needs, which may affect one's life satisfaction and turnover intention. In this context, effects of work-family conflict and family-work conflict on life satisfaction and turnover intention are examined. It is also shown that satisfaction of basic needs has an intermediary role in the effects of work-family and family-work conflicts on life satisfaction and turnover intention. Figure 1 gives an overview of the conceptual model on which this study is based.

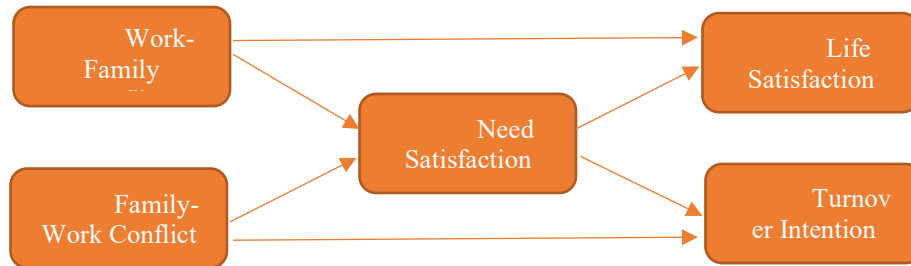


Figure 1. Proposed model for this study

The first part of this study gives basic information about work-family conflict and self-determination. In addition, some literature review is also highlighted. The second part of the study explains the research hypotheses used and their association with corresponding theories.

Theoretical Framework: Work-family Conflict

Work-family conflict models build the assumptions according to role theory (Kahn et.al., 1964), and propose that work-family conflict arises when demands of participation in one domain are incompatible with demands of participation in the other domain (Greenhaus and Beutell, 1985). It argues that it is impossible to fulfill the demands of multiple roles because of deficiencies in resources like time and energy and this leads to unintended consequences for the individuals (Greenhaus and Beutell, 1985). However, this argument causes evaluation of these conflicts between roles as mostly for work roles. In reality, conflict between work and family has got two sub-dimensions that are interrelated, but differing in their premises and results (Gutek, Searler and Kelpa, 1991; Kossek and Ozeki, 1998). Just as the responsibilities in work life may affect the responsibilities in family life negatively, roles in family life may affect the roles in work life negatively, as well (Frone, Yardley and Markel, 1997; Byron, 2005). It is stated that demands in work life affects roles in family life more prevalently (Frone, Russel and Cooper, 1992; Gutek, Searle and Kelpa, 1991; Eagle, Miles and Icenogle, 1997). Especially, as the frequency of adverse events and level of focus on work changes, likelihood of negativity at work affecting family life increases (Maertz and Boyar, 2011). Although there is ambiguity about the influences, while work-family conflict causes problems in family life, family-work conflict causes problems in work life (Frone et al., 1992; Wayne et al., 2004). For example, in the study of Illies and his friends (2007), it was found out that the individuals had less social interaction with the other family members during the times they had work-family conflict.

While family-work conflict causes individuals to feel guilt and anger at work, work-family conflict causes hostility and lack of marriage satisfaction at home (Judge et al., 2006).

Relationship between Work-Family Conflict and Life Satisfaction

The theory named as Broaden and Build proposes positive emotions strengthens psychological resilience and, in this essence, individuals find new resources to deal with stressful life events (Cohn et al., 2009). Although one can see examples of studies (e.g. Greenhaus and Beutell, 1985), where no correlation is found between work-family conflict and life satisfaction, many other studies in the literature shows that individuals facing work-family conflict experience less life satisfaction (see Kossek and Ozeki, 1998; Allen et al., 2000). Emotional events, states and reactions experienced at work are usually carried out to the individuals' non-work life and create role conflict. This opacity does not only affect personal living space of the individuals; since emotions and moods affect other individuals, total life quality decreases. For example, in the study carried out by Demerouti and his friends (2005), it was stated that exhaustion felt by men, not women, due to work-life conflict decreases life satisfaction of their spouses. In study of Özdevecioğlu and Çakmak-Doruk (2009) in Turkey, it was found out that the correlation between family-work conflict and life satisfaction is much stronger than the correlation between work-family conflict and life satisfaction. It was also mentioned that working hours and family-to work interference affected negatively women's life and job satisfaction more than did men in Iran (Karimi, 2008). Perrewe and her friends (1999) analyze these relationships with value attainment perspective. They have found that negative effect of both work-family conflict and family-work conflict on life satisfaction can be explained by value attainment. Values help individuals to form and attain attitudes, and help to evaluate the events. Work-family conflict and family-work conflict lead to perceive that these conflicts are a barrier to hold privileged values, which subsequently decrease life satisfaction. Social support is also one of the other explanatory variables included in work-family framework. Work-to family conflict reduces the degree of family emotional and instrumental support (Adams, King and King, 1996). In connection with the points given so far, following hypotheses are formed:

Hypothesis 1a: There is a negative correlation between Work-family conflict and Life satisfaction.

Hypothesis 1b: There is a negative correlation between Family-work conflict and Life satisfaction.

Work-Family Conflict and Turnover Intention

Role stress theory presumes conflict between work and life is a negative event that individuals can choose to withdrawn from the stressful event. Ahuja and his friends (2007) found that IT specialists who experience work-family conflict suffer from burnout at work which may lead to increase turnover intention. It was also found that work stress, as a similar variable to burnout syndrome, has an intermediary role in the relationship between work-family conflict and turnover intention. As the role conflict and role uncertainty at work increases, there is an increase at job stress and job stress becomes more related to life satisfaction and turnover intention (Grandey and Cropanzano, 1999). Employees, as a response to the negative events causing stress and dissatisfaction, develop turnover intention (Greenhaus et al., 2001). One can see many examples of studies arguing that work-family conflict as well as family-work conflict

predicts turnover intention (see Netemeyer et al., 1996; Boyar et al., 2003). In Lilly, Duffy and Virick's study (2006), it is stated that family-work conflict that women face causes turnover intention as well, unlike men. Another study signed that not family-to-work negative spillover, but work-to-family negative spillover caused turnover intention on staff working in a research intensive university (Watanabe and Falci, 2016). Haar (2004) supported the finding that turnover intention is more accounted by work-family conflict than family-work conflict. In connection with the points given so far, following hypotheses are formed:

Hypothesis 2a: There is positive correlation between Work-family and turnover intention.

Hypothesis 2b: There is positive correlation between Family-work conflict and turnover intention.

Basic Needs and Self-Determination Theory

The needs have an extensive relationship with the psychology, industrial psychology and organizational behavior since it's been related to the concepts of motivation. The main premise of Self Determination Theory is that the satisfaction of the three basic psychological needs, which are autonomy, relatedness and competency, is necessary for psychological well-being and self-development (Deci and Ryan, 2000). According to the theory, natural and innate propensities of every individual guide themselves to develop a holistic personality. In other words, individuals whose basic needs are satisfied can grow and function efficiently.

Autonomy, in contrast with the autonomy that is used in work psychology and meaning freedom and independence, means that the individual stands by his words, and has meaningful and rational explanations for his decisions. Acting on his free will, choosing freely, even if the request comes from an external source internalizing it brings about the satisfaction of need for autonomy.

Relatedness is acceptance shown to the individual by his social environment. (Baumeister and Leary, 1995). Being a part of the team in office and sharing personal and work related problems can satisfy the need of relatedness (Van den Broeck et al., 2008).

Competence, which is the third basic need, is the level of creating the intended impact and the degree of reaching the aim. It is an evaluation of self-efficiency related to the individual's personality in current circumstances.

It is thought that satisfaction of these mentioned needs guide the behaviors of individual and make these behaviors permanent (Gagne and Deci, 2005). However, unsatisfied needs induce psychological and physical problems. (Deci and Vansteenkiste, 2004). Therefore, these needs are thought to be innate and they are assumed to be universal and exist in all cultures (Deci and Ryan, 2000). At this point, the balance among the satisfaction of these three needs must be emphasized (Sheldon and Niemiec, 2006). For example, while satisfying the need of autonomy, not satisfying the individual's need of relatedness may not impact his well-being.

Recent research studies have showed that basic premises of Self-Determination Theory have been supported in many areas including organizational life. In organizational life, basic

psychological needs are related to personal and organizational consequences such as job satisfaction (Van den Broeck et al., 2010), well-being (Gillet et al., 2012; Lynch, Plant and Ryan, 2005; Van den Broeck et al., 2008) intrinsic job motivation (Gagne, 2003), burnout (Fernet et al., 2013), organizational commitment (Gagne et al., 2008) and performance evaluation (Baard, Deci and Ryan, 2004). Gillet and his friends (2012) found out that the organizational support and autonomous leadership perceived by employers predict the basic needs and satisfaction of the needs predicts the well-being. Satisfied individuals are more motivated in work environment, they participate more and their anxiety levels are low (Deci et al., 1989; Baard et al., 2004). Parasuraman and Simmers (2001) found out that autonomy in environment business, excluding the ones who run their own business, decreased the work- family conflict of individuals employed by an organization. Imamoğlu and Beydoğan (2011) found out that satisfying the basic needs increased the psychological well-being and life satisfaction of individuals who are employed in private and public sector. The following hypotheses are created for investigation.

Hypothesis 3a: In relationship between the work-family conflict and life satisfaction, satisfaction of psychological needs has an intermediary role.

Hypothesis 3b: In relationship between the family-work conflict and life satisfaction, satisfaction of psychological needs has an intermediary role.

Hypothesis 4a: In relationship between work-family conflict and turnover intention psychological satisfaction has an intermediary role.

Hypothesis 4b: 4a: In relationship between family-work conflict and turnover intention psychological satisfaction has an intermediary role.

Data and Method

Participants; Participants of this study consist of 122 workers (46 women, 76 men) who work in aviation sector in Eskişehir, Turkey. The institution that the data is collected does not allow publishing the total number of workers; nevertheless, authors take the responsibility and reassure that the sample size is statistically sufficient at a 95% confidence level. The average age of the participants is 38.15 (range: 22-62 years) and average of the participants' working hours in the institution is 13.32 years (range: 1- 40 years). %23 of the participants are graduated from a high school, %62 of the participants are graduated from a university, and also %15 of the participants holds a master's degree. The percentage of married participants is %74.

Procedure; Participants answered the questionnaire in their daily work environments. They are randomly chosen and asked to contribute to the study voluntarily. They were informed that they could stop answering the questionnaire at any time. Participants were not asked about their personal characteristics and guaranteed that all the answers would be kept confidential.

Scales; Work-Family Conflict; The scale that was developed by Carlson, Kacmer and Williams (2000) and adapted to Turkish by Aycan (2014) consists of two sub dimensions: Work-family and family-work conflict. Each dimension has 6 items, and in total there are 12 items. The

preference to the statements in the scale were indicated by 5-point Likert Scale (1=strongly disagree; 5=strongly agree). In this study, it is shown that the work-family conflict scale's reliability was 0.88 and, scale reliability for family-work conflict was 0.85. Two factor total variance explained by the scale was %61.48. Result of the Kaiser-Meyer-Olkin analysis of the scale was 0.81 and Bartlett test of sphericity was statistically significant ($p=.000$). The high score obtained from the sub dimension of the scale may demonstrate that the participants' work-family/family-work conflict levels are also high.

Basic Need Satisfaction at Work Scale; This scale (Ilardi et al., 1993) consists of 21 items and measures in what degree the participants' needs for autonomy, relevance and competence are satisfied. Examples of the scale that consists of three sub dimensions are that "My feelings are considered in the office"; "I do not feel competent while working most of the time" (reverse code) in competence sub dimension; "My thoughts are taken into consideration in office"; "I feel under pressure in office" (reverse code) in autonomy sub dimension; "I get along with my colleagues well"; "Generally I am on my own in office" (reverse code) in relevance sub dimension. Scale was found to be reliable in research conducted in different cultures such as China, Bulgaria and U.S.A. (see Vaansteenkiste et al., 2006; Deci et al. 2001).

Need of competence sub-dimension consists of 6 items, need of autonomy-sub dimension consists of 7 items and need of relevance sub-dimension consists of 8 items. Statements in the scale were answered through 5 point Likert Scale (1= strongly disagree; 5=strongly agree). Scale was adapted to Turkish by İmamoğlu (2004) and internal consistency of its sub dimensions gave reliable results. Scale was used in the work environment for the first time by Beydoğan (2008). Scale's competence, autonomy and relevance dimensions' Cronbach's α values are 0.70, 0.85, 0.70 respectively. In this study scale's Cronbach α value is 0.76.

Since in the scope of research hypothesis scale's dimensions cannot be used, reliability value of the total scale was used. Single factor model's total variance that the scale explains is %39.44. Kaiser- Meyer-Olkin analysis result is 0.77 and its Barlett test resulted as statistically significant ($p=.000$). The high score obtained from the scale demonstrates the participants' basic psychological needs level is high.

Life Satisfaction Scale: the scale which consists of 5 items was developed by Diener and his friends in 1985. Scale in which individuals evaluate their lives accordingly with their self-judgments gives information about general life satisfaction. Examples belonging to scales are as followings: "My life is considerably close to my goal."; "My living conditions are perfect." In factor analysis that Diener and his friends applied to scale, a single structured factor appeared and test- retest correlation was found to be 0.82. Cronbach's α reliability index is 0.87. Scale was answered through 5 point Likert Scale (1=strongly disagree; 5= strongly agree). The scale was adapted to Turkish by Köker (1991) and Yetim (1993). While scale's reliability in Köker's study (1991) was reported to be 0.78, it was reported as .86 in Yetim's study (1993). In this study scale's Cronbach's α value is 0.90. Single factor total variance that scale explains is %71.31. Scale's Kaiser-Meyer-Olkin analysis result is 0.88 and its Bartlett test resulted as statistically

significant ($p=.000$). High score obtained from the scale demonstrates that the participants' life satisfaction level is high.

Turnover Intention Scale: The scale that consists of 5 items was developed by Walsh, Ashford and Hill (1985) and was adapted to Turkish by Ok (2007). Internal consistency of the scale is .92. Example items related to scale are as follows: "I often think about quitting the job."; "I am looking for a different job in a different institution". Scale was answered through 5 points Likert Scale (1=strongly disagree; 5= strongly agree). In this study Scale's Cronbach Alfa value was found to be 0.85. Single factor total variance that scale explains is %62.68. Kaiser-Meyer-Olkin analysis result is 0.83 and its Barlett test resulted as statistically significant ($p=.000$). High score obtained from scale demonstrates that the participants' turnover tendencies are high.

Data Analysis and Results

The statistical data analysis is carried out by using IBM SPSS 24.0. In Table 1, descriptive statistics of variables and correlation values between the variables are shown.

Table 1. Mean, standard deviation and correlation coefficients of the variables*

Variab	Mi	Me	1	2	3	4	5
1.	1.	2.5	. .88	.	-.1	-.32	.26
2.	1.	1.8	.	.	-.1	-.03	-.03
3. BNS	1.	3.5	.	.	.7	.29	-.37
4. LS	1.	3.090	-.26
5. TI	1.	1.885

*Bold-Italic Numbers represent Cronbach alpha values, BNS= *Basic Need Satisfaction*; LS=Life satisfaction; TI= *Turnover Intention*. * $p<0.05$;

** $p<0.01$

Table 1 shows that there is a weak yet statistically significant relationship between work-family conflict and family-work conflict ($r=0.23$, $p<.05$). There is a weak negative and statistically significant correlation between work-family conflict and satisfaction of psychological needs ($r=0.19$, $p<.05$). There is no statistically significant correlation between family-work conflict and satisfaction of psychological needs. While there is a moderate negative and statistically significant correlation between work-family conflict and life satisfaction ($r=-.32$, $p<.01$), there is a weak, yet positive and statistically significant correlation between work-family conflict and turnover intention ($r=.26$, $p<.01$). There is no correlation between those variables and family work conflict. There is a moderate statistically significant correlation between satisfaction of basic psychological needs and life satisfaction ($r=.29$, $p<.01$) and turnover intention ($r=-.37$, $p<.01$). Additionally, there is a weak negative and statistically significant correlation between life satisfaction and turnover intention ($r=-.26$, $p<.01$).

Regression analysis has been used to test the influence of work-family conflict on turnover intention and intermediary role of psychological needs on this influence. In order for

intermediary influence to be analyzed, four conditions need to be ensured according to Baron and Kenny (1986).

1. Life satisfaction and turnover intention should be predicted by work family conflict.
2. Satisfaction of basic psychological needs should be predicted by work-family conflict.
3. Life satisfaction and turnover intention should be predicted satisfaction of basic psychological needs.
4. When satisfaction of psychological needs is controlled, influence of work family conflict on life satisfaction and turnover intention should decrease.

In this regard, no further progression to other steps of hierarchical regression analysis is needed since during the first phase, it was observed that there was no statistically significant influence of family-work conflict, which is one of the independent variables, on satisfaction of psychological needs, whose intermediary role is being investigated ($\beta = -.145, p > .05$).

Table 2 shows the results of the four phased hierarchical regression analysis, which was made to test the intermediary role of satisfaction of psychological needs in the influence of work family conflict on life satisfaction, show that work family conflict affects life satisfaction meaningfully and negatively when the influence of the controlled variable education, which affects life satisfaction the most, is kept constant ($\beta = -.310, p < .01$). In the second phase effect of work family conflict on satisfaction of psychological needs was also investigated. A negative and statistically significant effect was found when the education variable, which affects the satisfaction of psychological needs the strongest, was kept constant ($\beta = -.196, p < .05$). In the third phase effect of satisfaction of psychological needs, whose intermediary role was tested, on life satisfaction was investigated and a positive and statistically significant correlation was found ($\beta = .329, p < .01$). In the last phase, work-family conflict and satisfaction of psychological needs, whose intermediary role was tested, were put in analysis together and their effect on life satisfaction was investigated. Results of the analysis show that there is an increase in R^2 ($\Delta R^2 = .171$) and the effect of work family conflict on life satisfaction, which was present in the first phase, dropped from $-.310$ to $-.261$. Sober test was applied to check if the partial intermediary role was statistically significant. The results of this test showed that ($z = -2.64, p < .030$) satisfaction of psychological needs played a partial intermediary role in the effect of work-family conflict on turnover intention. Therefore, Hypothesis 1a and 3a are accepted.

Table 2. Regression analysis results to test the influence of work-family conflict on turnover intention and intermediary role of psychological needs.

Life satisfaction			
Test 1-Life satisfaction			
	β	t	
<i>Step 1</i>			
Education	-.196*	-2.165	
<i>Step 2</i>			
Education	-.161	-1.852	
Work-Family Conflict	-.310**	-3.567	
$R^2 = .134$	Adjusted $R^2 = .119$	$\Delta R^2 = .095$	F=8.943, p=.000
Test 2- Satisfaction of psychological needs			
	β	t	
<i>Step 1</i>			
Education	.188*	2.069	
<i>Step 2</i>			
Education	.173	1.904	
Work-family Conflict	-.196*	-2.143	
$R^2 = .071$	Adjusted $R^2 = .063$	$\Delta R^2 = .029$	F=3.551, p=.032
Test 3- Life satisfaction			
	β	t	
<i>Step 1</i>			
Education	-.196*	-2.165	
<i>Step 2</i>			
Education	-.252**	-2.886	
Psychological Needs	.329**	3.773	
$R^2 = .144$	Adjusted $R^2 = .129$	$\Delta R^2 = .105$	F=9.727, p=.000
Test 4- Life satisfaction			
	β	t	
<i>Step 1</i>			
Education	-.196*	-2.165	
<i>Step 2</i>			
Education	-.214*	-2.520	
Work-Family Conflict	-.261**	-3.084	
Psychological Needs	.283**	3.312	
$R^2 = .209$	Adjusted $R^2 = .188$	$\Delta R^2 = .171$	F=10.131,

Table 3. Regression analysis results to test the intermediary role of satisfaction of psychological needs in the effect of work-family conflict on turnover intention

Turnover Intention		
Test 1-Turnover Intention		
	β	t
<i>Step 1</i>		
Marital Status	.185*	2.175

<i>Step 2</i>			
Marital Status	.173		1.919
Work-Family Conflict	.276**		3.163
R² = .106	Adjusted R² = .091	Δ R² = .076	F = 6.984, p = .001
<i>Test 2- Satisfaction of Psychological Needs</i>			
	β		t
<i>Step 1</i>			
Marital Status	.188*		2.069
<i>Step 2</i>			
Marital Status	.173		1.904
Work-Family Conflict	-.196*		-2.143
R² = .058	Adjusted R² = .041	Δ R² = .029	F = 3.551, p = .032
<i>Test 3- Turnover Intention</i>			
	β		t
<i>Step 1</i>			
Marital Status	.185*		2.175
<i>Step 2</i>			
Marital Status	.144		1.692
Psychological Needs	-.356**		-4.199
R² = .156	Adjusted R² = .142	Δ R² = .126	F = 10.916, p = .000
<i>Test 4- Turnover Intention</i>			
	β		t
<i>Step 1</i>			
Marital Status	.185*		2.175
<i>Step 2</i>			
Marital Status	.156		1.889
<i>Step 3</i>			
Psychological Needs	.227**		2.721
Psychological Needs	-.322**		-3.849
R² = .206	Adjusted R² = .186	Δ R² = .176	F = 10.140, p = .000

Table 3 shows the results of the four-phased hierarchical regression test, which was made to test the intermediary role of satisfaction of psychological needs in the effect of work-family conflict on turnover intention, showed that when the effects of marital status, which is the controlled variable that affects turnover intention the strongest, are kept constant, work-family conflict has a positive and statistically significant effect on turnover intention ($\beta = .276, p < .05$). In the second phase effect of work-family conflict on satisfaction of psychological needs was investigated. When the education variable, which affects satisfaction of psychological needs the strongest, was kept constant, a negative and statistically significant effect was observed ($\beta = -.196, p < .05$). In the third phase effect of satisfaction of psychological needs, whose intermediary role was tested, on turnover intention was researched and a negative and statistically significant correlation was found ($\beta = -.356, p < .01$). In the last phase work-family conflict and satisfaction of psychological needs, whose intermediary role was tested, were put in analysis together and

their effect on turnover intention was investigated. Results of the analysis showed that R^2 increased ($\Delta R^2 = .176$) and the effect of work family conflict on turnover intention, which was present in the first phase, dropped from .276 to .227. Sober test was applied to test if the partial intermediary role was statistically significant. Results of this test ($z=2.44$, $p<.027$) showed that satisfaction of psychological needs has a partial intermediary role in the effect of work-family conflict on turnover intention. Therefore, Hypothesis 2a and 4a are accepted.

Conclusions

Work-family conflict and family-work conflict are two distinct, but also related forms of inter-role conflict in which the conflict stems from the role pressures associated with participation in different contexts like organizations or groups (Kahn et al., 1964). Being in organization and having a role in work domain can produce role strains in family domain due to time pressures, emotional exhaustion. Also, the other form can be analyzed from the same perspective that having responsibilities in family context can produce work stress and negative attitudes related to job or work. Two types of conflict result from overabundant demands and incompatible responsibilities. Theoretical knowledge in literature brings the subject in to two types of conflict in context of the outcomes in work domain (turnover intention) and in non-work domain (life satisfaction). We expected that two types of conflict have a linkage with turnover intention and life satisfaction. However, the findings of the study supported the expectation only for work-family conflict. The analysis showed that only work-family conflict predicted life satisfaction and turnover intention, not family-work conflict. The negative relationship between work-family conflict and life satisfaction has frequently been addressed and reported in studies (Kossek and Ozeki, 1998; Adams et al., 1996; Özdevecioğlu and Çakmak-Doruk, 2009). Addition to life satisfaction, another outcome frequently and strongly associated with work-family conflict is turnover intention (See Allen et al., 2000) Employees may try to find the ways to escape or flee away from the stressful situation. Family-work conflict did not exert its negative influences in non-work domain and work domain. Besides previous research has often found family-work conflict causes negative outcomes related to work and non-work domain, (Frone, Yardley and Markel, 1997; Byron, 2005; Özdevecioğlu and Çakmak-Doruk, 2009), in this research no correlation found among family-work conflict and life satisfaction, and turnover intention. In general, family-work conflict is more prevalent than work-family conflict. The participants in this study may not experience family-work conflict due to regular working hours. The other explanation for this finding can be the role of being a part of a family. Still family is one of the strongest sources of life satisfaction in collectivist cultures like Turkey (Yeung and Fung, 2007). As Kağıtçıbaşı and Ataca (2005) stated, family has a psychological interdependence model in Turkey, which serves to satisfy our relatedness needs. Social support, societal contract and emotional ties are still strong in family members in Turkey (İmamoğlu and Karakitapoğlu-Aygün, 1999). This perspective can be the causal explanation of the zero-effect of family-work conflict on life satisfaction and turnover intention.

Self-determination theory assumes that individuals whose basic needs are supported in social environments improve and function effectively. This study, similar to the findings of other

studies (Gillet et al., 2012; Lynch et al., 2005; Van den Broeck et al., 2010) shows that basic premises of self-determination theory are valid in organization environments. Individuals satisfying their needs are more motivated in work environment, show more participation and have less anxiety (Deci et al., 1989; Baard et al., 2004). In this study, it was found that satisfaction of needs decreases the negative effect of work-family conflict on life satisfaction and weakens turnover intention. In other words, it was found that satisfaction of basic psychological needs plays a partial intermediary role in the effect of work-family conflict on life satisfaction and turnover intention.

The most basic restriction of this study is that it was carried out in one establishment and it depends on the personal presentations of the workers. For this reason, it is impossible to generalize the findings of this study. In the following studies researching different jobs in different cities might be helpful.

For the further studies, studying the relationship between self-determination theory and basic variables of organizational behavior will be helpful. Especially, studying the effects of leadership styles on satisfaction of psychological needs will be of great importance. Besides, identifying which needs are satisfied most in Turkish culture might provide a different perspective in motivation theories.

References

- Adams, G. A., King, L. A., & King, D. W. (1996). Relationships of job and family involvement, family social support, and work-family conflict with job and life satisfaction. *Journal of Applied Psychology, 81*(4), 411-420.
- Ahuja, M. K., Chudoba, K. M., Kacmar, C. J., McKnight, D. H. & George, J. F. (2007). IT road warriors: Balancing work-family conflict, job autonomy, and work overload to mitigate turnover intentions. *MIS Quarterly, 31*(1), 1-17.
- Allen, T. D., Herst, D. E., Bruck, C. S., & Sutton, M. (2000). Consequences associated with work-to-family conflict: A review and agenda for future research. *Journal of Occupational Health Psychology, 5*(2), 278-308.
- Aycan, Z. (2014). *Work-Family Balance*. International Research Project. Project no: 3535.
- Aycan, Z. (2008). Cross-Cultural Approaches to Work-family Conflict. K. Korabik, D. S. Lero & D. L. Whitehead (Eds), In *Handbook of Work-Family Integration: Research, Theory and Best Practices*, (pp.353-370). Boston: Academic Publisher.
- Aycan, Z. ve Eskin, M. (2005). Relative contributions of childcare, spousal support, and organizational support in reducing work-family conflict for men and women: The Case of Turkey, *Sex Roles, 53*(7-8), 453-471.

- Baard, P. P., Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2004). Intrinsic need satisfaction: A motivational basis of performance and well-being in two work settings. *Journal of Applied Social Psychology, 34*(10), 2045-2068.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology, 51*(6), 1173-1963.
- Baumeister, R. F. & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin, 117*(3), 497-529.
- Beydoğan, B. (2008). *Self-construal Differences in Perceived Work Situation and Well-Being* (Yayımlanmamış Doktora Tezi), ODTÜ/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Boyar, S. L., Maertz Jr, C. P., Pearson, A. W., & Keough, S. (2003). Work-family conflict: A model of linkages between work and family domain variables and turnover intentions. *Journal of Managerial Issues, 15*(2), 175-190.
- Bruck, C. S., & Allen, T. D. (2003). The relationship between big five personality traits, negative affectivity, type A behavior, and work–family conflict. *Journal of Vocational Behavior, 63*(3), 457-472.
- Byron, K. (2005). A meta-analytic review of work–family conflict and its antecedents. *Journal of Vocational Behavior, 67*(2), 169-198.
- Carlson, D. S., Kacmar, K. M., & Williams, L. J. (2000). Construction and initial validation of a multidimensional measure of work-family conflict. *Journal of Vocational Behavior, 56*(2), 249-276.
- Cohn, M. A., Fredrickson, B. L., Brown, S. L., Mikels, J. A., & Conway, A. M. (2009). Happiness unpacked: positive emotions increase life satisfaction by building resilience. *Emotion, 9*(3), 361-368.
- Deci, E. L. & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry, 11*(4), 227-268.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian Psychology, 49*(3), 182-185.
- Deci, E. L., Connell, J. P., & Ryan, R. M. (1989). Self-determination in a work organization. *Journal of Applied Psychology, 74*(4), 580-590.
- Deci, E. L., & Vansteenkiste, M. (2004). Self-determination theory and basic need satisfaction: Understanding human development in positive psychology. *Ricerche di Psicologia, 27*(1), 23-40.
- Deci, E. L., Ryan, R. M., Gagné, M., Leone, D. R., Usunov, J., & Kornazheva, B. P. (2001). Need satisfaction, motivation, and well-being in the work organizations of a former eastern bloc

country: A cross-cultural study of self-determination. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(8), 930-942.

Demerouti, E., Bakker, A. B., & Schaufeli, W. B. (2005). Spillover and crossover of exhaustion and life satisfaction among dual-earner parents. *Journal of Vocational Behavior*, 67(2), 266-289.

Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J. & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71-75.

Eagle, B. W., Miles, E. W., & Icenogle, M. L. (1997). Interrole conflicts and the permeability of work and family domains: Are there gender differences? *Journal of Vocational Behavior*, 50(2), 168-184.

Fernet, C., Austin, S., Trépanier, S. G. & Dussault, M. (2013). How do job characteristics contribute to burnout? Exploring the distinct mediating roles of perceived autonomy, competence, and relatedness. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 22(2), 123-137.

Frone, M. R., Russell, M. & Cooper, M. L. (1992). Antecedents and outcomes of work-family conflict: Testing a model of the work-family interface. *Journal of Applied Psychology*, 77(1), 65-78.

Frone, M. R., Yardley, J. K., & Markel, K. S. (1997). Developing and testing an integrative model of the work-life interface. *Journal of Vocational Behavior*, 50, 145-167.

Frone, M. R., Russell, M., & Cooper, M. L. (1997). Relation of work-family conflict to health outcomes: A four-year longitudinal study of employed parents. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 70(4), 325-335.

Gagne, M. & Deci, E. L. (2005). Self-determination theory and work motivation. *Journal of Organizational Behavior*, 26(4), 331-362.

Gagne, M. (2003). Autonomy support and need satisfaction in the motivation and well-being of gymnasts. *Journal of Applied Sport Psychology*, 15(4), 372-390.

Gagne, M., Chemolli, E., Forest, J. & Koestner, R. (2008). A temporal analysis of the relation between organizational commitment and work motivation. *Psychologica Belgica*, 48(2-3), 219-241.

Gillet, N., Fouquereau, E., Forest, J., Brunault, P. & Colombat, P. (2012). The impact of organizational factors on psychological needs and their relations with well-being. *Journal of Business and Psychology*, 27(4), 437-450.

Gutek, B., Searle, S., & Kelpa, L. (1991). Rational versus gender role explanations for work-family conflict. *Journal of Applied Psychology*, 76, 560-568.

Grandey, A. A. & Cropanzano, R. (1999). The conservation of resources model applied to work-family conflict and strain. *Journal of Vocational Behavior*, 54(2), 350-370.

- Greenhaus, J. H. & Beutell, N. J. (1985). Sources of conflict between work and family roles. *Academy of Management Review*, 10, 76-88.
- Greenhaus, J. H., Collins, K. M., Singh, R. & Parasuraman, S. (1997). Work and family influences on departure from public accounting. *Journal of Vocational Behavior*, 50(2), 249-270.
- Greenhaus, J. H., Parasuraman, S. & Collins, K. M. (2001). Career involvement and family involvement as moderators of relationships between work-family conflict and withdrawal from a profession. *Journal of Occupational Health Psychology*, 6(2), 91-100.
- Haar, J. M. (2004). Work-family conflict and turnover intention: Exploring the moderation effects. *New Zealand Journal of Psychology*, 33(1), 35-39.
- Ilardi, B. C., Leone, D., Kasser, T. & Ryan, R. M. (1993). Employee and supervisor ratings of motivation: Main effects and discrepancies associated with job satisfaction and adjustment in a factory setting. *Journal of Applied Social Psychology*, 23, 789-1805.
- Ilies, R., Schwind, K. M., Wagner, M. T., Johnson, M. D., DeRue, D. S. & Ilgen, D. R. (2007). When can employees have a family life? The effects of daily workload and affect on work-family conflict and social behaviors at home. *Journal of Applied Psychology*, 92, 1368-1379.
- İmamoğlu, E. O. (2004). *Self-related Correlates of Well-being*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), ODTÜ/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- İmamoğlu, E. O., & Beydoğan, B. (2011). Impact of self-orientations and work-context-related variables on the well-being of public-and private-sector Turkish employees. *The Journal of Psychology*, 145(4), 267-296.
- İmamoğlu, E. O. & Karakitapoğlu, Aygün, Z. (1999). 1970'lerden 1990'lara değerler: Üniversite düzeyinde gözlenen zaman, kuşak ve cinsiyet farklılıkları. *Türk Psikoloji Dergisi*, 14(44), 1-22.
- Judge, T. A., Ilies, R., & Scott, B. A. (2006). Work-family conflict and emotions: Effects at work and at home. *Personnel Psychology*, 59(4), 779-814.
- Kagıtcıbası, C., & Ataca, B. (2005). Value of children and family change: A three-decade portrait from Turkey. *Applied Psychology*, 54(3), 317-337.
- Kahn, R. L., Wolfe, D. M., Quinn, R. P., Snoek, J. D. & Rosenthal, R. A. (1964). *Organizational Stress: Studies in Sole Conflict and Ambiguity*. England: Oxford.
- Karimi, L. (2008). Do female and male employees in Iran experience similar work-family interference, job, and life satisfaction? *Journal of Family Issues*, 30(1), 124-141.
- Kossek, E. & Ozeki, C. (1998). Work-family conflict, policies, and the job-life satisfaction relationship: A review and directions for organizational behavior-human resources research. *Journal of Applied Psychology*, 83(2), 139-149.

- Köker, S. (1991). *A Comparison of Life Satisfaction of Normal and Delinquent Adolescence. (In Turkish)*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Leslie, L. M. & Manchester, C. F. (2011). Work-family conflict is a social issue not a women's issue. *Industrial and Organizational Psychology*, 4(3), 414-417.
- Lilly, J. D., Duffy, J. A., & Virick, M. (2006). A gender-sensitive study of McClelland's needs, stress, and turnover intent with work-family conflict. *Women in Management Review*, 21(8), 662-680.
- Lynch Jr, M. F., Plant, R. W., & Ryan, R. M. (2005). Psychological needs and threat to safety: implications for staff and patients in a psychiatric hospital for youth. *Professional Psychology: Research and Practice*, 36(4), 415-425.
- Maertz Jr, C. P., & Boyar, S. L. (2011). Work-family conflict, enrichment, and balance under "levels" and "episodes" approaches. *Journal of Management*, 37(1), 68-98.
- Netemeyer, R. G., Boles, J. S., & McMurrian, R. (1996). Development and validation of work-family conflict and family-work conflict scales. *Journal of Applied Psychology*, 81(4), 400-410.
- Ok, A.B. (2007) Correlates of organizational commitment: A special emphasis on organizational communication. *Unpublished Master of Science Thesis*, Ankara: METU.
- Özdevecioğlu, M. & Çakmak-Doruk, N. Ç. (2009). The effects of work-family conflict and family-work conflict on employee's job and life satisfaction in organizations. (in Turkish) *Erciyes University Faculty of Economics and Administrative Sciences*, 33, 66-99.
- Parasuraman, S. & Simmers, C. A. (2001). Type of employment, work-family conflict and well-being: A comparative study. *Journal of Organizational Behavior*, 22(5), 551-568.
- Perrewé, P. L., Hochwarter, W. A., & Kiewitz, C. (1999). Value attainment: An explanation for the negative effects of work-family conflict on job and life satisfaction. *Journal of Occupational Health Psychology*, 4(4), 318-326.
- Rantanen, J., Kinnunen, U., Feldt, T. & Pulkkinen, L. (2008). Work-family conflict and psychological well-being: Stability and cross-lagged relations within one-and six-year follow-ups. *Journal of Vocational Behavior*, 73(1), 37-51.
- Roehling, P. V., Jarvis, L. H., & Swope, H. E. (2005). Variations in negative work-family spillover among white, black, and Hispanic American men and women: Does ethnicity matter? *Journal of Family Issues*, 26(6), 840-865.
- Sheldon, K. M., & Niemiec, C. P. (2006). It's not just the amount that counts: Balanced need satisfaction also affects well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91(2), 331-341.

- Van den Broeck, A., Vansteenkiste, M., De Witte, H. & Lens, W. (2008). Explaining the relationships between job characteristics, burnout, and engagement: The role of basic psychological need satisfaction. *Work & Stress*, 22(3), 277-294.
- Van den Broeck, A., De Cuyper, N., De Witte, H., & Vansteenkiste, M. (2010). Not all job demands are equal: Differentiating job hindrances and job challenges in the job demands–resources model. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 19(6), 735-759.
- Vansteenkiste, M., Lens, W., & Deci, E. L. (2006). Intrinsic versus extrinsic goal contents in self-determination theory: Another look at the quality of academic motivation. *Educational Psychologist*, 41, 19-31.
- Walsh, J. P., Ashford, S. J. & Hill, T. E. (1985). Feedback obstruction: The influence of the information environment on employee turnover intentions. *Human Relations*, 38(1), 23-46.
- Watanabe, M. & Falci, C. A. (2016). A demands and resources approach to understanding faculty turnover intentions due to work-family balance. *Journal of Family Issues*, 37(3), 393-415.
- Wayne, J. H., Musisca, N., & Fleeson, W. (2004). Considering the role of personality in the work–family experience: Relationships of the big five to work-family conflict and facilitation. *Journal of Vocational Behavior*, 64(1), 108-130.
- World Economic Forum. “13 quotes on women and work”, March 2018, URL: <https://www.weforum.org/agenda/2016/03/quotes-on-women-at-work/>
- Yetim, U. (1993). Life Satisfaction: A Study Based on the Organization of Personal Projects. *Social Indicators Research*, 29, 277-289.
- Yeung, G. T., & Fung, H. H. (2007). Social support and life satisfaction among Hong Kong Chinese older adults: family first? *European Journal of Ageing*, 4(4), 219-227.



İdeoloji, Söylem ve İletişim Çalışmalarında Ruth Wodak

Ideology, Discourse and Ruth Wodak in Communication Studies

Fatma Çakmak¹ – Yasemin Bilişli²

Başvuru Tarihi: 11.06.2018

Kabul Tarihi: 18.02.2019

Öz

Eleştirel söylem çalışmalarının öncü isimlerinden olan Ruth Wodak'a göre, yönetenlerin söylemlerinde yatan gizli-örtük ya da açık ifadeleri eleştirel bir bakış açısıyla sorgulayabilmek ve bunları anlayabilmek son derece değerlidir. Bu çalışma söylem ve ideolojiden yola çıkarak ortaya koyulan eleştirel söylem yaklaşımlarını ve Lanchester Üniversitesi'nde Söylem Çalışmaları Başkanı olan Prof. Dr. Ruth Wodak'ın öncülüğünde geliştirilen söylem- tarihsel yaklaşımını tanımlamak ve ayrıca, bu bağlamda yaptığı bazı analizleri ortaya koymak adına yapılmıştır.

Bu çalışmada öncelikle söylem, ideoloji, eleştirel söylem analizi gibi kavramlar açıklanmış, ardından "söylem"i bağlı olduğu tarihsel süreç içerisinde ele alan ve Wodak'ın geliştirdiği söylem- tarihsel yaklaşımı tanımlanmış ve Wodak'ın yaptığı bazı analizler üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Ruth Wodak, İdeoloji, Söylem, Eleştirel Söylem Analizi, Söylem- Tarihsel Yaklaşım*

Abstract

Ruth Wodak who is one of the pioneers of critical discourse studies, is extremely valuable on behalf of criticizing with a critical perspective that secret- implicit or explicit statement lies in the discourse of governments and for understanding these. This study is made to reveal that the life of Ruth Wodak who is the president of discourse approaches revealed based on discourse and ideology and to identify discourse- historical approach which developed under the leadership of Ruth Wodak and also some analysis done in this context.

In the first part of the study, concepts are explained such as discourse analysis, in general different theoretical levels are covered in critical discourse analysis. In the second part of the study focusing on defining discourse- historical approach which is developed by Ruth Wodak who considered

¹ Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Fethiye Ali Sıtkı Mefharet Koçman MYO, fatmacakmak@mu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7276-5016

² Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, yasemin@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9272-9568

discourse in related to the historical process, and focusing on some analysis are were made with this approach.

Keywords: *Ruth Wodak, Ideology, Discourse, Critical Discourse Analysis, The Discourse-Historical Approach*

Giriş

Ruth Wodak söylem- tarihsel yaklaşımının öncüsü ve eleştirel söylem analistlerinin önde gelen bilim insanlarından birisi olarak ırkçılık, anti-semitizm ve yabancı düşmanlığı alanlarında eleştirel söylem analizi yöntemiyle çalışmalar yapmaktadır. Ruth Wodak, modern toplumların ekonomi, bilim, teknoloji, iletişim ve daha fazla konuda yaşadığı karmaşıklıkları; toplumların birbiriyle ilişkileri ve toplum içindeki gruplaşmalar, ulusal devletler ve uluslararası kuruluşlar arasında oluşan çelişkiler ve gerginlikler olarak açıklamaktadır. Nedensel modellerin bunlarla ilgili söylemleri açıklamak için yeterli olmadığını ve daha hermenotik bir yolda çalışılması gerektiğini vurgulamakta, farklı semptomların arasındaki ilişkileri açıklama ve ilişkilendirme konusunda “semptomataloji” üzerinde durmaktadır. “Düşündüğüm şeyi söylemekten asla vazgeçmem” sözüyle tanınan Wodak’ın, araştırmaları ağırlıklı olarak, söylem çalışmaları ve eleştirel söylem analizi ve söylem- tarihsel yaklaşımı ile ilgilidir.

Wodak’a göre söylem; tek başına bir dil veya bir ifade şekli değil, toplumsal olan unsurların belirli bir yorumudur. Bu manâda söylem, gerçekliğin direkt yansıması olmayıp, gerçekliğin belirli bir bakış açısıyla yeniden kurulduğu bir güçtür (Fairclough ve Wodak, 1997, s. 259). Bu karmaşık yapının içinde ayrıca, dil kullanımındaki gizli/ örtük ideolojik etkiler de bulunmaktadır. Bu doğrultuda Wodak, söylemin içinde yer alan bu kapalı iletilerde yatan egemen ideolojinin ortaya çıkarılmasını sağlayan çalışmalar yapmaktadır.

Ruth Wodak’ın söylem ve ideolojiye bakış açısını ve geliştirdiği söylem- tarihsel yaklaşımını çalışmalarında nasıl uyguladığını tespit edebilmek için yapılan çalışmada öncelikle söylem, ideoloji ve eleştirel söylem analizi konuları ele alınmış, ardından söylem- tarihsel yaklaşımının kuramsal yapısı incelenmiş ve Wodak’ın yaptığı analizlerden bazılarına yer verilmiştir.

Wodak’a Göre Söylem

Söylem, en kısa tanımıyla, dilin, belirli anlamlara gelecek şekilde kullanılmasıdır. Birbirinden farklı birçok alana hâkim olan, farklı ifade şekilleri, kelime hazneleri, hatta farklı gramer yapılarıyla o alanın kendine has özelliklerini yansıtan dilsel bir yapı anlamında kullanıldığında, bilimsel söylem, hukuki söylem, politik söylem gibi sayısız söylemden bahsedilebilir (Fairclough and Wodak, 1997, s. 259).

Wodak’a göre söylem, tarihsel bir kaideden, yani “Lieu de memoire”, bir politika, bir politik strateji, kısıtlı ya da geniş anlamdaki anlatı, metin, konuşma, söylem ve konuyla ilgili söyleşilerden dile kadar uzanan her şey anlamına gelmektedir. Irkçı söylem, cinsiyetçi söylem,

istihdam/işsizlik hakkındaki söylemler, medya söylemi, popülist söylem, geçmişin söylemleri ve daha birçok söylem gibi kavramlar bulunmaktadır. Böylece söylemin anlamı bir türden bir kayıt ya da stile ya da bir yapıdan politik bir programa kadar genişletilmiş olmaktadır. Bu da bir karmaşa yaratarak çok sayıda eleştiriye ve daha fazla yanlış anlamaya neden olmaktadır (Wodak vd., 2009). Söylem, içinde barındırdığı anlamlarla kitleleri etkileyebilme gücüne sahip olmasından dolayı, analiz edilerek asıl anlamın ortaya çıkarılması gereken bir öneme sahiptir. Söylem aracılığıyla, ideolojik etkilerle, kavramlar ve kişiler temsil edilmekte ve konumlandırılabilen, toplumsal sınıf, cinsiyet, ırk ya da kültürel olarak eşitsizliklerin var olduğu güç ilişkilerinin üretilmesi ya da yeniden üretilmesi gerçekleşebilmektedir. Toplumsal yaşamın herhangi bir yönüne ilişkin güç ilişkileri ve ideoloji yükleme biçimleri gibi yanıltıcı varsayımlar genellikle söylemlerde şeffaf bir biçimde verilmemekte, söylemlerin altına gizlenebilmektedir (Fairclough ve Wodak, 1997, s. 258). Bu yönüyle söylemler içinde subliminal mesajlar barındırmakta ve kitleler farkında olmadan yönlendirilebilmektedir. Dahası söylem, gücü elinde bulunduranlar tarafından sistematik olarak, toplumsal eşitsizlikleri pekiştirmekte ve bunu doğal ve kaçınılmaz bir hale getirerek iktidarı meşrulaştırma aracı olarak kullanmaktadır.

Wodak'a Göre İdeoloji

Wodak ve van Dijk, söylem ve ideoloji arasındaki ilişkiye dikkat çekmişlerdir. Bu durumu; öznenin toplumsallaşma sürecinde, ait olduğu toplumun ideolojisini, söylem aracılığıyla paylaşılan toplumsal temsiller sayesinde içselleştirdiği, kendi ürettiği her söylemde ise aynı toplumsal temsilleri, grup içi üyelerle iletişim kurarken yeniden ürettiği ve grup dışı üyelerle yine söylem aracılığıyla tartışma, savunma ve meşrulaştırma bağlamında bu temsilleri sürdürdüğü şeklinde açıklamıştır (Yağcıoğlu ve Değer, 2002). İdeolojiler aslında söylemler aracılığıyla iletilmekte ve söylemler sayesinde zihinlere yerleşmektedir.

İdeolojiler güç, egemenlik, sömürüyü kurma ve sürdürmeye katkıda bulunan dünya gerçeklerinin temsilidir (Fairclough, 2003, s. 218). Hâkim ideolojiler, doğal görünümüyle, toplumdaki birçok kişiye belirli konularda aynı düşündürmekte ve hatta statükoya alternatifler olduğunu unutturarak hegemonyanın kurulmasına sebep olmaktadır (Wodak ve Meyer, 2009, s. 8). Gramsci, yönetilenlerin kendi rızalarıyla, üretilen ideolojiye ve sömürüye boyun eğmelerini hegemonya olarak tanımlar. Bu yönüyle hegemonya beraberinde, ideolojinin ve günlük hayatın yapılarıyla pratiklerinin, kapitalist toplumsal ilişkileri nasıl rutin olarak normalleştirdiğini de gösterir (Fairclough ve Wodak, 1997, s. 261). Toplumlardaki hegemonik ideoloji aslında kapitalizmin benimsenmesi ve kitlelerin bu sisteme dâhil olma gerçeğini yaratmaktadır.

Her söylem, metin, dil kullanımı ya da toplumsal pratik, ideolojik amaçla kullanılmakta ve böylece söylem, dilbilimsel işaretler ve sembollerle sınıf mücadelesini yansıtan bir alan olmaktadır (Yağcıoğlu ve Değer, 2002).

İnal'ın (1996) ifade ettiği gibi; aynı grubu nitelerken kullanılan birbirinden farklı ifadeler özünde yine birbirinden farklı ideolojik yaklaşımları içermektedir. Terörist, militan, gerilla,

özgürlük savaşçısı ya da eşkıya kavramları aynı grup için farklı ideolojileri vurgulayan ifadelerdir. Bunun yanısıra yaşanan durumla ilgili sorumluluğun kime yüklendiği de önemli bir konudur. Çoğu araştırma, egemen sınıfın olayın aktörü olduğu olumsuz eylemlerde cümle yapılarının edilgen, olumsuzluğun güçsüz kesimlere ait olduğu durumlarda etken kurulduğunu ortaya koymuştur. İlk durumda olumsuzluk gizlenmekte, diğerinde ise öne çıkarılması amaçlanmaktadır. “Biz” olarak görülenlerin olumsuzlukları gizlenirken, “onlar” olarak görülenlerin olumsuzlukları etken cümle yapılarıyla kurgulanır. Van Dijk’in vurguladığı “biz ve onlar” karşıtlığı ideolojinin aktarılması için söylemlerde sıklıkla kullanılır.

İdeolojinin tutarlı ve görelî olarak stabil değerler ya da inançlar dizisi olarak ifade edilen temel tanımı siyaset biliminde aynı kalsa da birçok dönüşümden geçmiştir. Faşizm, komünizm ve soğuk savaş zamanında totaliter ideolojinin karşısına demokrasi çıkmıştır, yani kötüyle iyi. Eğer van Dijk ve Fairclough’un belirttiği gibi; “yeni kapitalizm ideolojisinden” bahsedilecek olunursa, ideoloji yine “kötü” bir çağrışıma sahiptir.

İdeolojinin söylem aracılığıyla yansıtılması, söylemin oluştuğu bağlam ile yakından ilişkilidir. Viyana Okulu’nun yaklaşımına göre, söylemin bağlamını oluşturan üç boyut bulunmaktadır (Akt., Büyükkantarcioglu, 2001, s. 178);

1. Karşılıklı konuşan iki konuşmacının birbirlerinin söylemlerine verdikleri olumlu ya da olumsuz tepki niteliğindeki söylemlerinin ideolojik bir boyut taşıması gibi; bir sözcenin, önceki sözcelerle ilişkisinden doğan iç/eş bağlam
2. Belli sözceyi üretenin kültürel, ekonomik, etnik, politik ve dinsel konumu ile söylemin taşıdığı ideolojinin niteliği bağlantısı gibi; belli bir sözcenin anlamını dil dışı toplumsal değişkenler ve kurumların oluşturması
3. Bireyin, diğer bireylerden ya da toplumdan etkilenerek, bilinçli veya farkında olmadan benimsediği ortak bilgi değerlerini ortaya koyması gibi; bağlamın söylemler arası göndermeleri içeren bir boyutunun olması

Eleştirel söylem analizini ilgilendiren bu üç boyutta görüldüğü gibi söylem tek başına değil, onu oluşturan bağlamıyla birlikte ele alınmalı ve ancak bu durumda söylemde yatan anlamlar daha doğru tespit edilebilmektedir. Bu bağlam bilgisi ve söylemle kültür düzeyindeki ideoloji türü değil, genelde kavramsal metaforlar ve benzerlikler şeklinde gizli bir formda ortaya çıkan ve bu nedenle dil bilimcilerin dikkatini çeken daha gizli ve örtük günlük inançlar türü ortaya çıkabilmektedir.

Wodak’a Göre Eleştirel Söylem Analizi

Eleştirel dil bilim, eleştirel söylem çalışmaları ve eleştirel söylem analizi terimleri genelde birbirinin yerine kullanılmaktadır. Ancak son yıllarda eleştirel söylem analizi terimi daha çok tercih edilmektedir. Eleştirel söylem analizinin kökenleri retorik, metin dil bilimi, antropoloji, felsefe, sosyo-psikoloji, edebi çalışmalar, dil bilim ve iletişim çalışmaları alanlarına dayanmaktadır. Toplumsal bir pratik olan dili inceler, dil ile güç arasındaki ilişkiye de özel bir ilgi gösterir.

Eleştirel söylem çalışmaları, 1991’de Amsterdam’da düzenlenen bir sempozyum aracılığıyla ortaya çıkmıştır. Teun van Dijk, Norman Fairclough, Gunther Kress, Theo van Leeuwen ve Ruth Wodak katıldığı bu sempozyum Amsterdam Üniversitesi’nin desteğiyle düzenlenmiştir. Sempozyumda söylem analizi ve eleştirel söylem analizi konuları detaylıca tartışılmıştır (Wodak ve Meyer, 2009, s. 3). Wodak ve Meyer, eleştirel söylem analizinin hiçbir zaman tek ve özel bir kuram olma ya da bunu sağlama amacıyla olmadığını önemle vurgulamışlardır. Eleştirel söylem analizi farklı perspektifleri, farklı kuramsal temelleri ya da farklı yaklaşımları ele alan disiplinler arası bir çalışma alanıdır. Bu yönüyle eleştirel söylem analizi çerçevesinde, ırkçı, cinsiyetçi, politik söylemler ve medya söylemleri incelenmektedir. Eleştirel söylem analizi, konuşma ve yazmada kullanılan dili toplumsal pratiklerin bir yansıması olarak görmektedir (Fairclough ve Wodak, 1997, akt. Wodak ve Meyer, 2009, s. 6). Wodak’ın ifadesiyle, eleştirel söylem, bir dizi açık ve tanımlanmış homojen bir kuram değil, birçok yönüyle ve sayıca çeşitlenen kuramsal ve metodolojik yaklaşımlarıyla bir araştırma programıdır (Akt. Dursun, 2013, s. 86).

Eleştirel söylem analizi temel olarak, dilde ortaya koyulduğu üzere egemenlik, ayrımcılık, güç ve kontrol üzerinde yapısal ilişkileri analiz etmeyle ilgilenmektedir. Dolayısıyla eleştirel söylem analizi, eleştirel sosyal eşitsizliği incelemeyi hedeflemektedir. Çoğu eleştirel söylem analisti bu nedenle Habermas’ın “dil aynı zamanda egemenlik ve sosyal güç aracıdır. Organize güç ilişkilerini meşrulaştırma amacına da hizmet eder. Dil de ideolojiktir” iddiasını desteklemektedir (Habermas, 1988, s. 259). Bu anlamda dil, güç ve hiyerarşide bir araçtır.

Eleştirel söylem analizi toplumsal ve politik anlamda gücün kötüye kullanılmasını, söylem aracılığıyla hâkimiyet ve eşitsizliğin oluşturulmasını, yeniden üretilmesini ve bunlara karşı koyma biçimlerini inceleyen bir araştırma türüdür (van Dijk, 2001, s. 466).

Eleştirel söylem analizi dilin bilgiyi oluşturma, aktarma ve ayrıca sosyal kurumların örgütlenmesinde ve gücün kullanılmasında nasıl çalıştığına dair düzgün bir kavrayış elde etmek üzere disiplinler arası çalışmanın önemini vurgulamaktadır (Martin ve Wodak, 2003). İnsanın kendisini “eleştirel” diye adlandırması sadece daha üstün etik standartları ima etmektedir, yani çalışmalarının eleştirel duruşundan ötürü özürde bulunmak zorunda kalmadan konularını, araştırma çıkarlarını ve değerlerini açık hale getirme ve kriterlerini mümkün olduğunca şeffaf hale getirme niyetidir (van Leeuwen, 2016).

Eleştirel söylem analizi tek bir ya da spesifik teori sunmaz. Eleştirel söylem analizi bir ekol olarak görülmektedir. Bu tarz bir heterojen ekol bazıları için karmaşık olabilir; diğer taraftan bu sürekli tartışmalara, hedef ve amaçlarda değişikliklere ve yeniliğe de imkan tanımaktadır. Chomsky’nin fonksiyonel dil bilimi gibi “total ve kapalı” teorilere karşın eleştirel söylem analizi asla bir “mezhep” imajına sahip olmamıştır ve bu tarz bir imaja sahip olmaya çalışmamaktadır. Bu alanda bulunabilecek olan metodolojik ve teorik yaklaşımların heterojenliği van Dijk’in eleştirel söylem analizinin ve eleştirel dil biliminin “dil bilimi, semiotik ya da söylem analizi yapma konusundaki paylaşımlı bir yaklaşım” olduğu görüşünü teyit eder niteliktedir (van Dijk, 1993, s. 131).

Eleştirel söylem analizi, modern toplumlarda gücün sosyal ilişkilerinin yetersiz yapısını ve bağımsız dili vurgular. Bu durum çoğunlukla güç ilişkilerinin nasıl müzakere ve tatbik edildiği ile ilgili bir konudur. “söylem içinde güç” ve “söylem üzerinde güç” şeklindeki dinamikler önemlidir (Wodak, 1996, s. 207- 210). Güç söylemle hayat bulduğu için bu ifadeler önemlidir. Bireyi imgesel gerçekliğinden koparıp simgesel gerçekliği benimsemeye iten güç ilişkileri, değer yargıları, ideolojiler, kimlikler ve temsilîyet gibi çeşitli toplumsal olguların dilsel kurgulamalar aracılığıyla yansıtılmasının çözümlemesini sağlayan eleştirel söylem analizi, kimin ne söylediğinden çok söyleme dışarıdan bir bakış olanağı sunar (Wodak, 2002, s. 14- 31). Temel olarak dil aracılığıyla kendini gösteren tahakküm, ayrımcılık, güç ve kontrolün açık veya gizli olan yapısal ilişkilerinin analiziyle ilgilenmektedir. Yani eleştirel söylem analizi dil aracılığıyla belirtilen, oluşturulan, vurgulanan ve meşrulaştırılan toplumdaki eşitsizliği eleştirel olarak incelemeyi amaçlamaktadır (Weiss ve Wodak, 2003, s. 15).

Söyleme yerleştirilen güç ilişkileri ve ideolojiler sıklıkla metinlerde dilsel olarak açık şekilde iletilmemektedir. Eleştirel söylem analizi söylemin bu şeffaf/ açık olmayan yönlerini daha açık duruma getirmeyi amaçlamaktadır (Fairclough ve Wodak, 1997, s. 258). Üzerinde durulan unsur, dil ya da dil kullanımını değil, toplumsal ve kültürel süreç ve yapıların dilsel özelliğinin kısmen olmasıdır. Bu yüzden eleştirel söylem analizi doğası gereği disiplinler arasıdır, kendine ait çözümlemeler içerisinde çeşitli disiplinlerin bakış açılarını değerlendirir ve böylece toplumsal ve kültürel çözümleme biçimlerini tamamlamak için kullanılır. Eleştirel söylem analizinde öne çıkan; söylemin yalnızca bir dil ya da bir ifade şekli olmadığı, toplumsal olanın belli bir yorumunu sunuyor olmasıdır. Dolayısıyla söylem, gerçekliğin doğrudan yansıması değil, gerçekliği belli bir bakış açısıyla yeniden kuran bir güçtür (Fairclough and Wodak 1997, s. 271- 280).

Ruth Wodak’ın eleştirel söylem analizi, özellikle bilginin oluşmasında, iletilmesinde, toplumsal kurumların örgütlenmesinde veya iktidarın kullanılmasında dilin nasıl bir işlev gördüğünün anlaşılması için vurguladığı disiplinler arası çalışma anlayışı, eleştirel kuramla paralellik taşımaktadır. Ona göre söylem, belirli bir toplumsal pratiğin belirli bir perspektiften gösterilmesidir. Söylemler türler ve metinler içerisinde ortaya çıkarlar. Wodak belirli söylemsel pratikler ile belirli eylem alanları arasında diyalektik bir ilişki varsaymaktadır. Buna göre bir yandan durumsal, kurumsal ve toplumsal unsurlar söylemleri biçimlendirir ve etkilerken diğer yandan söylemler hem söylemsel hem de söylemsel olmayan toplumsal, siyasal süreçleri ve eylemleri etkilemektedir. Wodak’ın söylem yaklaşımı söylemsel pratiklere ait makro düzeyde kurucu, idame ettirici, dönüştürücü ve yıkıcı olmak üzere dört ayrı işlev ayırt etmektedir. Bunlardan birincisi; söylemsel pratikler ırklar, etnisiteler, milletler gibi belirli kolektif kimlikler inşa ederek belirli toplumsal koşulların oluşmasında ve üretilmesinde kurucu bir rol oynamaktadır. İkincisi; söylemsel pratikler belli ırkla, milletle veya etnisiteyle ilişkili olan bir toplumsal statükoyu idame ettirebilmekte, yeniden üretebilmekte veya meşrulaştırabilmektedir. Üçüncüsü; söylemsel pratikler söz konusu statükonun dönüştürülmesinde araç hizmeti görebilir. Dördüncüsü ise söylemsel pratikler statükonun parçalanmasında, hatta yıkılmasında etkili olabilmektedir (Evre, 2009, s. 146). Özellikle

toplumsal pratiklere etki eden siyasal söylemler, ister iktidar ister muhalif söylem olsun, siyasal ve sosyo-kültürel hayatın şekillenmesinde temel rolü oynamaktadır.

Wodak eleştirel söylemsel analizini; sosyal problemlere odaklanan disiplinler arası, söylemin içindeki ve ardındaki güç kavramını öne çıkararak, yalnız kendi bağlamsal ilişkileri çerçevesinde anlaşılabilen, söylemin tarihsel yapısını irdeleyen, metin ile sosyal koşullar, ideolojiler ve güç ilişkileri arasında yorumlayıcı, açıklayıcı ve sistematik bir yaklaşım olarak açıklamaktadır (Andersen, 2003, s. 146). Böylece söylem, söylemin kendisi, güç ilişkileri, bağlam bilgisi, metin, dil ve ideolojilerle birlikte çok boyutlu karmaşık bir sürece taşımakta ve eleştirel söylem analiziyle bu karmaşık yapı açığa kavuşturulmaktadır.

Eleştirel Söylem Analizinin Gelişimi

Eleştirel söylem analizi bazı eleştirel dil bilimcilerin çalışmalarında Frankfurt Ekolü ve Jürgen Habermas'ın etkisine kadar izlenebilecek "eleştirel" terimi ile bağlantılıdır. Frankfurt Ekolü açısından "Eleştirel Teori" 1937 yılında yayınlanan Max Horkheimer'in ünlü denemesine dayanmaktadır ve sosyal teorinin, geleneksel teorinin sadece toplumu anlama ya da açıklamaya yönelmesinin aksine toplumun bir bütün olarak eleştirilmesi ve değiştirilmesine doğru yönelmesi gerektiği anlamına gelmektedir (Fay, 1987, s. 203).

1960'ların ortaları ile 1970'lerin başı arasındaki dönemde beşeri bilimler ve sosyal bilimler alanlarında yeni ve birbirine oldukça yakın disiplinler ortaya çıkmıştır. Disiplinlerdeki farklı geçmişlerine ve çok farklı araştırma yöntemi ve nesne kullanımlarına rağmen göstergebilim (semiotik), pragmatik, psiko/sosyo dil bilim, konuşma etnografyası, söyleşi analizi ve söylem çalışmalarının yeni alanları/paradigmaları/dil bilimsel alt disiplinlerinin bazı bölümleri söylemi ele almaktadır ve tüm bunlar bazı ortak boyutlara sahiptir (van Dijk, 2007):

1. Doğal olarak meydana gelen dil kullanımının özelliklerine gösterilen ilgi
2. İzole sözcükler ve cümlelerden ziyade daha büyük birimlere odaklanma ve böylece yeni temel analiz birimleri: metinler, söylemler, söyleşiler, konuşma eylemleri ya da iletişim etkinlikleri
3. Dil biliminin cümle gramerinden eylem ve etkileşim incelemesine doğru genişlemesi
4. Etkileşimin iletişimin sözel olmayan, semiotik, multimodal, görsel yönlerine doğru yönelmesi
5. Dinamik sosyo-bilişsel ya da etkileşimli hareket ve stratejilere odaklanma
6. Dil kullanımı bağlamlarının sosyal, kültürel, durumsal ve bilişsel fonksiyonlarına dair çalışma
7. Tutarlılık, yinleme, konular, makro yapılar, konuşma eylemleri, etkileşimler, konuşma sırası, işaretler, nezaket, münakaşa, retorik, mental modeller ve metin ile söylemin birçok diğer yönü gibi çok sayıda metin grameri ve dil bilimi fenomenine dair analiz

Eleştirel söylem analizinin en önemli temsilcileri Norman Fairclough, Ruth Wodak, Teun van Dijk ve Paul Chilton gibi teorisyenlerdir. Fairclough sistematik işlevsel dilbilimi, Teun van Dijk metin ve algısal dilbilimi, Ruth Wodak etkileşimli çalışmalar ve Paul Chilton dilbilimi, göstergebilimi ve iletişim çalışmaları konusuna odaklanmışlardır (Yağcıoğlu ve Değer, 2002).

İngilizcede söylem analizi başlığını taşıyan ilk yazı 1952’de Zellig Harris tarafından yazılmıştır. Ancak söylemin özellikle yapısal boyutuna yönelik ilk çalışmalar 1960’ların başlarında Avrupa’da geliştirilmiştir. Daha sonraları metin bilgisi ve metindilbilim adıyla anılacak olan bu çalışmalar Hartman ve öğrencileri tarafından başlatılmış ve bu çalışmaların tümce ötesi yapısal ilişkilerin, metnin ve söylemin niteliğinin anlaşılmasında önemli katkıları olmuştur. van Dijk 1970’lere kadar uzanan bu çağdaş söylem çalışmalarının ilk dönemine ilişkin üç özellikten söz etmektedir:

1. Bu dönemde söylem çözümlemesi temelde betimlemeci ve yapısalcı bir çalışmadır ve dilbilimle insanbilimin sınırlarında yer alır.
2. Bu çalışmalar, masal, söylem, öykü gibi yerli ve gözde söylem türleri ile ilgilidir.
3. Tümce ve söylemin işlevsel çözümlemeleri ve metindilbilimin ilk aşamaları o dönemin yaygın dilbilgisi modeli üretimsel dönüşümlü dilbilgisinden bağımsız olarak yürütülür.

4.

Chomsky’nin 1957’de ve 1965’te yayınlanan kitaplarında dile getirilen üretimsel dönüşümcü görüşe göre dilbilgisi “ideal konuşucu-dinleyicinin” dile ilişkin bilgisidir. Başka bir anlatımla bu kuramda dil, soyut bir dizge olarak, dil dışı bağlamdan bütünüyle soyutlanarak ele alınır. Konuşanların amaçları, neyi, nerede, niçin söyledikleri önemli değildir, önemli olan sözce ya da söylemin değil, tümcelerin yapısal, biçimsel bakımdan kurula uygun biçimde düzenlenmesidir. Oysa görülebileceği gibi söylem çalışması yapıyı da kapsayan ama onun ötesine geçen, özellikle bağlamı, işlevi, doğal iletişim koşullarını öne çıkaran bir yönelimi yansıtır (Kocaman, 2009, s. 2- 3).

Eleştirel Söylem Analizinin Temel Özellikleri ve Amaçları

Eleştirel söylem analizi, dil ile kurulan, ifade edilen, işaret edilen, meşrulaştırılan ve sürdürülen toplumsal eşitsizlikleri ve güç ilişkilerini eleştirel bir bakış açısıyla inceleyen, bunu yaparken yazılı veya sözlü metinlere bir soruşturma nesnesi olarak odaklanan ancak, diğer taraftan da bir metnin üretimine yol açan toplumsal süreç ve yapılar ile sosyal/ tarihsel özneler olarak bireylerin veya grupların metinlerle etkileşimleri boyunca anlam yarattıkları toplumsal süreç ve yapıları da teorize eden, nihai hedefi sadece bilimsel olmayıp aynı zamanda toplumsal ve politik değişim de yaratmak olan bir söylem analizi yaklaşımıdır (Dursun, 2013, s. 69).

Söylem sosyal problemlere işaret eder, güç ilişkilerinin tutarsız ilişkileridir, söylem toplumu ve kültürü meydana getirir, ideolojiktir, tarihidir, metin ile toplum arasındaki aracıdır, söylem analizi yorumlamacı ve açıklayıcıdır. Eleştirel söylem analizi, bu bağlamda söylemi “sosyal pratiğin bir formu” olarak görmektedir. Söylemi sosyal pratik olarak tanımlamak ise, belirli bir söylem olayı ile onu çerçevelendiren durumlar, kurumlar ve sosyal yapılar arasında diyalektik ilişkinin olduğu anlamına gelecektir (Fairclough ve Wodak 1997, s. 271- 280).

Diğer yandan eleştirel söylem analizi, dil ve iktidar ilişkisine de yoğun olarak ilgi göstermektedir. Toplumsal cinsiyet ve ayrımcılık meseleleri, medya söylemleri, siyasi söylemler ve kimlik araştırmaları eleştirel söylem analizinin odak noktasını oluşturan konulardır (Weiss

ve Wodak, 2003). Bu anlamda iktidar ve toplum etkileşiminin boyutlarını, iktidarın toplum üzerinde hedeflediği unsurları ve ortaya çıkan toplumsal yapıyı anlamaya çalışır.

Eleştirel söylem analizindeki eleştirel ifadesi, olumsuzluk içermemektedir; eleştirel ifadesi, incelenen söylemin olduğu gibi kabul edilmediğini, söyleme sorgulayıcı yaklaşıldığını ifade etmek için kullanılmaktadır (Wodak ve Meyer 2016, s. 2). Eleştirel söylem analizindeki farklı yaklaşımların ortak noktaları, analizlerinde dilbilimsel katkıyı kullanmakla birlikte sorun odaklı olmaları ve kuram ile yöntemin eklektik olmasıdır. Kuram ve yöntem, araştırma sorusuna yanıt bulmaya yardımcı olacak şekilde disiplinler arasıdır. Tek bir veri toplama yöntemi yoktur, farklı yöntemler kabul edilebilir (Wodak ve Meyer 2016, s. 11- 12). Söylemlerin ardaalanları, dilin kullanımı, gizli ve açık yapılar bütünüyle dikkate alındığında, eleştirel söylem analizi bu karmaşık yapıyı derinlemesine inceleyerek çok farklı mesajları ortaya çıkarmayı hedeflemektedir.

Sonuç olarak eleştirel teoriler ve eleştirel söylem analizi aydınlatma ve özgürleşmeyi sağlamayı hedeflemektedir. Yani belirli bir aldaniş sadece tanımlamaya ve açıklamaya değil aynı zamanda bunu kökünden yok etmeyi de hedeflemektedir. Eleştirel söylem analizi daha çok yorumsamacı yani hermeneutiktir. Dilbilimsel kategorilere sıkı sıkıya bağlıdır. Eleştirel söylem analizi, birçok açıdan eklektik işlemektedir. Her bir yaklaşım farklı aşamaları vurgulasa da genel kuramlar ile dilbilimsel kuramlar arasındaki tüm aralık etkilenmiş durumdadır. Kabul edilmiş bir veri toplama ölçütü yoktur. Toplumsal farklılıkların, eşitsizliklerin ve güç ilişkilerinin söylemsel boyutlarına ışık tutmayı amaçlamaktadır. Söylem çözümlemesi sosyal problemler üzerinde durur. Söylem her şey değildir ancak, sosyal hayatın ve kültürün tüm izleri söylemde ortaya çıktığı için çözümlenmesi oldukça önem taşımaktadır. Söylem tarihsel kökler taşır, yani söylem çözümlemesinde art zamanlılık ilkesi vardır. Bu yapısal ilişkiler şeffaf veya gizli olabilir ancak, söylem genelde gizli bir güç olduğundan bu yaklaşımın amacı bunu daha görülebilir ve şeffaf kılmaktır.

Eleştirel Söylem Analizinde Yaklaşımlar

Eleştirel söylem analizine yönelik birçok farklı yaklaşım bulunmaktadır. Bu yaklaşımlar, dili incelemeye yönelik yöntem ve yaklaşımlar açısından farklılıklar içermektedir. Ayrıca, toplumsal problemlere odaklanmakta, söylemi toplumsal eylemin bir türü olarak görmekte, söyleme ideolojik bir işlev yüklemekte, söylemi güç ilişkilerinde belirleyici kılmakta ve söylemin toplumu ve kültürü inşa ettiğini ileri sürmektedir. Bu yaklaşımların içerisinde Wodak'ın yaklaşımı, söylem- tarihsel yaklaşım olarak adlandırılmaktadır. Söylem- tarihsel yaklaşımda eleştirel bakış açısı, doğru yanlış ayrımı yapmaktan çok söylemin hizmet ettiği işleve odaklanmaktadır. Wodak, eleştirel söylem analizini dilbilimsel olarak siyasi partilerin yabancı ve göçmen karşılığı politikalarını incelemek amacıyla birçok çalışmada kullanmıştır (Mandacı ve Özerim, 2013, s. 105- 130).

Dispozitif Analiz

Söylemin kavrayışına, örneğin Michel Foucault'nun söylem olgusuna dair yapısal açıklamalarına en yakın olanıdır. Ancak Foucault'nun kuramında özne ile nesne arasındaki, söylem ile söylemsel olmayan pratikler ve görünüşler arasındaki arabuluculuk konusunda bir

açık bulmuştur. Dispozitif analiz stratejik olarak Aleksej Leontjev'in eylem kuramına eklenir. Bir üçgenin köşeleri arasındaki arabuluculuk, çalışma, eylem ve söylemsel olmayan pratikler yoluyla gerçekleştirilir. Böylece toplumsal eylemin öznesi, söylem ile gerçeklik arasındaki bağlantı ve Foucaultcu yapısalılığın katılığını yumuşatan kuramsal bir eylem haline gelir. Dispozitif analiz, Jürgen Link'in söylem kavrayışını, eylemi düzenleyen ve pekiştiren ve böylece iktidarı kullanan kurumlaşmış bir konuşma şekli olarak ele alır.

Foucault'nun dispozitif yaklaşımında dispozitif söylemler, kurumlar, mimari biçimler, düzenleyici kararlar, yasalar, idari tasarruflar, bilimsel, felsefi, ahlaki önermelerden oluşan heterojen bütünler ile bu söylemsel ve söylemsel olmayan öğeler arasındaki ilişkilerin oluşturduğu sistemler olarak ifade edilmektedir (Foucault, 2000, s. 119- 120). Dispozitif birbirinden farklı fakat bir araya gelen bu elemanların arasına yerleştirilebilen bir unsurdur (Level, 2012, s. 65). Dolayısıyla, yönetmenin yönetimi olarak iktidar; belirli amaçlar doğrultusunda, isteklerimiz, beklentilerimiz, amaçlarımız, çıkarlarımız ve düşüncelerimiz, eylemlerimiz üzerinde etkide bulunan, bu amaçla birçok aktörün, birbirinden farklı bilgi tekniklerini ve biçimlerini kullandığı, hesaplanmış ve rasyonel bir eylemdir (Mittchell, 1999, s. 11). Bu noktada özne kavramının batı dillerindeki anlamları önemlidir. Öznellik, hem özgür bir faili hem de bir iktidara tabi olmayı imler. Çok karmaşık etkileşimlerin var olduğu özne/ tebaa teriminin, özneleştirme/ nesneleştirme süreçlerinin belirsizliği bir madalyonun iki yüzü gibidir; yani canlı bir varlığı özneleştiren şey, Foucaultcu anlamda onun bir dispozitife bağlanarak veya Althusser'ci anlamda devletin ideolojik aygıtlarının çağrısına uyarak tabi hale gelmesidir (Zizek, 2013, s. 503). Dolayısıyla, özne/ tebaa, asla bir töz kategorisi değil, kendisini bir dispozitife bağlayan tarihsel ve toplumsal ilişkiselliğin kendisidir.

Sosyo-Bilişsel Yaklaşım

Toplumsal gerçeklik olgusunun sistematikleştirilmesi için bir çerçeve görevi görmektedir. Odak üçlüsü, söylem, biliş ve toplum arasında yapılanmıştır. Söylem; diyalogsal etkileşimi, yazılı metinleri, jest ve mimikleri, tipografik düzeni, imajları ve anlamın diğer tüm semiyotik veya multimedya boyutlarını içeren iletişimsel bir eylem olarak görülmektedir. Sosyo-bilişsel yaklaşım; toplumsal temsilin 3 şekli olan biçimsel, grupsal, kültürel bilgi, tutumlar ve ideolojiler gibi söylemi anlamada etkili olan içerik modelleri sunar (van Dijk, s. 2016).

Sosyo-bilişsel yaklaşım; eleştirel söylem analizlerinde sık sık karşılaştığımız gibi geniş bir metnin ya da konuşmanın tam bir söylem analizinin söz konusu olamayacağını iddia eder. Vurgu ve tonlama, kelime sırası, sözcük stilleri, tutarlılık, yalanlama gibi semantik eylemler, başlık seçimi, konuşma şekli, şematik organizasyon, retorik figürler, sözdizimsel yapılar, önerme yapıları, sıralama, düzeltmeler, duraksamalar konularında incelemeler yapar. Sosyo-bilişsel yaklaşım ayrıca 6 analiz basamağı önerir (van Dijk, 2016):

1. Başlıklar ve makro ifadeler gibi semantik makro-kültürlerin analizi
2. İma, tahmin, kinaye, belirsizlik, ihmal ve kutuplaşma gibi örtük ve dolaylı anlamların şekillendiği yerel anlamların analizi
3. Birçok dilbilimsel belirleyicinin analiz edildiği gizli formal yapıların analizi
4. Biçimlerin küresel ve yerel söylem formlarının analizi
5. Abartma, yerme gibi özel dilbilimsel kavrayışların analizi

6. Bağlanım analizi

Dolayısıyla sosyo-bilişsel yaklaşıma göre eleştirel söylem analizinde tüm bu başlıkların analizi yapılarak söylemin detaylı bir analizden geçtiği söylenebilir. Karmaşık bir yapısı olan söylemin altında yatan gizli ifadeler ancak bu şekilde ortaya çıkarılabilir.

Kapital Dilbilimsel Yaklaşım

Eleştirel söylem analizinin dilbilimsel bir uzantısıdır ve eksiksiz bir analiz için ek dilbilimsel araçlar sunar. Kapital dilbilimsel yaklaşım, söylem- tarihsel yaklaşımına nicel bir metodoloji ekler; geniş yapılar, uyumlu yazılımın anlamlarıyla analiz edilir, böylece sıklık listeleri ve özel istatistiksel anlam ölçütleri sunar. Bu nedenle kapital dilbilimsel analiz uygun kelimelerin seçiminde daha tümdengelimci bir metodolojiyi tercih eder ancak, aynı zamanda ileriki yorumlamalar nitel için uyumlu sıralamalar önerir (Maunter, 2016).

Toplumsal Aktörler Yaklaşımı

Toplumsal ve dilbilimsel kuramların, özellikle de toplumsal kültürün kurulmasında eylemin rolünü açıklayan kuramların geniş kapsamına işaret eder; temsil, pratiğe, insanların ne yaptığına dayanır. Toplumsal aktörler yaklaşımı; toplumsal pratikleri, 7 temel unsuru tanımlayarak tarif eder ve açıklar (van Leeuwen, 2016):

1. Verili metinler içinde eylemleri tanımlar
2. Performans biçimlerini analiz eder
3. Eylemlerine özel sunum türleri uygular
4. Aktörleri belirler
5. Bu eylemlerle şekillenen sosyal pratikler ortaya çıkar
6. Bu sosyal pratikler özel zamanlarda ve yerlerde gerçekleşir
7. Aktörler özel olanaklara ihtiyaç duyarlar

Bu unsurlar sayesinde kültürün oluşmasını sağlayan, toplumu oluşturan birey veya grupların davranışlarına odaklanılır ve bu davranışlardan sonuçlara ulaşmaya çalışılır.

Diyalektik-İlişkisel Yaklaşım

Marksist gelenekteki toplumsal çatışmaya odaklanır ve egemenliğin, farklılığın ve direnişin öğelerinde söylemdeki dilbilimsel tezahürlerini tespit etmeye çalışır. Diyalektik-ilişkisel yaklaşıma göre, bütün toplumsal pratikler, dilbilimsel bir öğeye sahiptir. Eleştirel söylem analizini, semiosis ve toplumsal pratiklerin diğer unsurları arasındaki diyalektik ilişkinin analizi olarak görür. Eleştirel söylem analizi tüm anlamlarıyla özgürleştirici amaçları takip etmeli, toplumsal yaşamın özel alanlarında neyin rahatça “kaybeden” olarak görülebileceğiyle yüzleşen sorunlara odaklanmalıdır. Diyalektik-ilişkisel yaklaşım; analizin yorumlanmasında adım adım sürecek bir prosedür önerir. Söylem- tarihsel yaklaşımı gibi diyalektik ilişkisel yaklaşım da pragmatik, sorun yönelimli bir yaklaşım sunar ki ilk adım, analiz edilecek toplumsal sorunun belirlenip tanımlanmasıdır. Diyalektik ilişkisel yaklaşımın önermeleri şu şekildedir (Fairclough, 2016):

1. Semiyotik açığa sahip özel bir toplumsal soruna odaklanma, metnin dışına çıkma, problemi tanımlama ve semiyotik açısını ortaya koyma
2. Bu semiyotik açığı oluşturan baskın tarzları, türleri ve söylemleri tanımlama
3. Bu açıdaki tarzların, türlerin ve söylemlerin farklılıklarını ve çeşitliliğini göz önüne alma

4. Baskın tarzların, türlerin ve söylemlerin gerçekleştirdiği sömürgeleşme sürecine karşı direnişleri tanımlama

Bu hazırlık adımlarından sonra, diyalektik ilişkiyel yaklaşım; bağlamın yapısal bir analizini ve dilbilimsel özelliklere odaklanan temsilciler/ajanlar, zaman, kip, tarz, söz dizimi ve söylemin egemen ve direnişçi öğelerini karşılaştıran söylemler arası bir analiz önerir. Diyalektik- ilişkiyel yaklaşım da toplumsal pratiklere odaklanmakla birlikte, eleştirel söylem analiziyle toplumsal sorunlara odaklanmak gerektiğini ve bu yolla toplumları özgürleştirici sonuçlar ortaya koymanın önemini vurgulamaktadır.

Wodak'ın Söylem- Tarihsel Yaklaşımı (Discourse- Historical Approach- DHA)

Medya, siyaset ve insanlar arasındaki ilişki çok karmaşıktır. Wodak'a göre; şimdiye kadar, "bunlar nasıl yönlendirilir ve kim kimi etkiler?" sorularına net bir cevap verilememiştir. Yalnızca, disiplinler arası bir araştırma, böylesine karmaşık ilişkileri daha açık hale getirebilecektir. Bu türdeki bir araştırmada, söylem analizi ve spesifik bir şekilde eleştirel söylem analizi, gerek duyulan çoklu yaklaşımların sadece bir bileşenidir. Sadece söylemsel pratiklere değil, aynı zamanda materyal ve semiyotik pratiklere de geniş bir yelpazede odaklanılır. Bu sebeple eleştirel söylem analizi, çokluteorik, çoklumentodik, eleştirel ve öz-yansıtmacı olmalıdır.

Mücadeleler ve çatışmalar modern dünyada ve Batı toplumlarında karakterize olur. Homojenlik hiçbir yerde bulunmaz. Aksine ideolojik ikilemler, parçalanma ve çoklu kimlikler, neo-liberal ekonomilerin, ideolojilerin ve küreselleşmenin sonucudur. İdeoloji, milliyetçilikteki ve özellikle sağcı popülist hareketlerdeki ve yabancı düşmanlığındaki bir yükseliş ile bağdaştırılır. Modern toplumlar, ekonomi, bilim, teknoloji, iletişim ve daha fazlası gibi konularda karmaşıklıklar, farklı toplumlar arasındaki ilişkiler ve belirli bir toplum içindeki farklı kişisel gruplaşmalar, ulusal devletler ve uluslararası kuruluşlar arasındaki oluşan çelişkiler ve gerginlikler olarak açıklanmaktadır. Nedensel modeller bu karmaşıklığa uymaz. Wodak, daha hermenotik ve yorumlayıcı bir yolda çalıştığını, farklı semptomların arasındaki ilişkileri açıklama ve ilişkilendirme hakkındaki "semptomatoloji" ile ilgili konuşmayı tercih ettiğini ifade etmektedir. Dahası, Nikos Mouzelis tarafından geliştirilen pragmatik teorik yaklaşım gibi, daha pragmatik şekilde teorik bir yaklaşıma yönelmeyi onaylamaktadır. Wodak'a göre araştırmacıların sorması gereken ilk soru, "Büyük bir teoriye ihtiyacımız var mı?" değil; daha çok "Hangi kavramsal araçlar bu bağlamla ya da bu problemle ilişkilendirilir?" sorusudur. Eleştirel söylem analizine bağlı olan söylem-tarihsel yaklaşım, eleştiri teorisinin sosyo-felsefik yönelimi ile paraleldir. Bu şekilde, bir tanesi eylem boyutuyla ve iki tanesi de temel olarak kavrama boyutuyla ilişkili olan ve en az üç yönü birbirini kapsayan sosyal eleştiri, karmaşık bir kavramı izler (Reisigl ve Wodak, 2016):

1. Metin ya da söyleme ilişkin eleştiride, metin içerikli ya da söylem içerikli yapılarıdaki tutarsızlıkları, çelişkileri, paradoksları ve ikilemleri keşfetmek hedeflenir.
2. Sosyo-teşhis eleştirisinde, analist; metinsel ve iç dünya söyleminin bütünüyle ötesine geçer yani, bağlamsal bilgisini ve geçmişini kullanır; toplumsal, siyasi ilişkiler, süreçler ve koşullar, daha geniş bir çerçeve içerisinde bir söylemsel olayın iletişimsel ya da

etkileşimsel yapılarını iç içe geçirir. Bu noktada analist, söylemsel olayları yorumlamak için sosyal teorileri uygulamak zorunda kalır.

3. Prognostik eleştiride, hastanelerde, okullarda, mahkemelerde, kamu daireleri ve medya raporlama kuruluşlarında, dil engellerini azaltmak için, önerileri ve prensipleri kamu kurumları içerisinde tertipleme gibi iletişimin dönüşümüne ve iletişime katkıda bulunur.

Söylem-tarihsel yaklaşım, yaklaşımlar içinde belki de en çok dilbilimsel yönelimli olanıdır. Türler, söylemler ve metinler arasında ilişki kurarak bir söylem kuramı geliştirmeye çalışmaktadır. Söylem- tarihsel yaklaşım, eleştirel kuramlar içerisinde bulunmakla birlikte içeriği temel olarak tarihsel ele alır. Wodak, dilbilimsel modelleri, kendi söylem modeline oturtmaya çalışır.

Söylem-tarihsel yaklaşım Teun van Dijk'in (1998) sosyo- bilişsel teorisini açmakta ve onunla bağlantı kurmaktadır ayrıca, "söylemi" yapılandırılmış bilgi formları ve sosyal uygulamalar hafızası olarak görürken, "metni" somutlaştırılmış sözlü söylemler ya da yazılı dokümanlar olarak görmektedir. Yani; konuşma ve yazı dilini, sosyal pratiğin bir biçimi olarak algılar. Bir taraftan, durumsal, kurumsal ve sosyal konular söylemleri şekillendirip etkilerken, diğer taraftan da söylemler, politik süreçlerde söylemsel olmayan toplumsal ve eylemler kadar, söylemseli etkiler. "Söylem" tanımının en dikkat çeken özelliği, "işsizlik" gibi bir makro-başlık veya konu olmasıdır. Örneğin, göç konusundaki bir söylemden yola çıkılarak, işsizlikle mücadele için başka politikalar ileri sürülerek yapılan ırkçı bir tartışma kullanıldığında söylem; söylemdeştir. Her bir makro-başlık, birçok altbaşlığa izin verir. "İşsizlik, pazar, sendikalar, sosyal refah, küresel pazar, inişli çıkışlı politikalar" ve dahasını kapsar (Reisigl ve Wodak, 2009, s. 94- 96).

Söylem-tarihsel yaklaşım; ırkçı ve ayrımcı söylemlerin analizinde, 4 basamaklı bir analiz stratejisi ortaya koymuştur. Bu basamaklar; ırkçı, anti- semitik, milliyetçi ya da etnik içerikler gibi özel bir içerik, başlık ya da söylem, ardından söylemsel stratejiler ve dilbilimsel anlamlar belirlemek ve son olarak ayrımcı stereotiplerin özel, bağlama bağlı dilbilimsel anlamlarını keşfetmek (Reisigl ve Wodak, 2016).

Bu çalışmalarda, söylem-tarihsel yaklaşım şu söylemsel stratejilere yoğunlaşır:

1. İma yollu stratejiler ya da adaylık stratejisi olan dilbilimsel çıkar/ilgi araçları, üyelik kategorilendirmeleri, metaforlar, metonomiler ve ad aktarmalarıdır.
2. Olumlu ya da olumsuz özelliklerin ve örtük ya da açık ifadelerin stereotipik niteliklerinde görülen hüküm stratejileri
3. Uslamlama stratejileri
4. Perspectivization stratejileri olarak ifade edilen, olay ya da ifadeleri raporlama, tarif etme, anlatma veya alıntılama.
5. İfadelerin eylemsel gücünü arttırmaya veya azaltmaya çalışma stratejileri olan yoğunlaştırma ve hafifletme stratejileri (Reisigl ve Wodak, 2016).

Söylem- Tarihsel Yaklaşımın Özellikleri

Söylem- tarihsel yaklaşımı tarihsel, sosyopolitik ve dilbilim yaklaşımlarını birleştirir (Wodak 2002, s. 150'den akt. Tekin 2010, s. 17). Bu yaklaşım salt bir metin analizinin ötesine geçerek söylemin tarihsel olarak oluşumuyla ilgilenir ve sosyo-bilişsel bir düzeyi vurgular. Söylem-tarihsel yaklaşımı, söylemi bağlamı içinde bir metin olarak ele alır. Yani söylemi bağlamdan koparıp izole bir boşluk içerisinde değerlendirmez. Bu nedenle “metinlerarasılık” ve “söylemlerarasılık” gibi iki temel kavramı bağdaştırmaya çalışır (Tekin, 2008, s. 733). Tarihsel bağlama sadık kalarak bir metin analizi gerçekleştirmek araştırmacıya belli bir konuyu kendi bağlamında yeniden ele almak imkânını sağlar. Araştırmacı burada söylemin nasıl oluştuğunu tarihsel olarak gözleme şansı bulur (Reisigl and Wodak, 2009, s. 95). Bu sayede içkin olarak ima edilen güncel veya tarihsel önyargılı ifadeleri ve kinayeleri ortaya çıkarmak daha kolay hale gelir (Titscher, vd., 2000, s. 165).

Fairclough (2003, s. 39) metinlerarasılığı bir metnin içinde, diğer metinlerden parçaların, izlerin bulunması olarak tanımlamaktadır. Eleştirel söylem analizi çatısı altındaki farklı kollardan Viyana Okulu'nun söylem- tarihsel yaklaşımına yakın durmaktadır. Bu yaklaşım, “biz” ve “onlar”ın söylemsel inşasını kimlik ve fark söylemlerinin temel unsuru olarak ele almakta ve bu bağlamda içeride ve dışarıda bıraktıklarıyla kimlik inşasına özel bir önem vermektedir.

Söylemler de benzer şekilde, birbirleri ile ilişki içerisinde (Wodak ve Weiss, 2005, s. 127). Bağlamı yeniden kurma, söylem dinamiklerinin ve tartışmaların, temaların veya sözedimlerin bir metin söylem türünden diğerine ya da bir kamusal alandan diğerine geçerken değişime uğramasını ifade etmektedir. Örneğin AB politikaları, süreç dinamikleri içerisinde söylemler aktörler arası müzakerelerden kurumsal metinlere dökülürken, söylemlerin bağlamı yeniden kurulmaktadır (Wodak ve Weiss, 2005, s. 127).

Söylem- tarihsel yaklaşımın pek çok uygulamasında bazı “uslamlama stratejileri” vardır. Toplumla yapılan populist çağrılar, belirsiz ifadeler, üstü kapalı varsayımlar bunlardan bazılarıdır. Bu stratejiler, “topos” adı verilen, argümanları sonuca bağlayan ve içeriğe ilişkin gerekçeler şeklinde ortaya çıkan önermeleri kullanmaktadır. Örneğin ulusal kimliklerin söylemsel inşasında kültür ve tarih topos'ları görülebilmektedir veya ulusal kimliklerin inşasında sıklıkla karşılaşılan tehdit topos'udur. Bu topos, eğer belirli bir eylemin tehlikeli sonuçları varsa onu yapmaktan kaçınmalı ya da belirli tehditler varsa, gerekli önlemlerin alınması anlamında kullanılır (Akt. Düzgüt, 2011, s. 55). Wodak, bu bağlamda söylemi “birbiriyle ilişkili olan eş zamanlı ve ardışık dilsel eylemlerin karmaşık bir yığını” olarak tanımlamaktadır. Bu yaklaşımla bağlantılı olarak, Reisigl ve Wodak (2001), metinleri; ırk, etnik, köken ve ulusal kimlikle ilişkili olarak çözümlemek üzere, söylemsel stratejilerin uslamlamasını yapmışlardır. Buna göre olumlu öz- olumsuz öteki temsilleri yansıtmak için kullanılan söylemsel stratejiler; gönderimsel stratejiler/adlandırma stratejileri, yükleme stratejileri, kanıtlama stratejileri, bakış açısını yansıtmaya stratejileri, güçlendirme/hafifletme stratejileridir (Akt. Karaca, 2017, s. 94).

Reisigl ve Wodak'ın (2001), genel olarak politika söylemini, özel olarak ise olumlu öz temsil ve olumsuz öteki temsilleri çözümlenmek üzere öne sürdükleri “söylemsel stratejiler modeline” göre 1. Kişilere yapılan gönderimler olan gönderimsel stratejiler, 2. Kişilere yüklenen karakteristik özellikler ve nitelikler anlamına gelen yükleme stratejileri, 3. Kişilerin ya da grupların, bir görüşü haklı ya da haksız göstermek için başvurdukları kanıtlar olan kanıtlama stratejileri, yanıltmacalar ve konu alanlarının (topoi) kullanılması, 4. Kişilere yapılan gönderimlerin, yüklenen kimi özelliklerin, ayrımcılığı ya da ötekileştirmeyi haklı göstermek için başvurulan kanıtların belirli bir bakış açısından sunulması olarak ifade edilen bakış açısını yansıtmaya stratejileri, 5. Ayrımcılığa neden olan sözcelerdeki iletinin, belirli dilsel yapılarla desteklenerek güçlendirilmesi ya da belirli dilsel yapılardan kaçınılarak yumuşatılmasını ifade eden güçlendirme/hafifletme stratejileri bulunmaktadır (Akt. Karaca, 2017, s. 95).

Wodak, de Cillia, Reisigl ve Liebhart, metodolojik çerçevelerini Avusturya milli kimliğini incelemek üzere oluşturmuşlardır ancak onların da belirttiği üzere modelleri, başka örneklerle uygulanabilecek modüler bir yapıya sahiptir (Wodak, de Cillia, Reisigl ve Liebhart 2009, s. 186). Wodak ve ekibi söylemsel inşa stratejilerini beş kategoriye ayırmışlardır: Doğrulama ve izafileştirme, inşa, sürdürme, dönüşüm, ayrıştırma/yıkım (Wodak, vd., 2009, s. 36- 42).

Özetle söylem tarihsel yaklaşım; disiplinler arasıdır, problem odaklıdır, eklektiktir, metinlerarası ve söylemlerarası ilişkiler keşfedilir, tarihsel bağlam genellikle, söylemler ve bağlamlar yorumlanarak analiz ve entegre edilir.

Söylem- Tarihsel Yaklaşım ve Üçgenleme- Nirengi (Triangulation) Teorisi

Wodak'a göre eleştirel söylem analistleri için, araştırma seçimlerinde şeffaf olmanın ve önyargılı olma riskini en minimuma indirmenin tek metodik yolu; üçgenleme (nirengi yaklaşımı) (triangulation) prensiplerini takip etmektir. Bu yüzden, söylem-tarihsel yaklaşımın en dikkat çeken ayırt edici özelliklerinden biri, arka plan verileri kadar, çeşitli deneysel verilerin temelinde ve çoklu yöntemci olan farklı yaklaşımlarla çalışmayı denemesidir. Söylem-tarihsel yaklaşım, söylem olaylarının iç içe geçtiği sosyal ve siyasal alanlarda, arka plan ve tarihsel kaynaklar hakkında, büyük miktardaki mevcut bilgiyi birleştirmeye çalışır. Söylemsel hareketlerin tarihsel boyutunu analiz eder. Son olarak da; bağlamları açıklayabilmek için sosyal teorileri birleştirir.

Wodak'ın üçgenleme yaklaşımı, 4 seviyeyi dikkate alan “bağlam” konseptine dayanır, üç seviye bağlam teorilerinin parçası iken, bir seviye tanımlayıcıdır (Reisigl ve Wodak, 2016):

1. Anında, eş bağlam içeren metin ve dil
2. Söylemler, metinler, türler ve deyişler arasındaki metinsel ve söylemler arası ilişki
3. Durum bağlamının belirli bir kurumsal çerçevesi ve dil ötesindeki sosyal/sosyolojik çeşitlilik
4. Birbirleriyle ilişkilendirilmiş ya da iç içe geçirilmiş söylemsel pratikler olan tarihsel ve sosyo-politik bağlamların daha da geniş “büyüklük teorileri”.

Üçgenleme yaklaşımında bu dört seviyenin dikkate alındığı, arka plandaki geniş bilgi içerisinde söylemlerin tarihsel boyutu ve sosyal teorileri birleştiren üç boyutlu bir yaklaşım esastır.

Politik ve Ayrımcı Söylemler Üzerine Wodak'ın Söylem- Tarihsel Yaklaşım Çalışmaları

Kurt Waldheim'in Analizi

Wodak söylem- tarihsel yaklaşımını geliştirmek için, kalıplaşmış antisemitik bir görüntünün oluşumunu yani Kurt Waldheim'in (1986- 1992) başkanlık kampanyasında kamusal bir söylemde ortaya çıkan "Feindbild"i ilk olarak detaylıca araştırmak için bir çalışma yapmıştır. Wehrmacht hakkındaki tarihi gerçeklerden oluşan ve Balkanlar'da katliam yapan Waldheim'in hikâyesi ile Jews'in Yunanistan'dan sınır dışı edilmesini ele almıştır. Bir taraftan sosyal bağlam ve dildeki iç içe geçmiş söylemin önyargılı dilsel içeriğini test ederken, diğer taraftan da ikincil metinlerdeki bağlam olayları ve diğer gerçeklerle yüzleşmiştir. Bu sebeple, yalnızca meta veriye güvenmemiş böylece, gerçekleri ve gerçeklerin kötü yanını tespit ve tasvir etmeyi başarmıştır. Avusturya basınındaki yer alan haberler ve politikacıların ifadeleri ile New York Times karşılaştırmasında da bu işkencenin tam ve sistematik bir şekilde yapıldığını ortaya koymuştur.

Çalışmayı sözlü ve yazılı şekilde yürüten Wodak, Başkanlık seçimi kampanyasının yapıldığı 4 ay boyunca her gün belirli 3 gazeteyi (Presse, Neue Kronen Zeitung, the New York Times) sistematik bir şekilde incelemiş ve 1986 Haziran sonrasında da belirli aralıklarla incelemeye devam etmiştir. Bu süre zarfında günlük radyo ve televizyon haberlerini, röportajları, televizyon tartışmalarını, duruşmaları, büyük bir haber belgeseli serisini ve farklı kurumsal ortamlardaki tartışmaları analiz için entegre etmiştir. (Wodak, 2001, s. 70).

Bu söylem- tarihsel çalışması, spesifik bir şekilde, Avusturya politikacılarının ifadeleri ve nutuklarının yanı sıra, tüm yazılı, görsel, işitsel medya, radyo, televizyon ve gazete serileri gibi medya türlerindeki büyük bir çeşitliliği kapsamıştır. Daha sonrasında da Nazi araştırması yapmış ve zengin bir veri içeriği oluşturmuştur. Bir taraftan sosyal bağlam ve dildeki iç içe geçmiş söylemin önyargılı dilsel içeriğini test ederken, diğer taraftan da ikincil metinlerdeki bağlam olayları ve diğer gerçeklerle yüzleşmiştir. Ortaya çıkan sonuç, Avusturya tarihi ve bazı söylencelerle ters düşmüştür. Örneğin; "Nazi politikalarındaki diktatörlük ve bölgesel yayılcılığının ilk kurbanı Avusturya" gibi. (Wodak, 1990, s. 21- 29). Dolayısıyla Wodak, söylem- tarihsel yaklaşımla yaptığı analizde tarihsel bağlam ve medya iletilerinde politik söylemleri birarada değerlendirdiğinde, yaşananla söylenen arasındaki farkı ortaya çıkarmıştır. Politik olarak medya aracılığıyla ırkçılığı kapsayan bir ayrımcılık yapıldığını ortaya koymuştur.

Göçmenler Üzerine Bir Analiz

Ruth Wodak göçmenler üzerinden yapılan ırkçılıkla ilgili birçok araştırma yapmıştır. Bunların içinde Avusturya, İspanya, İngiltere, Rusya gibi ülkelerdeki göçmenleri ve bu ülkelerin yayın organlarını detaylıca incelemiştir. Bunlardan biri olan Romanya'dan göç edenlere karşı ırkçı ayrımcılık üstünde de Wodak, söylem- tarihsel yaklaşımla bir çalışma yapmıştır. Bu çalışmada uluslar ve ulusal kimlikler hakkındaki söylemler, en az 4 tane söylemsel makro-strateji grubuna ayrılmıştır (Wodak, 2001, s. 71):

1. Ulusal kimliklerin yapılmasını amaçlayan yapıcı stratejiler
2. Kimlik daralması ya da ulusal kimliklerin muhafaza edilmesi ya da yeniden üretilmesini amaçlayan koruyucu ve haklı çıkarıcı stratejiler
3. Ulusal kimliklerin değişimini amaçlar dönüştürücü stratejiler

4. Ulusal kimlikleri parçalara ayırmayı amaçlayan yıkıcı/zararlı stratejiler
- 5.

Bu dört çalışmanın tümü de, özellikle günlük konuşmalar içerisindeki aynı anda oluşan şovaniist sözlerin yanı sıra, anti semitik, ırkçı ve ayrımcı Avusturya bağlamından alınmıştır. Spesifik bir söylem-analitik yaklaşımdaki dört çalışmada başvurulan yöntem 3 boyutludur (Wodak, 2001, s. 72):

1. Anti semitik, ırkçı, etnikçi ya da ulusalcı içerikler
2. Tartışma stratejilerini içeren söylemsel stratejiler
3. Tür olarak dilsel anlamlar, spesifik, ayrımcı kalıplaşmışlıkların bağlama dayalı dilbilimsel gerçekleştirmeler simge olarak incelenmiştir.

Sonuçta basit ancak, kesinlikle rastgele seçilmemiş olan ve temel yapısı “biz ve onlar” olan ve “kendini pozitif, başkasını negatif sunan” 5 soru ortaya çıkmıştır:

1. İnsanlar nasıl isimlendirilir ve dilsel açıdan nasıl ifade edilir?
2. Onlara atfedilen kişisel özellikler, karakterler, nitelikler ve roller nelerdir?
3. Tartışma ve tartışma programlarının aracılığı ile belirli kişiler ve sosyal gruplar, başkalarını dışlama, ayrımcılık yapma, sindirme ve sömürüyü meşrulaştırma için çalışır mı?
4. Hangi perspektiften bakılırsa, bu etiketler, atıflar ve argümanlar ifade edilir?
5. Söylemler, tek tek ve açıkça hesaplanır mı? Yoğunlaştırılır ya da hafifletilir mi?

“Biz ve onlar” ın söylemsel yapısı, ırkçı ve önyargılı algılar ve söylemlerin temelidir. Bu söylemsel yapı, sosyal aktörleri imleme ile başlar, negatif özellikleri genelleştirmeyle devam eder ve sonra da hariç bırakılan ve dâhil edilen bazı şeyleri haklı çıkarmak için yapılan tartışmalarla karmaşıklaşır (Reisigl ve Wodak, 2001). “Biz ve onlar” aslında toplumu veya siyaseti ikiye bölen, kutuplaştıran bir bakış açısının söylemlere geçmesidir.

1999 Seçiminde FPÖ Partisi Analizi ve “İlk Avusturya” Tasarısı/ Önergesi- Tarihsel Bağlam- Etnoğrafya İhtiyacı

Wodak, 1999 yılında Avusturya’da yapılan seçimde FPÖ Partisi’nin seçim söylemlerini ve öne sürülen Avusturya önergesinin maddelerini analiz etmiştir.

Çalışmaya göre; 1956’da kurulan FPÖ (Freiheitliche Partei Österreichs- Avusturya Özgürlük Partisi), VDU (Wahlpartei der Unabhängigen- Bağımsızlar Birliği) için en başarılı parti olarak görülmekteydi ve açıkça Alman Kültürel Topluluğunu korumaktaydı. Bu yüzden bundan 40 yıl öncesinde FPÖ, her partinin daha liberal ve daha muhafazakâr üyelerinin arasındaki gerginliklere rağmen Avrupa’da hiç liberal bir parti olamamıştır. 1986’da Haider partiye başkan olarak seçilmiş ve Ekim 1999’a kadar Avusturyada %26.91 oranında (1,244,097) oy sayısına yükselmiştir. Partinin 1993’teki parti politikaları, Fransadaki Le Pen’s partisiyle benzer olarak, yabancı karşıtı, anti Avrupa birlikçi ve yaygın popülist olarak görülmüştür. 1997 sonbaharında, FPÖ, hristiyan değerlerinin vurgulandığı yeni bir parti programı sunmuştur. Günümüzde de FPÖ, batı Avrupa’nın en büyük sağcı partisidir. 4 Şubat 2000’den beri, muhafazakâr ÖVP (Österreichische Volkspartei- Avusturya Halk Partisi) ile koalisyon kuran FPÖ, Avusturya hükümetinin bir parçası olmuştur. Bu gelişme, uluslararası ve ulusal boyutta büyük karışıklıklara

sebepl olmuş ve Avrupa Birliği'nin diğer 14 üye devleti tarafından yaptırımlara yol açmıştır (Engel ve Wodak 2013, s. 77).

Wodak (2001, s. 78), FPÖ'nün 3 Ekim 1999 seçimindeki başarısını açıklayabilmek için, 4 seviyelik teori modeline başvurmuştur. Bu teoriler;

1. Avusturya Nazisi ile gelen terimler
2. Popülizm terimleri
3. Sosyal refah devletlerden neo-liberal ekonomilere olan değişiklikler hakkındaki teoriler
4. Küreselleşme zamanı içerisindeki yükselen ırkçılık hakkındaki teoriler olarak belirlenmiştir.

Bu teoriler ayrıca detaylı şekilde şu başlıklara ayrılmıştır (Wodak, 2001, s. 78);

Topic 1: Neo-liberal önergeler

Topic 2: Wehrmacht'ın aklanışı

Topic 3: Kadın kariyeri

Topic 4: Geleneksel cinsiyet rolleri

Topic 5: Doğrultma

Topic 6: Bütünleşme ve güvenlik

Topic 7: Aşırı yabancılaşma

Topic 8: Sosyal refahın arka kısmı

Topic 9: Rüşvete karşı etkinlik ve objektiflik

Topic 10: Esneklik ve rekabet

Topic 11: Alman dili ve kültürü tarihi gelişmeleri kapsamaktadır.

Araştırma altındaki objenin anlaşılmasını sağlayan geçmiş tarihi bilgiyi sağladıktan sonra, 1993'teki özel Avusturyalı popülist söylem için yukarıda belirtilen söylem modelinin uygulanmasına başlamıştır. Bu modelde Wodak, çoklu türlerin analizi ile (medya, sloganlar, parti programı vb.) ulusal söylemler olarak işaretlenmiş alt başlıkları toplamıştır. Avusturya ilk tasarısını başlatmak için, FPÖ politikasında özellikle düşmanca duyguları kışkırtmak için stratejik popülist bir hareketin, büyük ve şiddetli bir adım olduğunu tespit etmiştir. Buna göre ileri sürülen Avusturya Tasarısı şu şekildedir (Wodak, 2001, s. 84- 85):

Başlık: "İlk Avusturya" Tasarısı/Önergesi

Altbaşlık: Tüm Avusturya vatandaşları için vatan hakkını kalıcı şekilde güvenlik altına alan yasal tedbirleri oluşturma yoluyla ve bu açıdan Avusturya'da ölçülü bir güç politikası sağlama

1. 1920'de federal anayasanın kanun haline getirdiği "Avusturya bir göç ülkesi değildir" ibaresi, ulusal bir hedef amacıyla kabul edilmiştir.
2. Yasadışı göç sorunu tatmin edici boyutta çözüme kavuşana kadar, konut sıkıntısı ortadan kalkana kadar, işsizlik %5 oranında azaltılana kadar, göçlerin durdurulması.
3. Federal bir yasanın iş yerlerinde yabancı işçilere genel bir kayıt alanı açmaması
4. Özellikle belirli bir organize suçunda yürütme yetkisindeki yükselme
5. Kalıcı sınır birlikleri yerine ordu askeri oluşturulması için bir yasanın kabulü

6. Okul organizasyonlarındaki öğrenci sayısındaki belirli bir zorunluluk olması yasasını değiştirmek için bir yasa kabulü
7. Ana dili Almanca olmayan çocuklar tarafından okuldaki yaşanan gerginlikleri hafifletme
8. Parti içi bir harekette yer almak isteyen, sadece Avusturya vatandaşlarını korumaya yönelik yönetmelik oluşturulması
9. Vatandaşların erken elde ettiği hakları kısıtlamak için bir federal yasa kabulü
10. Yasadışı iş faaliyetlerini sona erdirmek için bir yasa kabulü
11. Anlık sınır dışı uygulanabilmesi için bir altyapı oluşturulması ve yabancı suçlular için ikamet yasağı yaptırımı
12. Göç hareketini önleme amacıyla, Doğu Avrupa Vakfı kurmak için yasa kabulü

Wodak bu maddeleri değerlendirdiğinde; daha retorik ve polemik olan 2,3,4,8 ve 12. tasarı maddeleri hariç, diğer maddelerin Avusturya'daki asıl kanunlardan önemli derecede bir farkı olmadığını ileri sürmüştür. Çalışmada en sıra dışı talebin ise, sorunlar çözülene kadar göç hareketlerini durdurmayı amaçlayan 2. madde olduğu belirtilmiştir. Çalışmaya göre; FPÖ, bu 12 maddenin de açıklandığı broşürler dağıtmıştır. FPÖ, sıklıkla tehlike ve sorumluluk topolarını kombinlemiştir. Yasa ve düzen altındaki bir devlet, bu tür koşulları kabul edemez. Kara ekonomi ve büyüyen suçluluk alanlarındaki mevcut sorunlar, “yasadışılık”ta daha sabit bir artışı şiddetlendirmektedir. Dahası, Avusturya'daki konut ihtiyacı hızlı bir şekilde artmaktadır. Büyük orandaki yabancılar, konut kısıtlılığı sebebiyle, kiralari yüksek oranda olan konutlar yerine gecekondularda ikamet etmek zorunda kalırlar. Burada konut sorunu yaşayan, tasarının daha kabul edilebilir bir hale getirilmesi için tasarlanmış gibi görünen, sayısız yabancı söz konusudur ancak bu noktada, bir grubun, “yabancı” olarak adledilen diğer bir guruba karşı oynaması gerçeği de mevcuttur (Wodak, 2001, s. 87- 88).

10. maddede, kurbanla- cellat arasında, yabancılar ev sahipliği eden tehdit toposu ve kültür topoları ile ilişki kurulur. Giderek nüfusu artan ve federal bir başkent olan Viyana'da, yabancılar derneklerde ve kulüplerde bir araya toplamaktadır. Ancak bu alanlarda, Avusturya dernek düzenlemelerinin yasal dayanağı istismar derecesine ulaşır. Bu sebeple yerli sakinler ve işletmeler arasında bir hoşnutsuzluk oluşur. Daha genişletilmiş yasa çalışmaları ile bu durum çözülebilir. Ancak son birkaç yıl içerisinde, yabancıların sosyal refah derecesinde kötüye giden bir artış olmuştur. Bu metin parçasında yabancı karşıtı önyargıların çoğu yeniden dile getirilmiştir. Yabancılar ve onlara karşı negatif hisseden Avusturyalılar, onların pis, kötü davranan, yasa dışı ve gürültücü tavırları sebebi ile yabancılar kendilerini suçlu hissettirmektedir. Sonuç olarak yabancı düşmanlığı, haklı olarak görülmektedir (Wodak, 2001, s. 89).

6. maddede ise; “çoklu kültür toplumlarına” karşı ve “Alman kültürünü korumayı” hedefleyen açık bir örnek ifade edilmektedir. Örneğin Eğitim Bakanı Scholten gibi çok kültürlü bir teklifi teşvik eden birçok sosyalist, kültürel kimliği neredeyse değersiz kılan, gerçekten şüpheli siyaset içerisine girmektedir. “Kültürel kimliğini korumak ve anadili Almanca olmayan çocukların başarısını sağlamak ve onlara sağlam bir eğitim garanti edebilmek için, sınıf mevcutları yaklaşık

30 ile sınırlı olmalıdır” yasası değişmelidir. Çünkü bu durum toplum için eğitim düzeyinde bozulmalar ve zorlukları kaçınılmaz hale getirmektedir. Yani bugün okullardaki birçok problem, yabancılar üzerinden yansıtılmaktadır (Wodak, 2001, s. 89).

Wodak yaptığı bu analizle seçim kampanyasına dönüşen yabancı düşmanlığı ve ırkçılığı, siyasi söylemler ve Avusturya Tasarısı'nın maddeleri üzerinden ortaya koymayı amaçlamış ve söylemlerdeki yabancıları dışlayan, tehdit olarak gören ifadeleri öne çıkarmıştır.

Ayrımcılığa Karşı Savunma “Topoi”ları

Wodak çalışmalarıyla bir taraftan, söylemlerde yatan ayrımcı unsurları ortaya çıkarmakla birlikte, diğer taraftan da bu ayrımcılığı meşrulaştıran ya da savunulmasını sağlayan diğer söylemlerin de üzerinde durmuştur. Ayrımcı güçler uygulamalarını haklılaştıran, klişe veya geleneksel söz anlamına gelen “topoi” kavramıyla ifade edilen savunma maddeleri belirlemiştir.

Savunma teorileri içerisinde, “topoi” ya da “loci” zorlayıcı/direticiliğe ait bir tartışmanın parçaları olarak tanımlanır. Avantajlı ya da faydalı olan topolar, durumları takip ederek birbirlerinin yerine kullanılabilir. Örneğin, Viyana belediyesinin bir kararında, oturma izinlerinin reddi şuradan yola çıkar: “Davacının ailevi ve özel durumu sebebi ile oturma izninin reddi, kişinin aile ve özel hayatına büyük bir saldırıyı temsil eder. Fakat kamu yararı, davacının özel ve ailevi çıkarlarından daha değerlidir. Bu yüzden, hükme göre karar verilmesi zorunludur.” (Wodak ve Weiss, 2005, s. 122- 136). Dolayısıyla yapılan ayrımcı uygulamalarda kamu yararı öne çıkarılarak kararlar haklılaştırılmakta/ meşrulaştırılmaktadır. Bu uygulamalarda belirlenen diğer “topoi” lar şunlardır (Wodak, 2001, s. 74- 77):

1. Tehlike ve tehdit topoları; bir siyasi eylem ya da tehlikeli karar belirtisi taşıma durumunda kullanılır.
2. Hümanist topolar; bir siyasi eylem ya da karar aşamasında, insan haklarına ve değerlerine uyumlu değilse yorumlanabilir. Bu topo, içerisinde ırkçılık, etniklik, cinsiyet geçen her konuda kullanılmaktadır.
3. Adaletle yakından ilişkili olan topolar; “herkes için eşit haklar” prensibine dayalıdır.
4. Sorumluluk topoları; belirli bir grup ya da devletin, bazı sorunların ortaya çıkmasından sorumlu olduğu durumlarda, topolar bu sorunlara çözüm bulmak için kullanılmalıdır gerçeğine dayanır. Bu topo her ne kadar sıklıkla ayrımcılığa karşı işlenen bir suçun telafisi için sıklıkla kullanılıyor olsa da (örneğin Nazi suçu), tam tersi bir amaca hizmet eder.
5. Tartma ve ağırlık topoları; spesifik bir nedensel topo olarak kabul edilmektedir ve bir kişiye, kuruma veya bir ülkeye özgü sorunlar yüklenerek, bu yükleri azaltmak amacıyla hareket edilmesi gerekir. Bu topo, göç kısıtlamalarının meşrulaştırıldığı zamanda, metaforik bir kullanım olan “bot doldu/çok kalabalık” cümlesinde kullanılmıştır.
6. Mali/finansal topolar, belirli bir durum ya da eylem, çok fazla maliyete ya da gelir kaybına sebep olursa, bu kaybı önlemeye yardımcı olacak veya harcamaları azaltacak

- yardımcı eylemler yapılmalı, kuralı takip edilerek kategorize edilir. Avusturya'daki eski bir vali tarafından dolaylı olarak kullanılmıştır.
7. Gerçeklik topoları; gerçek, olduğu gibi, hakikat olduğu için, belirli bir eylem/ karar gerçekleştirilmelidir.
 8. Numara topoları; eğer sayılar spesifik bir topoyu kanıtlarsa, spesifik bir eylem yapılmalı ya da yapılmamalıdır.
 9. Kanun ve hak topoları; bir yasa ya da başka bir norm ya da başka bir idari- politik eylem yasaklanırsa, eylemin gerçekleştirilmemesi ya da göz ardı edilmesi gerekmektedir, kuralına dayalıdır.
 10. Tarih topoları; tarih, belirli eylemlerin belirli sonuçlarını öğrettiği için, karşılaştırılabilir tarihsel bir örnekle spesifik bir durumun kıyaslamasında yine spesifik bir eylem gerçekleştirilmeli ya da göz ardı edilmelidir. Tarih öğretim derslerinde Ciceronian topolar olarak var olmuştur.
 11. Kültür topusu; bir insan topluluğunun kültürü olduğu için, spesifik durumlarda belirli sorunlar ortaya çıkar, anlayışına dayanır. Bu topo Jörg Haider tarafından kullanılmıştır.
 12. Kötü topusu, eğer bir doğru ya da teklif, kötüye yardımcı oluyorsa, bu doğru ya da teklif değiştirilir. Sağcı politikacılar bu toponun gerisindedir.

Wodak bu tespitlerinde, tüm bu topoların, iktidar güçler tarafından, ülkenin genelini ilgilendiren olumsuz durumlarda, çözüm olarak sunulan ancak, gerçeğin tam tersine hizmet eden, yani ayrımcılığı pekiştiren söylemler ve uygulamalar olarak sunulduğunu ortaya çıkarmıştır.

Sonuç

Eleştirel söylem analizi ve bu yöntem içerisindeki çeşitli yaklaşımlarla beraber Ruth Wodak'ın söylem- tarihsel yaklaşımının teorik yapısını ortaya koyabilmek ve bu bağlamda, toplumsal ve siyasal yaşamın gerçeklerini tespit etmek için yaptığı uygulamalarından örnekler sunabilmek amacıyla yapılan çalışmada; Ruth Wodak'ın, göçler, ırkçılık, antisemitizm, yabancı düşmanlığı odaklı çalışmalarında felsefesini, iktidar güçlerin kendi egemen ideolojilerini topluma empoze etmek adına, değersiz veya öteki olarak gösterilen bireylerin maruz kaldığı güç gösterilerinin ortaya çıkarılmasını sağlamak üzerine kurduğu açıkça görülmüştür. Wodak'a göre toplumlarda homojenlik hiçbir yerde bulunmaz aksine toplumlar, ideolojik ikilemler, parçalanma ve çoklu kimlikler barındırır. Bunlar neo-liberal ekonomilerin, ideolojilerin ve küreselleşmenin sonucudur. İdeolojiyi, milliyetçilikteki ve özellikle sağcı popülist hareketlerdeki ve yabancı düşmanlığındaki bir yükseliş ile bağdaştırır. Bu doğrultuda Wodak, söylemin içinde yer alan gizli-örtük iletilerde yatan egemen ideolojinin ortaya çıkarılmasında, Teun van Dijk'in sosyo-bilşsel kuramını açarak söylemlerdeki ötekileştiren, dışlayan unsurları analiz eden ve bu anlamda olayları tarihsel bağlamda ele almayı öneren ve böylece söylemleri araldanındaki gerçeklerle birlikte tespit eden bir eleştirel söylem analistidir. Wodak'ın söylem- tarihsel yaklaşımında makro başlıklar ve onlarla ilintili çok fazla sayıda alt başlıklar vardır. Küresel kapitalist dünyanın çözümlenmesi için söylem- tarihsel yaklaşım altında; metin- söylem eleştirisi, sosyo- teşhis eleştirisi, prognostik eleştiriyi kullanmaktadır. Ruth Wodak eleştirel

söylem çalışmalarında nirengi- üçgenleme (triangulation) kavramını öne sürmüş ve bu yaklaşımla arka plan verileri, deneysel veriler, çoklu yöntemler kullanılarak, yaşananların gerçeklikleriyle beraber anlaşılabilirliğini vurgulamıştır. Wodak'a göre şeffaf olmanın ve önyargılı olma riskini en minimuma indirmenin tek metodik yolu üçgenleme (nirengi yaklaşımı) (triangulation) prensiplerini takip etmektir. Bu noktada söylem-tarihsel yaklaşıma dikkat çeken Wodak, söylem olaylarının iç içe geçtiği sosyal ve siyasal alanlarda, arka plan ve tarihsel kaynaklar hakkında, büyük miktardaki mevcut bilgiyi birleştirmeye çalışır. Söylemsel hareketlerin tarihsel boyutunu analiz eder, bağlamları açıklayabilmek için sosyal teorileri birleştirir.

Bu anlamda Wodak, Kurt Waldheim'in 1986 yılında yapılan başkanlık kampanyasında kamusal bir söylemde ortaya çıkan ve düşman simgesi olarak kullanılan "Feindbild" kavramının detaylıca izini sürmek ve kalıplaşmış antisemitik bir görüntünün oluşumunu incelemek için söylem- tarihsel yaklaşım ile bir analiz yapmıştır. Bu çalışma ile Wehrmacht hakkındaki tarihi gerçeklerden oluşan ve Balkanlarda katliam yapan Waldheim'in hikâyesi ile Jews'in Yunanistan'dan sınır dışı edilmesini ele almıştır. Avusturya basınındaki söylemlere dikkat çeken Wodak, bu söylemlerin kullanılmasının işkence olduğunu öne sürmüş ve yabancı düşmanlığının kışkırtıldığını belirtmiştir.

Wodak'ın bir diğer çalışması olan göçmenler üzerindeki analizinde; "biz ve onlar" karşıtlığında ve "kendini pozitif, başkasını negatif sunan" söylemlerin kullanıldığını tespit etmiştir. "Biz ve onlar" in söylemsel yapısı, ırkçı ve önyargılı algılar ve söylemlerin temelidir. Bu söylemsel yapı, sosyal aktörleri imleme ile başlar, negatif özellikleri genelleştirmeye devam eder ve sonra da hariç bırakılan ve dâhil edilen bazı şeyleri haklı çıkarmak için yapılan tartışmalarla karmaşıklaşır.

Wodak'ın Avusturya ilk tasarısını başlatmak için, büyük ve şiddetli bir adım olan, FPÖ Partisi'nin 1999 seçimlerindeki başarısında rol oynayan politikasında özellikle düşmanca duyguları kışkırtmak için kullandığı stratejik popülist hareketi ele alan diğer analizine göre; FPÖ'nün söylemlerinde klişe anlamında birçok "topoi" kullandığı, bunlardan çoğunlukla tehdit, kültür, tehlike ve sorumluluk topolarının kombinlenerek kullanıldığını tespit etmiştir. Ayrıca, "çoklu kültür toplumlarına" karşı ve "Alman kültürünü korumayı" hedefleyen açık bir örnek niteliğinde olduğunu belirtmiştir.

Sonuç olarak Wodak'a göre tüm eleştirel söylem analizi yaklaşımları; toplumsal farklılıkların ve eşitsizliklerin söylemsel boyutlarına yönelir, seçkinlerin eşitsizlikleri pekiştirmek için kullandığı dilbilimsel anlamları irdeler, sorun yönelimlidir ve dilbilimsel uzmanlık gerektirmektedir. Ruth Wodak, göçler, yabancılar ve ırkçılık üzerine yaptığı çalışmalarda eleştirel söylem çözümlemesi içerisinde söylem-tarihsel yaklaşımı geliştirerek, iktidar güçlerin politik söylemlerinde sıklıkla ideolojik ifadeler kullandıklarını ve bu söylemlerle yabancı düşmanlığını kışkırttığını tespit etmiştir.

Kaynakça

- Andersen, N. A. (2003). *Discursive Analytical Strategies: Understanding Foucault, Koselleck, Laclau, Luhmann*. USA: Policy Press.
- Büyükkantarcıoğlu, N. (2001). Yazınsal Eleştiri Kuramları İçerisinde Eleştirel Söylem Çözümlemesinin Yeri ve İşlevi. *TÖMER Dil Dergisi, Dilbilimsel Eleştiri Özel Sayısı*, Temmuz, 105, 17-29.
- Dursun, Ç. (2013). *İletişim Kuram Kritik*. Ankara: İmge.
- Düzgüt, A. S. (2011). Avrupa Birliği-Türkiye ilişkilerine postyapısalcı yaklaşım: Almanya örneğinde dış politika ve söylem analizi. *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 8(29), 49- 70. www.uidergisi.com.tr/wp-content/uploads/2013/02/avrupa-birligi-turkiye.pdf.
- Engel, J. & Wodak, R. (2013). "Calculated Ambivalence" and Holocaust Denial in Austria. Ruth Wodak, John E. Richardson (Ed.), *Analysing Fascist Discourse European Fascism in Talk and Text* içinde, (s. 73- 96). New York: Routledge.
- Evre, B. (2009). Söylem Analizine Yönelik Farklı Yaklaşımlar: Bir Sınıflandırma Girişimi. İsmet Parlak (Ed.), *Medyada Gerçekliğin İnşası* içinde, (s. 107-152). Konya: Çizgi.
- Fairclough, N. & Wodak, R. (1997). Critical Discourse Analysis. Teun Van Dijk (Ed.). *Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction* içinde, (s. 258- 284). London: Sage.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse Textual Analysis for Social Research*. London, UK: Routledge
- Fairclough, N. (2016). A Dialectical-Relation Approach to Critical Discourse Analysis in Social Research. Ruth Wodak, Michael Meyer (Ed.), *Methods of Critical Discourse Studies* içinde, (s. 86- 108). London: Sage.
- Fay, B. (1987). *Critical Social Science: Liberation and its Limits*. Newyork: Cornel.
- Foucault, M. (2000). *Entelektüelin Siyasi İşlevi*. Işık Ergüden, Osman Akınhay ve Ferda Keskin (Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Habermas, J. (1988). *On the Logic of the Social Sciences*. Cambridge: The MIT.
- İnal, Ayşe (1996). *Haber Okumak*. İstanbul: Temuçin.
- Karaca, K. (2017). Seçim Propaganda Konuşmalarının Söylemsel Stratejiler Çerçevesinde İncelenmesi: Söylemsel-Tarihsel Bir Yaklaşım. 30. *Ulusal Dilbilim Kurultayı Bildirileri* içinde, (s. 93-101). Ankara: Dilbilim Derneği.
- Kocaman, A. (2009). Dilbilim Söylemi, *Söylem Üzerine* (3. Baskı) içinde (s. 1-11) (3. Baskı). Ankara: ODTÜ Geliştirme Vakfı.
- Level, J. (2012). *Foucault Sözlüğü*, Veli Urhan (Çev.). İstanbul: Say.
- Mandacı, N. & Özerim, G. (2013). Uluslararası göçlerin bir güvenlik konusuna dönüşümü: avrupa'da radikal sağ partiler ve göçün güvenikleştirilmesi, *Uluslararası İlişkiler Dergisi*,

10(39), 105-130.
https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33716867/mandaci_ozetim_makale.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1528884403&Signature=zFNUhEnuqdyPZ0jMQrjYSMeV%2FWc%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DUluslararası_Goclerin_Bir_Guvenlik_Konus.pdf.

Martin, J. R. & Wodak, R. (2003). *Re/reading the Past: Critical and Functional Perspectives on Time and Value*. Philadelphia: John Benjamins.

Maunter, G. (2016). Checks and Balances: How Corpus Linguistics Can Contribute to CDA. Ruth Wodak, Michael Meyer (Ed.). *Methods of Critical Discourse Studies* içinde, (s. 154-179). London: Sage.

Mittchell, D. (1999). *Governmentality: Power and Rule in Modern Society*. London: Sage.

Reisigl, M. & Wodak, R. (2001). *Discourse and Discrimination. Rhetorics of Racism and Antisemitism*. London, New York: Routledge.

Reisigl, M. & Wodak, R. (2009). The Discourse- Historical Approach (DHA). Ruth Wodak, Michael Meyer (Ed.). *Methods for Critical Discourse Analysis* (2. Revised Edition) içinde (s. 87- 121). London: Sage.

Reisigl M. & Wodak, R. (2016). The Discourse-Historical Approach (DHA). Ruth Wodak ve Michael Meyer (Ed.). *Methods of Critical Discourse Studies* içinde, (s. 23- 61). London: Sage.

Tekin, B. Ç. (2008). The construction of Turkey's possible EU membership in French political discourse. *Discourse & Society*. 19 (6), 727- 763.
<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0957926508095891>.

Tekin, B. Ç. (2010). *Representations and Othering in Discourse: The construction of Turkey in the EU context*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.

Titscher, S., Meyer, M., Wodak, R. & Vetter, E. (2000). *Methods of Text and Discourse Analysis*. London: Sage.

van Dijk, T. A. (1993). *Elite Discourse and Racism*. Newbury Park: Sage.

van Dijk, T. A. (1998). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: Sage.

van Dijk, T. (2001). Critical Discourse Analysis. Deborah Schiffrin, Deborah Tannen, Heidi E. Hamilton (Ed.). *The Handbook of Discourse Analysis* içinde (s. 466-485). USA: Blackwell.

- van Dijk, T. (2007). Comments on Context and Conversation. Norman Fairclough, Giuseppina Cortese & Patrizia Ardizzone (Ed.). *Discourse and Contemporary Social Change* içinde (s. 281-316). Bern: Peter Lang.
- van Dijk, T. A. (2016). Critical Discourse Studies: A Sociocognitive Approach. Ruth Wodak & Michael Meyer (Ed.), *Methods of Critical Discourse Studies* (3. Baskı) içinde (s. 62- 85) London: Sage.
- van Leeuwen, T. (2016). Discourse as the Recontextualization of Social Practice - A Guide. Ruth Wodak & Michael Meyer (Ed.). *Methods of Critical Discourse Studies* (3. Baskı) içinde (s. 136-153). London: Sage.
- Weiss, G. & Wodak, R. (2003). *Critical Discourse Analysis. Theory and Interdisciplinarity*. New York: Palgrave Macmillan.
- Wodak, R. (1990). The waldheim affair and antisemitic prejudice in Austrian public discourse. *Patterns of prejudice*, 24(2), 18-33. <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/0031322X.1990.9970049>.
- Wodak, R. (1996). Critical Linguistics and Critical Discourse Analysis. Jan Zienkowski, Jan Ola-Östman & Jef Verschueren (Ed.). *Discursive Pragmatics* içinde (s. 50-69). Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Wodak, R. (2000). Does sociolinguistics need social theory? New perspectives in critical discourse analysis. *Discourse and Society*, 2 (3), 123- 147.
- Wodak, R. (2001). The Discourse-Historical Approach. Ruth Wodak ve Michael Meyer (Ed.). *Methods of Critical Discourse Analysis* içinde (s. 63- 94). London: Sage.
- Wodak, R. (2002). Fragmented Identities: Redefining and Recontextualizing National Identity. Paul Chilton and Christina Schaffner (Ed.). *Politics as Text and Talk: Analytic Approaches to Political Discourse* içinde. Amsterdam: John Benjamins.
- Wodak, R. & Weiss, G. (2005). Analyzing European Union Discourses. Ruth Wodak & Paul Chilton (Ed.). *A New Agenda in (Critical) Discourse Analysis: Theory, Methodology and Interdisciplinarity* içinde (s. 121- 135). Amsterdam: John Benjamins.
- Wodak R., De Cillia, R., Reisigl, M. & Liebhart K. (2009). *The Discursive Construction of National Identity*. Edinburgh: Edinburgh University.
- Wodak, R. & Meyer, M. (2009). Critical Discourse Analyses: History, Agenda, Theory and Methodology. Ruth Wodak ve Michael Meyer (Ed.). *Methods of Critical Discourse Analyses* içinde (s. 1- 33). London: Sage.
- Wodak, R. & Meyer, M. (2016). Critical Discourse Studies: History, Agenda, Theory, and Methodology. Ruth Wodak & Michael Meyer (Ed.). *Methods of Critical Discourse Studies* içinde (s. 1- 22). London: Sage.

Yağcıoğlu, S. & Değer, A. Cem (2002). Toplumsal atışma Sürecinde Farklı Söylemler: Bir Eleştirel Söylem zmlemesi. *1990 Sonrası Laik-Anti Laik atışmasında Farklı Söylemler, Disiplinler Arası Bir Yaklaşım*. İzmir Dokuz Eylül.

Zizek, S. (2013). *Ahir Zamanlarda Yaşarken*. Erkal nal (ev.). İstanbul: Metis.



Yöneticilerin Olumlu ve Olumsuz Mizah Kullanımı ile Çalışan Tutumları Arasındaki İlişki

The Relationship Between Positive and Negative Use of Humor of Managers and Employee Attitudes

Dr. Öğr. Üyesi Ozan Büyükyılmaz¹

Başvuru Tarihi: 13.09.2018

Kabul Tarihi: 09.11.2018

Öz

Bu çalışmanın amacı, yöneticilerin olumlu ve olumsuz mizah kullanımı ile çalışanların çeşitli iş tutumları arasındaki ilişkiyi belirleyebilmektir. Bu çerçevede olumlu ve olumsuz mizah kullanımı ile iş tatmini, duygusal bağlılık ve lider-üye etkileşimi arasındaki ilişkiler araştırılmaktadır. Analizlerde kullanılan veri, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde öğrenim gören ve bir özel veya kamu kurumunda çalışmakta olan 325 lisansüstü öğrencisinden anket yoluyla elde edilmiştir. Araştırma hipotezleri hiyerarşik regresyon analizi ile test edilmiştir. Araştırmanın sonucunda, yöneticilerin hem olumlu hem de olumsuz mizah kullanımının çalışan tutumlarını etkilediği, fakat olumsuz mizah kullanımının daha güçlü bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Yönetici Mizah Tarzları, Olumlu ve Olumsuz Mizah, İş Tatmini, Duygusal Bağlılık, Lider-Üye Etkileşimi*

Abstract

The purpose of this study is to determine the relationship between the positive and negative use of humor of managers and the various job attitudes of employees. Within this scope, the relationship between positive and negative humor and job satisfaction, affective commitment and leader-member exchange are investigated. The data used in the study were gathered by questionnaire from 325 graduate students studying at the Karabuk University Institute of Social Sciences and at the same time working in a state and private organization. Research hypotheses were tested by hierarchical regression analysis. As a result of the study, it was determined that both positive and negative use of humor of managers affect employee attitudes, but negative use of humor has a stronger influence.

Keywords: *Managerial Humor Styles, Positive and Negative Humor, Job Satisfaction, Affective Commitment, Leader-Member Exchange*

¹ Karabük Üniversitesi İşletme Fakültesi, ozanbuyukyilmaz@karabuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5499-1485

Giriş

Mizah herkes tarafından bilinmekte ve kullanılmakta, insanlar arasında hoşgörü yaratmakta ve dolayısıyla insan deneyiminin son derece anlamlı bir yönünü oluşturmaktadır. Mizahi durumların kaçınılmaz olması ve mizahın geniş kapsamlı sonuçlarının bulunması, iş hayatında ve örgütlerde mizahın araştırılmasını gerekli kılan iki önemli neden olarak gösterilebilir.

Mizahın farklı örgütsel süreçleri kolaylaştırabileceği belirtilmektedir. Mizah, işyerinde ilişkileri kurmaya ve desteklemeye yardımcı olmakta (Cooper, 2008), grup süreçlerini kolaylaştırmakta (Romero ve Pescosolido, 2008), çalışanların stresle başa çıkmasını sağlamakta (Doosje vd., 2010) ve problem çözmede yaratıcılığı artırmaktadır (Holmes, 2007). Mizahı iyi kullanan liderlerin daha çok sevildiği düşünülmektedir (Holmes ve Marra, 2002; Hughes ve Avey, 2009). Çeşitli olumlu etkilerine rağmen mizahın aynı zamanda olumsuz yönleri de bulunmaktadır. Örneğin, çalışanların işlerinden uzaklaşması, güvenilirliğin zedelenmesi veya farklı yapıdaki bireylerin bulunduğu çalışma ortamlarında kırılmalar gibi olumsuzluklar meydana getirebilmektedir (Scheel ve Gockel, 2017). İş hayatında olumsuz mizah kullanımı, hedeflenen kişiye karşı önyargı oluşmasını sağlayarak düşmanlığı arttırabilir (Janes ve Olson, 2015), çalışanların yabancılaşmasına ve iyi çalışanların örgütten ayrılmasına neden olabilir (Plester, 2009), işyerinde ayrımcılığın yükselmesine yol açabilir (Quinn, 2000) ve yöneticinin itibarı üzerinde olumsuzluk yaratarak yönetici kararlarını anlamsızlaştırabilir (Lyttle, 2007).

Mizah aslında insan doğasının ve insan ilişkilerinin özünde var olan bir unsurdur. Mizah ve kahkaha, tüm kültürlerde ve dünyadaki hemen hemen tüm bireylerde meydana gelen insan deneyiminin evrensel bir yönüdür (Martin, 2007, s. 2). Dolayısıyla mizahın birçok alanda akademik olarak incelenen önemli bir kavram olduğu söylenebilir. Bu çerçevede gülme ve mizah arasındaki ilişki (Gervais ve Wilson, 2005), mizahın zihinsel ve fiziksel sağlık üzerindeki etkileri (Galloway ve Cropley, 1999; Martin, 2001), mizah ve kişilik ilişkisi (Mendiburo-Seguel vd., 2015) ve romantik ilişkilerde mizah kullanımı (Wilbur ve Campbell, 2011; Hall, 2017) gibi alanlarda çok sayıda araştırma bulunmaktadır. Her ne kadar son yıllarda liderlerin ve çalışanların mizah kullanımı konusuna daha fazla ilgi gösterilse de, iş hayatında ve örgütlerde mizah üzerine gerçekleştirilen sınırlı sayıda araştırma bulunmaktadır.

İş hayatında mizah kullanımı ile ilgili gerçekleştirilen literatür araştırmalarının, yönetsel iletişim (Wood vd., 2011) ve işyerinde mizah yönetimi (Lyttle, 2007) gibi örgüt yönetimi perspektifini içerdiği görülmektedir. Ayrıca, işyeri ilişkilerinde mizah kullanımı (Cooper, 2008), mizah tarzları ve liderlik gibi çalışma bağlamları üzerindeki etkileri (Romero ve Cruthirds, 2006), örgüt iklimi kapsamında mizah ve duygular (Robert ve Wilbanks, 2012) gibi alanlarda literatür araştırmaları da gerçekleştirilmiştir. Her ne kadar bu incelemeler faydalı olsa da, bu incelemelerde mizahın işlevleri üzerine söylenenlerin büyük çoğunluğu ampirik olarak test edilmemiştir. Dolayısıyla bu çalışmalar gelecekteki araştırma girişimleri için başlangıç noktası durumundadır.

Örgütlerde mizah, mizah kullanımını ve mizah tarzları üzerine bugüne kadar gerçekleştirilen araştırmalardan hareketle bu çalışma, yöneticilerin mizah tarzları ile çalışan tutumları arasındaki ilişkilere odaklanmaktadır. Çalışmanın amacı, yöneticilerin olumlu ve olumsuz mizah kullanımını ile çalışanların iş tatmini, duygusal bağlılık ve lider-üye etkileşimi algıları arasındaki ilişkileri belirleyebilmektir.

Kavramsal Çerçeve

Mizah Kavramı

Bir araştırma konusu olarak mizah aslında yeni değildir. Tarih boyunca birçok teolog, filozof ve araştırmacı mizah kavramını tartışmıştır. Bu çerçevede mizahın farklı şekillerde tanımlandığı görülmektedir. Hipokrat'a göre mizah, insan vücudunun düzenlenmesine yardımcı olan dört akışkan vücut sıvısını (kan, balgam, sarı safra ve siyah safra) tanımlamaktır. Bu çerçevede mizah, insanın sağlıklı yaşamının bir parçasıdır (Martin, 2007, s. 20-21). Freud ise mizah kavramına psikolojik açıdan bakmakta ve kavramı, insanların zevk almak amacıyla kullandıkları bir savunma mekanizması olarak tanımlamaktadır (Scheel ve Gockel, 2017, s. 10).

Daha güncel araştırmalarda ise mizah kavramının daha geniş kapsamlı ve çok yönlü olarak ele alındığı görülmektedir. Bu bakış açısından mizah kavramına ilişkin tanımlarda mizahın, sürpriz, uygunsuzluk, idrak etme ve eğlence gibi farklı özellikler taşıdığı görülmektedir. Martin'e göre (2007, s. 11) mizah, alışılmış bir kalıp, bir yetenek, bir mizaç, bir estetik tepki, bir tutum, bir dünya görüşü, başa çıkma stratejisi veya bir savunma mekanizması olarak görülebilmektedir.

Long ve Graesser (1988, s. 37) mizahı "komik veya eğlenceli görülen, bilerek veya yanlışlıkla yapılan veya söylenen bir şey" olarak tanımlamaktadır. Martineau (1972, s. 114) ise mizah kavramını sosyolojik bir bakış açısıyla incelemekte ve "mizahi olarak algılanan herhangi bir iletişimsel durum" olarak ifade etmektedir. Booth-Butterfield ve Booth- Butterfield'e göre ise (1991, s. 206), "hedeflenen alıcı için sürpriz, memnuniyet ve zevk anlamına gelen ve kahkaha, gülme ve diğer spontane davranış biçimlerini ortaya çıkaran kasıtlı sözlü ve sözsüz mesajlar" anlamına gelmektedir. Gervais ve Wilson (2005, s. 399) mizahın, bir anda ve ciddi olmayan sosyal ilişkilerde algılanan ani beklenmedik olay değişiklikleri sonucunda ortaya çıktığını belirtmektedir. Bu kapsamda mizahı "ciddi olmayan sosyal uyumsuzluk" şeklinde tanımlamaktadır. Hurren'e göre (2006, s. 11) mizah "alıcıda olumlu bir eğlence duygusu uyandıran sözlü ya da sözsüz herhangi bir mesaj" anlamına gelmektedir. Scheel ve Gockel ise (2017, s. 12) mizahı, uyumsuzluk içeren ve hem mizahın "yapımcısı" hem de "alıcısı" üzerinde çeşitli duyguları uyandıran iletişim süreci olarak görmektedir.

Mesmer-Magnus vd. (2012, s. 156) mizah kavramına ilişkin farklı tanımların bulunmasında dört faktörün etkisinden bahsetmektedir. Bunlar; (1) "mizah" ve "mizah duygusu" kavramlarının birbirinin yerine kullanılıyor olması, (2) mizahın çok boyutlu bir yapıya sahip olması, (3) çok farklı mizah türlerinin bulunması ve (4) bazıları olumlu ve bazıları olumsuz olmak üzere farklı mizah tarzlarının bulunmasıdır.

Mizah, insanların yaşam içerisindeki davranış biçimlerini veya rutinlerini anlamamızı sağlarken, bu davranış biçimleri içerisindeki problemleri tanıma ve baş etme konusunda da yardımcı olmaktadır. Çünkü mizahın, diğer insanların davranış kalıplarını anlayış biçimiyle, bizim anlayışımızın nasıl benzer ya da farklı olduğunu açıkça ortaya koyma özelliği bulunmaktadır. Dolayısıyla mizahın, diğer insanların takip etmeyi düşündüğü iletişim biçimiyle ilgili belirsizliği azaltma konusunda katkısı büyüktür (Meyer, 2015, s. 3).

Örgütlerde Mizah Kavramı

Mizahın insanlar arası etkileşimde her zaman için varolması, farklı ve kapsamlı sonuçlara neden olması, ilginç bir olgu olarak iş hayatında ve örgütlerde incelenebilecek bir kavram olmasının temel nedenidir. Buna rağmen mizahın iş hayatında ve örgütlerde sıklıkla araştırılan bir konu olmadığı da bir gerçektir. Bunun temel nedeni olarak mizahın iş hayatı açısından ciddiye alınmayacak bir olgu olarak görülmesi ve kapsamında eğlence bulunan bir kavramın iş hayatına uygun olmadığı düşünülmesi gösterilebilir (Scheel ve Gockel, 2017, s. 2).

Yine de mizah potansiyel olarak iş hayatının tüm yönleriyle ilişkilidir. Mizah sadece eğlence için değildir. Çalışanlar arasındaki bütünleşmeyi artırmakta, yaratıcılığı geliştirmekte ve örgütsel gelişimi teşvik etmektedir (Holmes, 2007; Romero ve Pescosolido, 2008). Mizah çalışanlar arasındaki samimiyeti, dayanışmayı ve nezaketi arttırmaktadır (Holmes ve Marra, 2002, s. 65). Ayrıca örgütsel iklimin iyileşmesine katkı sağlamaktadır ve etkin liderlikle yakından ilişkilidir. Mizahı iyi şekilde kullanabilen liderin “iyi” bir lider olduğuna inanılmaktadır (Liu ve Wang, 2016, s. 1307). Dolayısıyla mizah, çalışanlar arası ilişkilerden yönetim disiplinine kadar çeşitli amaçlarla kullanılabilen özünde değişkenlik bulunan bir olgudur (Butler, 2016, s. 421).

İş hayatında mizahı inceleyen araştırmaların sıklıkla örgütsel mizah kavramına odaklandığı görülmektedir. Bu kapsamda farklı araştırmacıların örgütsel mizah üzerine tanımlar gerçekleştirdiği görülmektedir. Cooper’a göre örgütsel mizah, çalışanların birbirlerini anlaması amacıyla kullanılan karmaşık ve ilginç bir olguyu ifade etmektedir. Örgütsel mizah “birinin (bir çalışanın) başka bir kişiyi eğlendirmek amacıyla paylaştığı ve bu diğer kişinin kasıtlı bir davranış olarak algılandığı herhangi bir olay” olarak tanımlanmaktadır (Cooper, 2005, s. 766-767). Romero and Cruthirds’e göre (2006, s. 59) ise örgütsel mizah “birey, grup ya da örgütte olumlu algılar ve duygular ortaya çıkartan eğlenceli haberleşmeler” olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımdan hareketle Dikkers vd. (2012, s. 76) örgütsel mizahın; “birey, grup veya örgütte eğlence amacıyla gerçekleştirilen ve iş ilişkilerinde paylaşılan ciddiyet taşımayan uyuşmazlıklar” anlamına geldiğini söylemektedir. Liu ve Wang (2016, s. 1308) ise örgütsel mizahı, “bazı durumlarda, örgüt üyelerinin örgütsel iklimi düzenlemek amacıyla diğerlerinin duygusal ve bilişsel faaliyetlerini etkilemek için gerçekleştirdikleri yeni ve ilginç iletişim davranışları” olarak tanımlamaktadır. Romero ve Pescosolido, (2008, s. 397) başarılı bir örgütsel mizahın sadece yenilik değil aynı zamanda kabul edilebilir bir çeşitlilik içermesi de gerektiğini belirtmektedir.

Örgütsel mizah, mizahi unsurlardan türemiştir. Bu nedenle farklı bir iletişim aracı olması ve olumlu etkilerinin bulunması gibi mizaha ilişkin özellikler örgütsel mizah için de geçerlidir.

Fakat örgütsel mizahın kendine özgü özellikleri de bulunmaktadır. Öncelikle farklı örgütlerin farklı örgüt kültürlerine sahip olması nedeniyle örgütler içerisinde mizah türü de farklılaşmaktadır. İkincisi örgütsel mizah örgüt ikliminin düzenlenmesi için bir araçtır. Pozitif örgütsel mizah işletmeler için yalnızca iyi bir örgüt iklimi oluşturmada değil, aynı zamanda kendi gelişimlerini teşvik etmede de yardımcı olabilmektedir (Liu ve Wang, 2016, s. 1308). Bunun yanında örgütsel mizahın olumsuz yönü de olabilmektedir. Alay etmek ve iğnelemek amacıyla gerçekleştirilen şakalar örgütsel etkinlik üzerinde olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (Decker vd., 2011, s. 45).

Olumlu-Olumsuz Mizah Kullanımı

İnsanlar isteyerek veya bilmeden bir şekilde mizahı kullanmaktadır. Bununla birlikte her insan birbirinden farklıdır ve bu farklılık mizah yapış şeklinde de farklılık meydana getirmektedir. Dolayısıyla mizah tarzları denildiğinde, insanların mizahı kullanma yolları belirtilmektedir (Martin vd., 2003).

Araştırmalarda mizah tarzlarının farklı sınıflamalara tabi tutulduğu görülmektedir. Duncan vd. (1990) mizah tarzlarını olumlu ve olumsuz şeklinde ikili bir ayrıma tabi tutmuştur. Bu ayrımda olumsuz mizah tarzı, diğer bir insan üzerinde zafer hissine odaklanmaktadır. Diğer bir ifadeyle, olumsuz mizah tarzı, insanların diğer insanlar üzerinde üstünlük sağladıklarında gülmesidir. Olumlu mizah tarzı ise, akılcı dil veya davranış kalıplarının kasıtlı olarak ihlali anlamına gelmektedir. Bu tarz da gülme, beklenmedik, belirsiz, mantıksız veya uygunsuz durumlarla ilişkilidir (Duncan vd., 1990, s. 258-260).

Mizah tarzlarına ilişkin literatürde en çok kabul göre ayırım ise Martin vd. (2003) tarafından gerçekleştirilmiştir. Martin vd., (2003) mizah tarzlarına ilişkin 2 X 2 modelini geliştirmiştir. Bu kapsamda mizah tarzları ikisi olumlu ikisi olumsuz olmak üzere dördü bir ayrıma tabi tutulmaktadır. Martin vd. (2003) olumlu mizah tarzlarının; katılımcı mizah ve kendini geliştirici mizah olduğunu belirtmektedir. Olumsuz mizah tarzları ise kendini yıkıcı mizah ve saldırgan mizah olarak isimlendirilmektedir.

Gerçekleştirilen ampirik araştırmaların bulguları, olumlu mizah tarzlarının psikolojik sağlık üzerinde olumlu etki yaratarak mutluluğu arttırdığına, olumsuz mizah tarzlarının ise huzursuzluğa yol açtığına dair önemli kanıtlar oluşturmaktadır. Özellikle katılımcı mizah tarzının daha fazla kullanımı mutluluğu arttıran sosyal destek ağlarının gelişimini ve sürdürülmesini kolaylaştırabilmektedir. Alternatif olarak, kendini yıkıcı mizah tarzının daha fazla kullanılması, psikolojik sağlık üzerinde olumsuz etkisi bulunan uyumsuz sosyal destek ağlarının gelişmesine yol açabilmektedir.

Bunun yanında iş hayatında ve örgütsel psikoloji araştırmalarında mizah tarzlarının kullanımı nadiren araştırılan bir konu durumundadır. Üstelik, sosyal-bireysel boyutlar açısından mizah tarzlarının örgütsel yaşam içerisinde incelenmesi gerekmektedir.

Olumlu-Olumsuz Mizah Kullanımı ile Çalışan Tutumları Arasındaki İlişki

Çalışan tutumları kapsamında olumlu ve olumsuz mizah kullanımı ile iş tatmini, duygusal bağlılık ve algılanan örgütsel destek arasındaki ilişki incelenmektedir.

Olumlu-Olumsuz Mizah Kullanımı ile İş Tatmini İlişkisi

İş tatmini en genel şekilde “çalışanların işinden duyduğu memnuniyet ve mutluluk derecesi” anlamına gelmektedir (Hackman ve Oldham, 1975, s. 162). Bununla birlikte iş tatminine ilişkin farklı tanımların da yapıldığı görülmektedir. Locke (1976, s. 1304) iş tatminini, “bireyin işini ya da iş deneyimini değerlendirmesi sonucu ortaya çıkan memnun edici ve pozitif duygusal durum” olarak tanımlamaktadır. Luthans’a göre (1995, s. 171) ise iş tatmini “çalışanın gerçekleştirdiği işin kendisi için önemli olan değerleri ne derecede karşıladığına ilişkin algıladığı sonuç” anlamına gelmektedir.

Araştırmalar, olumlu mizahın yüksek iş tatmini ile büyük oranda ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır (Wanzer vd., 2005; Hurren, 2006; Robert ve Yan, 2007; Mesmer Magnus vd., 2012; Batool vd., 2014; Robert vd., 2016). Bu çerçevede mizah, yapılan işin hem ilişkisel yönünü hem de görevle ilişkili yönünü olumlu şekilde etkileyebilmektedir (Robert ve Veiga, 2017).

Mesmer-Magnus vd. (2012) tarafından gerçekleştirilen ve 49 çalışma sonucunun derlendiği meta-analiz araştırması, çalışanların ve yöneticilerin mizah kullanımının çalışanların iş tatminleri üzerinde olumlu etkisi bulunduğunu göstermektedir. Çalışmada mizah kullanımı ve iş tatmini arasında orta düzeyde bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte araştırma sonuçları ayrıca işinden memnun olan çalışanların mizah kullanımının memnun olmayanlara göre daha yüksek derecede olduğunu göstermektedir.

Hurren’in (2006) çalışması, okul müdürlerinin genel mizah kullanım sıklığının öğretmenler tarafından nasıl algılandığını ve okul müdürlerinin mizah kullanımının öğretmenlerin iş tatminleri üzerindeki etkisini araştırmaktadır. Çalışma farklı seviyelerdeki 471 öğretmen üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonuçları, işyerinde mizah kullanımı yüksek olan müdürlerin, mizahı az kullanan veya hiç kullanmayan müdürlere nazaran çok daha fazla işinden memnun öğretmenlere sahip olduğunu göstermektedir.

Benzer bir araştırma da Recepoğlu (2008) tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırma ile okul müdürlerinin öğretmenler tarafından algılanan mizah yeteneklerini kullanma sıklığı ve müdürlerin mizah yeteneklerini kullanmalarının öğretmenlerin iş tatminine etkisi incelenmektedir. Araştırmanın bulguları, öğretmenlerin iş tatmini üzerinde okul müdürlerinin mizah yeteneğinin önemli bir role sahip olduğunu göstermektedir.

Cann vd. (2014) araştırmasında mizahın dört türünün (olumlu mizah, olumsuz mizah, grup dışı mizah ve yönetici desteği sağlayan mizah) örgütsel sonuçlarını araştırmaktadır. Araştırmanın sonuçları olumlu mizahın ve yönetici desteği sağlayan mizahın iş tatmini üzerinde pozitif yönlü etkisinin bulunduğunu, grup dışı mizahın ise negatif yönlü bir etkisinin

bulduğunu göstermektedir. Buna karşılık araştırma bulgularına göre olumsuz mizah ile iş tatmini arasında anlamlı bir ilişki belirlenmemiştir.

Sobral ve Islam (2015) tarafından gerçekleştirilen araştırma ile mizahın olumlu ve olumsuz şekilde kullanımı ile iş tatmini arasındaki ilişki araştırılmaktadır. Araştırma Brezilya’da gerçekleştirilmiş ve araştırmanın örnekleme 184 stajyerden oluşmaktadır. Araştırmanın sonucunda olumlu mizahın iş tatminini pozitif yönde etkilediği ve olumsuz mizahın ise iş tatminini negatif yönde etkilediği belirlenmiştir. Elde edilen bulgular olumsuz mizahın olumlu mizaha göre iş tatmini üzerinde daha güçlü bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Genel olarak literatür incelendiğinde mizah ile iş tatmini arasında olumlu bir ilişki bulunduğu gözlenmektedir. Diğer bir ifadeyle araştırmalarda, mizah kullanımının çalışanların iş tatminini arttıran bir faktör olduğu belirtilmektedir. Bununla birlikte araştırmalarda daha çok iş tatmini üzerinde olumlu mizahın etkisinin araştırıldığı ve olumsuz mizah kullanımının iş tatmini üzerindeki etkisine odaklanan sınırlı sayıda çalışmanın bulunduğu görülmektedir.

Gerçekleştirilen araştırmalardan elde edilen bulgular sonucunda çalışmanın ilk hipotezi aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

H1: Yöneticilerin mizah kullanımı ile çalışanların iş tatmini arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1a: Yöneticilerin olumlu mizah kullanımı arttıkça çalışanların iş tatmini seviyeleri artmaktadır.

H1b: Yöneticilerin olumsuz mizah kullanımı arttıkça çalışanların iş tatmini seviyeleri azalmaktadır.

Olumlu-Olumsuz Mizah Kullanımı ile Duygusal Bağlılık İlişkisi

Örgütsel bağlılık en genel şekilde “bireyi örgüte bağlayan psikolojik durum” (Allen ve Meyer, 1990, s. 14) veya “çalışanın örgütüne bağlanması ve kendisini adanması” (Taşçı vd., 2016, s. 131) şeklinde tanımlanmaktadır. Diğer bir tanım çerçevesinde ise örgütsel bağlılık, “bireyin kurumsal amaç ve değerleri kabul etmesi, bu amaçlara ulaşılması yönünde çaba sarf etmesi ve kurum üyeliğini devam ettirme arzusu” olarak ifade edilmektedir (Durna ve Eren, 2005, s. 211). Dolayısıyla örgütsel bağlılık denildiğinde örgüt ile birey arasındaki ilişkinin ortaya konduğu temel unsurdan bahsedilmektedir (Sığır, 2007, s. 262).

Örgütsel bağlılığa ilişkin çalışmalarda genel olarak üç konuya değinildiği görülmektedir. Bunlar; çalışanın örgütüyle kurduğu duygusal bağ (duygusal bağlılık), çalışanın örgütünden ayrılması durumunda ortaya çıkan maliyetler (devam bağlılığı) ve çalışanın örgütünde devam etmesine neden olan yükümlülüklerdir (normatif bağlılık). Bu çerçevede genel olarak örgütsel bağlılık kavramı üç boyut kapsamında incelenmektedir (Allen ve Meyer, 1990; Meyer ve Allen, 1991).

Örgütsel bağlılık her ne kadar üç boyutta incelenen bir kavram olsa da, asıl bağlılığın çalışanın duygusal olarak örgütüyle bütünleşmesi, örgütünde çalışmaktan mutluluk duyması olduğu düşünülmektedir (Allen ve Meyer, 1990). Bununla birlikte tutum ve davranışlar üzerinde duygusal bağlılığın diğer boyutlara nazaran çok daha güçlü bir etkisinin bulunduğu

belirlenmiştir (Meyer, vd., 2002). Bu nedenle duygusal bağlılık için örgütsel bağlılığın temel boyutu olduğu söylenebilmektedir. Dolayısıyla örgütsel bağlılık denildiğinde çoğu zaman duygusal bağlılık anlaşılmalıdır.

Araştırmalara göre, örgütsel bağlılık üzerinde özellikle de duygusal bağlılık üzerinde etkili olan faktörlerden birinin de olumlu mizah kullanımını olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü çalışanların örgütlerine bağlanmasında etkili olan faktörlerden biri de bireyler arasında kurulan arkadaşlık ilişkileridir. Bireyler arasındaki mizah paylaşımı da iletişimi kolaylaştırmakta ve güçlendirmektedir (Adıgüzel vd., 2014:14). İşyerinde eğlencenin etkileri üzerine gerçekleştirilen araştırmalarda, olumlu mizah kullanımının birçok olumlu etkisinden birinin de çalışanların bağlılığını arttırması olduğu belirlenmiştir (Hughes ve Avey, 2009; Romero ve Arendt, 2011; Adıgüzel vd., 2014; Cann vd., 2014). Bu çerçevede bireyler arasında eğlence ve gülmeye neden olan mizahi davranışların örgüte olan duygusal bağlılığı ve örgütsel değerlere olan inancı arttırdığını söylemek mümkündür.

Kişisel mizah tarzları ile farklı örgütsel değişkenler arasındaki ilişkiyi araştıran Romero ve Arendt (2011), kullanılan mizah tarzının (katılımcı mizah, kendini geliştirici mizah, kendini yıkıcı mizah ve saldırgan mizah) çalışan tutum ve davranışları üzerinde ne tür bir etkiye sahip olduğunu belirlemeye çalışmaktadır. Araştırma küçükü büyüklü farklı örgütlerde çalışmakta olan 349 işgören üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonucunda, çalışanların örgütlerine bağlılıkları üzerinde katılımcı mizahın ve kendini geliştirici mizahın pozitif yönlü bir etkisinin bulunduğu belirlenmiştir. Diğer taraftan saldırgan mizah ise örgütsel bağlılığı negatif olarak etkilemektedir. Buna karşılık kendini yıkıcı mizah ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Cann vd. (2014) ise çalışanlar tarafından kullanılan farklı mizah tarzları (olumlu mizah, olumsuz mizah, grup dışı mizah ve yönetici desteği sağlayan mizah) ile çeşitli çalışan tutumları arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Bu çerçevede mizah tarzlarının duygusal bağlılık üzerindeki etkisi de incelenmektedir. Çalışmanın sonucunda, duygusal bağlılık üzerinde olumlu mizahın ve yönetici desteği sağlayan mizahın pozitif yönlü bir etkisinin bulunduğu, grup dışı mizahın ise negatif yönlü bir etkisinin bulunduğu belirlenmiştir. Olumsuz mizahın ise duygusal bağlılık üzerinde bir etkisi tespit edilememiştir.

Gerçekleştirilen araştırmalardan elde edilen bulgular sonucunda çalışmanın ikinci hipotezi aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

H2: Yöneticilerin mizah kullanımı ile çalışanların duygusal bağlılığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2a: Yöneticilerin olumlu mizah kullanımı arttıkça çalışanların duygusal bağlılık seviyeleri artmaktadır.

H2b: Yöneticilerin olumsuz mizah kullanımı arttıkça çalışanların duygusal seviyeleri azalmaktadır.

Olumlu-Olumsuz Mizah Kullanımı ile Lider-Üye Etkileşimi İlişkisi

Lider-üye etkileşimi, lider ile belirli bir takipçi arasındaki profesyonel ilişkinin kalitesi olarak tanımlanmaktadır (Graen ve Uhl-Bien, 1995, s. 227). Lider-üye etkileşimi teorisi, liderlerin tüm astları ile ilişkilerinde aynı tarzı kullanmadığını, aksine her bir takipçiyle farklı bir ilişki veya etkileşim türü geliştirdiğini öne sürmektedir (Liden ve Maslyn, 1998, s. 43). Bu çerçevede, liderler astlarına onları grup içi (yüksek kaliteli ilişki) veya grup dışı (düşük kaliteli ilişki) görmelerine bağlı olarak farklı muamele gösterebilmektedir. Çünkü lider-üye etkileşimi teorisine göre, yöneticilerin kısıtlı zamana ve kaynağa sahip olması nedeniyle tüm astları ile eşit olarak etkileşmesi imkansızdır (Graen ve Scandura, 1987, s. 182). Lider ile üye arasında yüksek kalitede bir ilişki, yüksek düzeyde güven, saygı ve karşılıklı yükümlülük ile nitelendirilmektedir (Graen ve Uhl-Bien, 1995, s. 227).

Araştırmalar, liderin mizah kullanımının ve mizah tarzının lider ile üye arasındaki etkileşimin gelişimine katkıda bulunduğunu ileri sürmektedir (Gkorezis vd., 2014; Wisse ve Rietzschel, 2014; Pundt ve Herrmann, 2015). Cooper (2008) liderin olumlu mizah kullanmasının pozitif ilişkilerin gelişimi için çok önemli olan ilişkiyel süreçler üzerinde olumlu etkiler sağlayacağını belirtmektedir. Lider-üye etkileşimi de bu önemli ilişkiyel süreçlerden biridir. Dolayısıyla mizah, genel olarak olumlu ilişkilerin gelişmesi için önemli bir koşul olarak kabul edilmektedir ve mizahi insanların sosyal ilişkileri başlatmasının ve sürdürmesinin daha kolay olduğu düşünülmektedir (Hampes, 2005; Martin, 2007).

Pundt ve Herrmann (2015) tarafından gerçekleştirilen araştırma yöneticiler tarafından kullanılan katılımcı ve saldırgan mizah tarzları ile lider-üye etkileşimi arasındaki ilişkiyi belirlemeye çalışmaktadır. Araştırmada kullanılan veri altı hafta arayla gerçekleştirilen iki farklı anket çalışması aracılığıyla Almanya'da farklı işletmelerde çalışan 152 kişiden elde edilmiştir. Araştırmanın sonucunda lider-üye etkileşimi ile katılımcı mizahın pozitif yönlü ve saldırgan mizahın negatif yönlü ilişkisi bulunduğu belirlenmiştir.

Mizah kullanımının lider ve takipçi arasındaki ilişkinin kalitesini (lider-üye etkileşimi) nasıl etkilediğine odaklanan bir araştırma da Wisse ve Rietzschel (2014) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın amacı, çalışanların kullandığı mizah tarzlarının ve liderlerin kullandığı mizah tarzlarının lider-üye etkileşimi üzerindeki etkisini belirleyebilmektir. Çalışma Hollanda'da farklı sektörlerdeki 88 lider ve onların 257 çalışanı üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda, genel olarak lider-üye etkileşimi üzerinde çalışanların katılımcı mizah tarzının olumlu ve çalışanların saldırgan mizah tarzının ise olumsuz etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.

Araştırmalar, mizahın lider ve takipçi arasındaki lider-üye etkileşiminin kalitesini artırma potansiyeli olduğunu göstermektedir. Fakat tüm mizah tarzları, insanlar arasındaki etkileşimin memnuniyetini ve kalitesini arttırmaya eşit derecede yardımcı olmayabilmektedir (Martin vd., 2003). Mizah aynı zamanda utandırma, hakaret etme ve küçük düşürme amacını da güdebilmektedir (Martin, 2007; Kuiper ve Harris, 2009). Bu çerçevede olumsuz mizah tarzı ile lider üye etkileşimi arasında negatif bir ilişki öngörülmektedir. Çünkü bu mizah türü diğer

insanlarla alay etmek ve dalga geçmek amacıyla, hataları için insanları eleştirmek ve kızdırmak amacıyla ve en genel şekilde insanları bastırmak amacıyla kullanılabilir. Örgüt içinde bu tür mizah kullanımı ilişkilere zarar verebilir ve bu tür mizah kullanan insanlar, mizahın diğer insanlar üzerindeki yaralayıcı etkilerini dikkate almamaktadır. Dolayısıyla liderin olumsuz mizah kullanması durumunda takipçilerin liderle olumlu ilişkiler kurması daha az olasıdır (Pundt ve Herrmann, 2015:111).

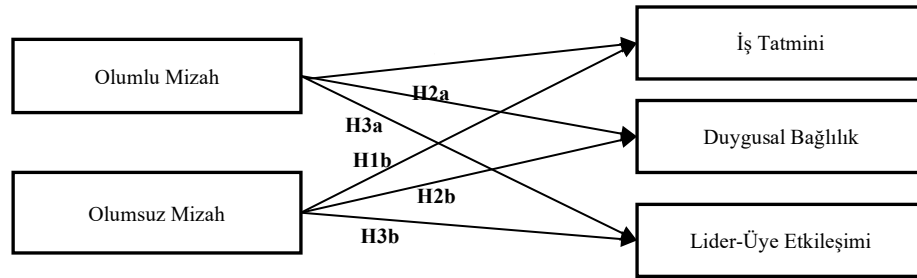
Gerçekleştirilen araştırmalardan elde edilen bulgular sonucunda çalışmanın üçüncü hipotezi aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

H3: Yöneticilerin mizah kullanımı ile çalışanların lider-üye etkileşimi algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3a: Yöneticilerin olumlu mizah kullanımı arttıkça çalışanların lider-üye etkileşimi algıları artmaktadır.

H3b: Yöneticilerin olumsuz mizah kullanımı arttıkça çalışanların lider-üye etkileşimi algıları azalmaktadır.

Çalışma kapsamında yöneticilerin mizah kullanımı ile çalışanların iş tatmini, duygusal bağlılık ve lider-üye etkileşimi algıları arasındaki ilişki araştırılmaktadır. Bu kapsamda, test edilmek istenen hipotezlerin yer aldığı araştırma modeli Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırma Yöntemi

Araştırmanın Ana Kütlesi ve Örneklemi

Bu çalışmanın odak noktası farklı sektörlerdeki yöneticiler ve onların çalışanlarıdır, fakat veriler çalışanlardan elde edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, veriler, çalışanların bakış açısından yöneticilerini ve kendi tutumlarını değerlendirmesi ile sağlanmıştır. Bu çerçevede, araştırmanın ana kütlesi, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde öğrenim gören ve bir özel veya kamu kurumunda çalışmakta olan lisansüstü öğrencilerinden oluşmaktadır. Kurumdan alınan bilgilere göre Nisan 2018 yılı itibarıyla Enstitüde toplam 1669 öğrenci öğrenim görmekte ve bu öğrencilerin 975 tanesi bir özel veya kamu kurumunda görev yapmaktadır. Dolayısıyla araştırmanın ana kütle toplam 975 kişiden oluşmaktadır. Sekaran ve Bougie (2016, s. 264), 975

kişiden oluşan bir ana kütleyi temsil eden en küçük örneklem büyüklüğünü 278 olarak hesaplamıştır. Bu çerçevede, toplam 927 kişinin mail adresine ulaşılmış ve anket formu internet ortamında hazırlanarak ve kolayda örnekleme yönetimi kullanılarak 927 kişiye gönderilmiştir. Anket formu çeşitli aksaklıklar nedeniyle 13 kişiye ulaştırılamamıştır. Dolayısıyla toplamda 914 kişinin anket formunu gördüğü düşünülmektedir.

Katılımcıların 152'inden geri dönüş sağlanmış ve geri dönüş oranı %16 olarak hesaplanmıştır. Örneklem büyüklüğünün yetersiz olması nedeniyle eğitim-öğretim dönemi sırasında daha önce anketi doldurmamış katılımcılara anketler dağıtılmış ve bu süreçte toplam 185 kişinin katılımı sağlanmıştır. İncelenen anketlerin 12 tanesinin geçersiz olduğu belirlenmiştir. Geçersiz sayılan cevaplar analiz dışında bırakılmıştır. Sonuç olarak araştırmamanın örnekleme 325 kişiden oluşmaktadır.

Araştırmanın Veri Toplama Aracı, Kullanılan Ölçekler ve Analiz Yöntemi

Analizlerde kullanılan verinin elde edilmesinde online anket tekniği kullanılmıştır. Bu çerçevede oluşturulan anket formu üç bölümden meydana gelmiştir. İlk bölümde, yöneticilerin olumlu ve olumsuz mizah kullanımının katılımcılar tarafından ne şekilde algılandığını belirlemeye yönelik hazırlanan 7 ifade bulunmaktadır. İkinci bölümde, katılımcıların iş tatmini derecesini belirlemek için 5 ifade, duygusal bağlılık derecesini belirlemek için 6 ifade ve lider-üye etkileşimi alguları derecesini belirlemek için 7 ifade yer almaktadır. Üçüncü bölümde ise, yaş, cinsiyet, medeni durum, çalışma süresi ve çalışılan sektör gibi katılımcıların tanımlayıcı bilgilerini belirlemeye yönelik hazırlanan sorular vardır.

Bu çerçevede, araştırmada dört farklı ölçekten faydalanılmıştır. Çalışanlar tarafından algılanan *olumlu ve olumsuz mizah kullanım* derecesini belirleyebilmek için Decker ve Rotondo (2001) tarafından geliştirilmiş olan Yönetici Mizah Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek Büyükyılmaz'ın (2018) çalışmasından adapte edilerek araştırmada kullanılmıştır. Ölçek, yöneticilerin olumlu ve olumsuz mizahı ne derece kullandığının çalışanlar tarafından nasıl algılandığını ölçmek amacıyla hazırlanmıştır. Ölçek toplam yedi ifadeden oluşmaktadır ve beş ifade yöneticinin olumlu mizah kullanım derecesini, iki ifade ise olumsuz mizah kullanım derecesini ölçmek amacıyla kullanılmaktadır. Decker ve Rotondo (2001) ölçeğin Cronbach alfa güvenilirlik değerinin olumlu mizah için 0,86 ve olumsuz mizah için 0,82 olduğunu tespit etmiştir.

Çalışanların genel iş tatmini derecelerini ölçmek için Hackman ve Oldham'ın (1975) İş Özellikleri Anketi'nden Basım ve Şeşen (2009) tarafından uyarlanan ölçek kullanılmıştır. İş tatmini ölçeği Şeşen'in (2010) çalışmasından adapte edilerek araştırmada kullanılmıştır. Ölçek tek boyuttan oluşmakta ve ölçek içerisinde beş ifade bulunmaktadır. Basım ve Şeşen (2009) ölçeğin Cronbach alfa güvenilirlik değerini 0,78 olarak tespit etmiştir. Şeşen (2010) ise çalışmasında güvenilirliği 0,84 olarak hesaplamıştır.

Çalışanların örgütlerine karşı *duygusal bağlılık* derecelerini tespit edebilmek için Allen ve Meyer (1990) tarafından geliştirilen, daha sonra Meyer vd. (1993) tarafından revize edilen ölçek kullanılmıştır. Duygusal bağlılık ölçeği, örgütsel bağlılık ölçeği içerisinde yer alan üç alt ölçekten

biridir. Duygusal bağlılık ölçeği, tek boyuttan ve altı ifadeden oluşmaktadır. Ölçeğin Türkçe uyarlaması, Gürkan (2006) tarafından gerçekleştirilen çalışmadan revize edilerek anket formuna dahil edilmiştir. Meyer vd. (1993) gerçekleştirdiği çalışmada ölçeğin Cronbach alfa güvenilirlik değerini 0,87 ve 0,85 olarak belirlemiştir. Gürkan'ın (2006) çalışmasında ise Cronbach alfa güvenilirlik değeri 0,75 olarak tespit edilmiştir.

Çalışanların *lider-üye etkileşimi* algılarının derecesi ise Scandura ve Graen (1984) tarafından geliştirilen lider-üye etkileşimi üye (LMX-7 Member) ölçeği ile belirlenmiştir. Lider-üye etkileşimi ölçeği tek boyuttan ve yedi ifadeden meydana gelmiş bir ölçektir. Ölçeğin Türkçe uyarlaması, Özutku vd. (2008) ile Karcıoğlu ve Kahya (2011) tarafından gerçekleştirilen çalışmadan revize edilerek anket formuna dahil edilmiştir. Scandura ve Graen (1984) gerçekleştirdiği çalışmada ölçeğin Cronbach alfa güvenilirlik değerini 0,86 ve 0,84 olarak belirlemiştir. Özutku vd. (2008) çalışmasında Cronbach alfa güvenilirlik değerini 0,73 olarak ve Karcıoğlu ve Kahya (2011) ise çalışmasında Cronbach alfa güvenilirlik değerini 0,88 olarak tespit etmiştir.

Katılımcılardan ankette bulunan ifadelerle hangi oranda katıldıklarını Likert tipi 5'li ölçek üzerinde "1-Hiç katılmıyorum" ile "5-Tamamen Katılıyorum" şeklindeki sıklık aralığında işaretlemeleri istenmektedir. Ölçeklerden elde edilen yüksek skorların yükselmesi ilgili değişkene ilişkin algının yüksek olduğunu göstermektedir.

Çalışmada kullanılan ölçekler için yapı geçerliliği faktör analizi ile araştırılmıştır. Çalışmada bağımsız değişken olarak kullanılan ve yöneticilerin olumlu ve olumsuz mizah kullanımını belirlemeyi amaçlayan yönetici mizah ölçeği, Büyükyılmaz (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmadan adapte edilmiştir. Ölçeğin Türkçe formuna ilişkin daha önce geçerlilik ve güvenilirlik analizi yapılmamıştır. Bu nedenle, çalışma kapsamında yönetici mizah ölçeğinin Türkçe formuna ilişkin yapı geçerliliği açıklayıcı faktör analizi ile test edilmiştir. Çalışmada kullanılan diğer ölçeklerin (iş tatmini ölçeği, duygusal bağlılık ölçeği, lider-üye etkileşimi ölçeği) ise farklı yerli ve yabancı çalışmalarda sıklıkla kullanıldığı, bu çalışmalarda tek faktörlü yapılarına ilişkin geçerliliğin ve güvenilirliğin sağlandığı belirlenmiştir. Bu nedenle belirtilen üç ölçeğin yapı geçerliliğinin araştırılmasında doğrulayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizlerinden sonra ölçeklere güvenilirlik analizleri uygulanmıştır. Ölçek güvenilirlikleri Cronbach alfa (α) güvenilirlik değeri ve birleşik güvenilirlik değeri ile belirlenmeye çalışılmıştır.

Çalışmada test edilmek istenilen hipotezler ise hiyerarşik regresyon analizi ile araştırılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi AMOS programı ile, açıklayıcı faktör analizi, güvenilirlik analizleri ve hiyerarşik regresyon analizi ise SPSS programı ile gerçekleştirilmiştir.

Bulgular

Demografik Özellikler

Katılımcıların demografik özellikleri kapsamında cinsiyete, medeni duruma, yaşa, çalışma süresine ve çalışılan sektöre ilişkin bilgiler incelenmektedir. Demografik özelliklere göre dağılım Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Değişken	Kategori	Sayı	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	154	47,4
	Erkek	171	52,6
Medeni Durum	Evli	176	54,2
	Bekar	149	45,8
Yaş (Ort.=29,7)	25 yaş ve altı	54	16,7
	26-30 yaş arası	146	44,9
	31-35 yaş arası	84	25,8
	36 yaş ve üstü	41	12,6
Çalışma Süresi (Ort.=5,5)	1 yıl ve altı	52	16,0
	2-5 yıl arası	125	38,5
	6-10 yıl arası	104	32,0
	11 yıl ve üstü	44	13,5
Sektör	Kamu	141	43,4
	Özel	184	56,6

Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya daha çok erkek (%52,6) ve evli (%54,2) çalışanların katılım gerçekleştirdiği görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğunun 26-30 yaş arasında (%44,9) olduğu görülmekte ve yaş ortalaması 29,7’dir. Çalışma süresi incelendiğinde katılımcıların çoğunluğunun 2-5 yıl arasında (%38,5) kurumlarında çalışmakta olduğu ve ortalama çalışması süresinin 5,5 yıl olduğu belirlenmiştir. Yine araştırmaya katılanların çoğunluğu özel sektörde çalışmaktadır (%56,6).

Normallik Analizi

Analizler öncesinde değişkenlerin parametrik testlere uygunluğunun belirlenmesi amacıyla normal dağılım testi gerçekleştirilmiştir. Değişkenlerin normalligi, istatistiksel veya grafiksel yöntemlerle değerlendirilebilmektedir. Normal dağılımın iki bileşeni olarak çarpıklık ve basıklık değerleri gösterilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu çerçevede, araştırma kapsamında normal dağılım çarpıklık ve basıklık değerleri kapsamında incelenmiştir.

Tabachnick ve Fidell (2013, s. 79) değişkenlerin normal dağılım şartını sağlaması için çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1,5 ile -1,5 arasında olması gerektiğini belirtmektedir. Araştırmada kullanılan değişkenlere ilişkin hesaplanan çarpıklık ve basıklık değerleri Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. Normal Dağılım Testi

Değişken	Çarpıklık	Basıklık
Olumlu Mizah	-0,421	-0,458
Olumsuz Mizah	0,493	-0,511
İş Tatmini	-0,240	0,389
Duygusal Bağlılık	-0,079	0,159
Lider-Üye Etkileşimi	-0,212	0,623

Tablo 2 incelendiğinde hem çarpıklık hem de basıklık değerlerinin +1,5 ile -1,5 arasında olduğu görülmektedir. Bu bulguya göre araştırma kapsamında kullanılan değişkenlerin normal dağılıma sahip olduğu söylenebilmektedir.

Geçerlilik Analizi

Araştırmada geçerlilik analizleri, bağımlı ve bağımsız değişkenler için ayrı ayrı gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın bağımlı değişkeni olan yönetici mizah ölçeğinin yapı geçerliliğini ve boyutsal yapısını belirleyebilmek için ölçek içerisindeki 7 ifadeye açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda ölçeğin iki faktörlü yapısının bulunduğu belirlenmiştir, fakat “Yöneticim, mizahı saldırgan olmayan şekilde kullanır” şeklindeki ifadenin her iki faktör içerisinde de 0,50’den yüksek bir faktör yüküne sahip olduğu gözlemlenmiştir. Bu nedenle belirtilen ifade analizden çıkartılarak faktör analizi tekrarlanmıştır (Brown, 2015, s. 32). Yönetici mizah ölçeği kapsamında 6 ifade ile gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 3’de sunulmaktadır.

Tablo 3. Yönetici Mizah Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Ölçek İfadeleri	Faktör	
	Olumlu Mizah	Olumsuz Mizah
2. Yöneticim, mizah yoluyla iletişim kurar.	0,783	0,095
3. Yöneticim, şaka yapmaktan hoşlanır.	0,741	0,037
1. Yöneticimin iyi bir espri anlayışı vardır.	0,728	0,111
4. Yöneticim, fıkra anlatmayı sever.	0,638	0,186
6. Yöneticim cinsiyetçi şakalar yapar.	0,078	0,964
7. Yöneticim, mizahı aşağılamak için kullanır.	0,283	0,673
KMO Uygunluk Ölçütü	0,845	
Barlett Küresellik Testi	$\chi^2 = 557,918$, sd = 15, p=0,001	
Özdeğerler	3,105	1,027
Varyans Açıklama Oranı (%)	51,747	12,256
Kümülatif Varyans Açıklama Oranı (%)	51,747	64,002

Açıklayıcı faktör analizinde Temel Bileşenler Analizi yöntemi kullanılmıştır ve döndürme işlemi Direct Oblimin yöntemi ile gerçekleştirilmiştir (Hair vd., 2014, s. 114; Brown, 2015, s. 27-30). Analizde yönetici mizah ölçeğinin örneklem yeterliliğinin belirlenmesi için KMO uygunluk ölçütüne ve örneklem büyüklüğünün yeterliliği için ise Barlett Küresellik Testine bakılmıştır. Analiz sonucunda KMO değeri 0,845 olarak hesaplanmış ve dolayısıyla bu değer 0,70'in üzerinde olması açıklayıcı faktör analizi için örneklemin yeterli olduğunu göstermiştir. Barlett küresellik testi sonucunda ise χ^2 değerinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir ve bu sonuç verilerin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

Yönetici mizah ölçeğinin kaç boyuttan oluştuğuna karar vermek için özdeğerlere bakılmış ve özdeğerleri 1'den büyük olan faktörler boyut olarak kabul edilmiştir (Hair vd., 2014, s. 197; Brown, 2015, s. 23). Analiz ile özdeğerleri birden büyük olan iki faktör belirlenmiştir ve bu faktörler toplam değişkenliğin %64,002'sini açıklamaktadır. Birinci faktör içerisinde yöneticilerin olumlu mizah kullanımına ilişkin ifadeler bulunmaktadır. Dolayısıyla bu faktör "olumlu mizah kullanımı" olarak isimlendirilmiştir. İkinci faktör içerisinde ise yöneticilerin olumsuz mizah kullanımına ilişkin ifadeler yer almaktadır. Bu nedenle ikinci faktöre "olumsuz mizah kullanımı" ismi verilmiştir.

Araştırmada kullanılan diğer ölçeklerin (iş tatmini, duygusal bağlılık, lider-üye etkileşimi) farklı çalışmalarda geçerliliklerinin sağlanması ve faktör yapılarının bu çalışmalar kapsamında belirlenmesi nedeniyle, bu ölçeklerin yapı geçerliliğini belirleyebilmek için doğrulayıcı faktör analizi tercih edilmiştir. Bu çerçevede belirtilen üç ölçeğin dahil edildiği ölçüm modelinin

oluşturulmasıyla analiz gerçekleştirilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi ile elde edilen bulgular Tablo 4’de gösterilmektedir.

Model uyumunda ki kare uyum testi (χ^2/sd), uyum iyiliği indeksi (GFI), Tucker-Lewis indeksi (TLI), karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI) ve yaklaşık hataların ortalama karekökü (RMSEA) değerleri kullanılmıştır. Model uyumundan bahsedebilmek için χ^2/sd değerinin 5’in altında olması, GFI, TLI ve CFI değerlerinin 0,90’ın üstünde ve RMSEA değerinin 0,80’in altında olması beklenmektedir (Schumacker ve Lomax, 2010, s. 85-89; Meydan ve Şeşen, 2011, s. 31-37; Byrne, 2016, s. 90-102; Kline, 2016, s. 265-280).

Tablo 4. Bağımlı Değişkenler Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Ölçek Maddeleri	Faktör Yüğü	Standart Hata	t değeri	Uyum İyiliği Değerleri
İŞTAT1	0,633**	-	-	
İŞTAT2	0,630**	0,125	8,610	$\chi^2 = 218,404$
İŞTAT3	0,540**	0,123	7,685	sd = 132
İŞTAT4	0,496**	0,114	7,170	$\chi^2 /sd = 1,655$
İŞTAT5	0,713**	0,139	9,262	GFI = 0,912
DUYGBAĞ1	0,574**	-	-	TLI = 0,920
DUYGBAĞ2	0,581**	0,145	7,541	CFI = 0,931
DUYGBAĞ3	0,417**	0,134	5,909	RMSEA = 0,045
DUYGBAĞ4	0,507**	0,141	6,869	
DUYGBAĞ5	0,625**	0,149	7,883	
DUYGBAĞ6	0,638**	0,139	7,979	
LİDERÜYE1	0,511**	-	-	
LİDERÜYE2	0,519**	0,158	6,717	
LİDERÜYE3	0,485**	0,153	6,423	
LİDERÜYE4	0,508**	0,156	6,618	
LİDERÜYE5	0,577**	0,158	7,165	
LİDERÜYE6	0,635**	0,160	7,547	
LİDERÜYE7	0,674**	0,160	7,775	

Not: *p<0,05; **p<0,01; N=325

Faktör analizinin geçerli olabilmesi için tüm faktör yüklerinin 0,40’ın üzerinde ve anlamlı olması yeterli görülmektedir (Meyers vd., 2006, s. 508; Hair vd., 2014, s. 114-115; Brown, 2015, s. 27). Gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi sonucunda iş tatmini ölçeği için faktör yüklerinin 0,496 ile 0,713 arasında, duygusal bağlılık ölçeği için faktör yüklerinin 0,417 ile 0,638 arasında ve lider-üye etkileşimi ölçeği için faktör yüklerinin 0,485 ile 0,674 arasında olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca en düşük t değeri 5,909 olarak hesaplanmıştır ve tüm faktör yükleri 0,01 önemlilik seviyesinde anlamlıdır. Uyum iyiliği kriterleri incelendiğinde ise tüm değerlerin 140abul edilebilir sınırlar içerisinde olduğu görülmektedir ($\chi^2 /sd = 1,655$, GFI = 0,912, TLI =

0,920, CFI = 0,931, RMSEA = 0,045). Dolayısıyla iş tatmini, duygusal bağlılık ve lider-üye etkileşimi ölçekleri için tek faktörlük yapı doğrulanmıştır.

Güvenilirlik Analizi

Ölçeklere ilişkin yapı geçerliliğinin sağlanmasının ardından güvenilirliklerinin belirlenebilmesi için Cronbach alfa ve birleşik güvenilirlik değerleri hesaplanmıştır. Ölçekler için hesaplanan güvenilirlik değerleri Tablo 5’de gösterilmektedir.

Tablo 5. Cronbach Alfa ve Birleşik Güvenilirlik Değerleri

Ölçek	İfade Sayısı	Cronbach Alfa (α)	Birleşik Güvenilirlik (CR)
Olumlu Mizah	4	0,735	0,742
Olumsuz Mizah	2	0,721	0,731
İş Tatmini	5	0,739	0,742
Duygusal Bağlılık	6	0,726	0,732
Lider-Üye Etkileşimi	7	0,762	0,761

Güvenilirliğin sağlanabilmesi için Cronbach alfa ve/veya birleşik güvenilirlik değeri için genel olarak 141abul edilen alt sınır 0,70’dir (Nunnally ve Bernstein, 1994, s. 265; Morgan vd., 2011, s. 135; Hair vd., 2014, s. 123; Kline, 2016, s. 92; Sekaran ve Bougie, 2016, s. 290). Ancak bazı araştırmacılar güvenilirlik değerinin 0,60 üzerinde olmasının da 141abul edilebilir olduğunu belirtmektedir (Hair vd., 2014, s. 123; Sekaran ve Bougie, 2016, s. 290). Tablo 5 incelendiğinde, analiz sonucunda tüm ölçekler için hem Cronbach alfa hem de birleşik güvenilirlik değerlerinin 0,70’in üzerinde olduğu görülmektedir. Bu çerçevede, araştırma kapsamında kullanılan tüm değişkenlerin güvenilirlik şartını sağladığı belirlenmiştir.

Tanımlayıcı İstatistikler

Hipotez testleri öncesinde araştırmada kullanılan değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler incelenmiştir. Bu kapsamda araştırmada kullanılan değişkenlerin ortalama ve standart sapma değerleri ile tüm değişkenler arasındaki ilişkilerin araştırıldığı korelasyon analizi Tablo 6’da gösterilmektedir.

Tablo 6. Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Değerleri

Değişkenler	Ort.	S.S.	1	2	3	4	5
1. Olumlu Mizah	3,126	0,859	1				
2. Olumsuz Mizah	2,615	1,096	-0,615**	1			
3. İş Tatmini	3,165	0,731	0,499**	-0,464**	1		
4. Duygusal Bağlılık	3,124	0,754	0,400**	-0,448**	0,332**	1	
5. Lider-Üye Etk.	3,136	0,774	0,442**	-0,504**	0,434**	0,442**	1

Not: *p<0,05; **p<0,01; N=325

Tablo 6’da yer alan korelasyon değerleri incelendiğinde, araştırmada kullanılan değişkenler arasında beklenen yönde ve anlamlı ilişkiler bulunduğu görülmektedir. Bununla birlikte, değişkenler arasındaki ilişki katsayılarının 0,90’ın altında olduğu görülmektedir. Dolayısıyla araştırmada kullanılan değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı olmadığı söylenebilmektedir (Kline, 2016, s. 71).

Hipotez Testleri

Araştırmada yöneticilerin olumlu ve olumsuz mizah kullanımının çalışan tutumları üzerindeki etkisi hiyerarşik regresyon analizi ile test edilmiştir. Analizlerde bağımsız değişkenler olarak olumlu mizah ve olumsuz mizah, bağımlı değişkenler olarak ise iş tatmini, duygusal bağlılık ve lider-üye etkileşimi değişkenleri kullanılmıştır. Analizlere demografik değişkenler kontrol değişkenleri olarak eklenmiştir. Gerçekleştirilen hiyerarşik regresyon analizine ilişkin bulgular Tablo 7’de gösterilmektedir.

Tablo 7. Hiyerarşik Regresyon Analizi Bulguları

	İş Tatmini		Duygusal Bağlılık		Lider-Üye Etkileşimi	
	1. Aşama	2. Aşama	1. Aşama	2. Aşama	1. Aşama	2. Aşama
Kontrol Değişkenleri						
Cinsiyet	-0,143*	-0,060	-0,152*	-0,090	-0,199**	-0,121*
Medeni Durum	-0,273**	-0,139*	-0,112*	-0,081	-0,254**	-0,134*
Yaş	0,148*	0,072	0,088	0,015	0,229**	0,150*
Çalışma Süresi	0,005	0,003	0,028	0,034	-0,031	-0,024
Çalışılan Sektör	0,049	-0,019	0,096	0,036	0,035	-0,030
Bağımsız Değişkenler						
Olumlu Mizah		0,298**		0,152*		0,156*
Olumsuz Mizah		-0,205**		-0,272**		-0,306**
F Değeri	12,157**	21,410**	11,489**	16,632**	16,396**	23,617**
R ²	0,160	0,321	0,153	0,269	0,204	0,343
Düzeltilmiş R ²	0,147	0,306	0,139	0,252	0,192	0,328
ΔR ²		0,161**		0,116**		0,139**

Not: *p<0,05; **p<0,01; N=325

Araştırmanın ilk hipotezi, yöneticilerin olumlu ve olumsuz mizah kullanımı ile iş tatmini arasındaki ilişkiye odaklanmaktadır. Analiz sonucunda olumlu mizah kullanımındaki artışın iş tatmininde artışa neden olduğu (H1a:β=0,298,p<0,01), olumsuz mizah kullanımındaki artışın

ise iş tatmininde azalışa neden olduğu belirlenmiştir ($H1b:\beta=-0,205,p<0,01$). Dolayısıyla $H1a$ ve $H1b$ hipotezleri kabul edilmiştir.

İkinci hipotezde, yöneticilerin olumlu ve olumsuz mizah kullanımı ile duygusal bağlılık arasındaki ilişkiyi araştırılmaktadır. Bulgulara göre, hem olumlu hem de olumsuz mizahın duygusal bağlılık üzerinde etkisi vardır. Yöneticilerin daha fazla olumlu mizah kullanımı, duygusal bağlılıkta artış ($H2a:\beta=0,152,p<0,05$), olumsuz mizah kullanımı ise azalış meydana getirmektedir ($H2b:\beta=-0,272,p<0,01$). Bu bulgu $H2a$ ve $H2b$ hipotezlerin kabul edildiği anlamına gelmektedir.

Üçüncü hipotez ile yöneticilerin olumlu ve olumsuz mizah kullanımıyla lider-üye etkileşimi arasındaki ilişki test edilmektedir. Analiz sonucunda olumlu mizah kullanımındaki artışın lider-üye etkileşimi algısında artışa neden olduğu ($H3a:\beta=0,156,p<0,05$), olumsuz mizah kullanımındaki artışın ise lider-üye etkileşimi algısında azalışa neden olduğu belirlenmiştir ($H3b:\beta=-0,306,p<0,01$).

Tartışma ve Sonuç

Bu araştırma ile yöneticinin mizah kullanım tarzının çalışan tutumlarını nasıl etkilediği incelenmektedir. Araştırmanın amacı, yöneticinin olumlu ve olumsuz mizah kullanımı ile iş tatmini, duygusal bağlılık ve lider-üye etkileşimi arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Bu amaçla farklı kurumlarda çalışan 325 kişiden anket yoluyla veriler toplanmıştır.

Araştırmada yöneticilerin daha fazla olumlu mizah kullanmasının iş tatmininde, duygusal bağlılıkta ve lider-üye etkileşimi algısında artışa neden olduğu belirlenmiştir. Diğer bir ifadeyle, yöneticiler iyi niyeti arttırma ve sıcak, sosyal ilişkiler geliştirme amacıyla çalışanlarına esprili yaklaştığında çalışanlar bu durumdan memnun olmaktadır. Yöneticisinin fıkralar anlatarak ve komik şakalar yaparak kendisiyle ilişkisini geliştirdiğine inanan çalışan hem işine hem örgütüne hem de yöneticisine daha fazla bağlanmaktadır. Analizler kapsamında ortaya konulan bu bulgunun, daha önce benzer ilişkileri inceleyen diğer çalışmalarla tutarlı olduğu görülmektedir (Recepoglu, 2008; Romero ve Arendt, 2011; Mesmer-Magnus vd., 2012; Adıgüzel vd., 2014; Batool vd., 2014; Pundt ve Herrmann, 2015; Robert vd., 2016).

Genel olarak araştırmalarda, yöneticilerin olumlu mizah kullanımının her ne kadar hedeflerle doğrudan ilişkisi bulunmasa da, pek çok örgütsel sonucunun olduğu düşünülmektedir. Araştırmalar, mizahın diğer insanları eğlendirmek, ilişkileri iyileştirmek ve ortamı keyifli hale getirmek için kullanılmasının örgütsel problemlerin çözümü için kullanılabilir önemli bir araç olduğunu belirtmektedir (Ford vd., 2003; Romero ve Cruthirds, 2006; Mesmer-Magnus vd., 2012). Bu çerçevede, gerçekleştirilen araştırmanın bulguları, daha önceki araştırmaların bulgularını destekler niteliktedir.

Araştırmanın diğer bir bulgusu da, yöneticilerin daha fazla olumsuz mizah kullanmasının iş tatmininde, duygusal bağlılıkta ve lider-üye etkileşimi algısında azalışa neden olduğudur. Bunun anlamı, yöneticilerin çalışanlarıyla ilişkilerinde mizahı iğnelemek, alay etmek, takılmak,

dalga geçmek, aşağılamak veya küçük düşürmek amacıyla kullanması çalışan tutumlarında olumsuzluklar meydana getirmektedir. Diğer bir ifadeyle, yöneticilerin, çalışanlarını incitecek veya uzaklaştırabilecek mizahi ifadeleri sıklıkla kullanması sonucunda, çalışanların işinden duyduğu memnuniyet, kendisini örgütüyle bütünleştirmesi ve yönetici ile arasındaki profesyonel ilişkinin kalitesi olumsuz şekilde etkilenmektedir. Her ne kadar olumsuz mizahın örgütlerde etkileri üzerine çok sayıda çalışma bulunmasa da, elde edilen bu bulgunun benzer ilişkiyi araştıran bazı çalışmalarla tutarlı olduğu söylenebilir (Romero ve Arendt, 2011; Wisse ve Rietzschel, 2014; Sobral ve Islam, 2015; Robert vd., 2016). Fakat benzer ilişkiyi araştıran bazı çalışmalarda ise olumsuz mizahın örgütsel faktörler üzerinde bir etkisi belirlenememiştir (Cann vd. 2014).

Olumsuz mizah kullanımı ile çalışan tutumları arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalarda, olumsuz mizah kullanımının yönetici ve çalışan arasındaki ilişkiye zarar verdiği ve bu tür mizah kullanan yöneticilerin, mizahın çalışanlar üzerindeki yaralayıcı etkilerini dikkate almadığı belirtilmektedir. Olumsuz mizah kullanmayı tercih eden yöneticiler, insanlarla alay etmek ve dalga geçmek, hataları için insanları eleştirmek ve kızdırmak ve en genel şekilde insanları bastırmak istemektedir. Dolayısıyla yöneticilerin mizah kullanımında olumsuz bir tarz benimsemesi, çalışanların yönetici ile olumlu ilişkiler kurmasını zorlaştırmaktadır (Pundt ve Herrmann, 2015).

Ayrıca analizler sonucunda, yöneticinin olumsuz mizah kullanımının çalışan tutumları üzerinde, olumlu mizah kullanımına nazaran daha güçlü bir etkiye sahip olduğu saptamıştır. Benzer bulgu Sobral ve Islam (2015) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da bulunmaktadır. Dolayısıyla, yöneticinin çalışanlarıyla ilişkilerinde olumlu mizah kullanması her ne kadar önemli bir faktörse de, olumsuz mizahı kesinlikle tercih etmemesi örgütsel çıktılar açısından çok daha önemlidir.

Gerçekleştirilen araştırma hem mizah teorisine hem de örgüt yöneticilerine ve çalışanlarına çeşitli katkılar sağlamaktadır. Araştırma, özellikle çalışan tutumları üzerinde yönetici mizahının rolüne işaret etmektedir. Diğer çalışmaların da gösterdiği şekilde yöneticinin mizah kullanımı çeşitli örgütsel çıktıları etkilemektedir (Romero ve Arendt, 2011; Mesmer-Magnus vd., 2012; Pundt ve Herrmann, 2015). Gerçekleştirilen araştırma bulguları daha önceki araştırma bulgularını destekler niteliktedir. Önceki araştırmaların, sosyal ilişkileri başlatmak ve sürdürmek için mizahın genel rolünün altını çizdiği görülmektedir. Bu araştırma ise, yönetici mizahının, hiyerarşik olarak farklı statüdeki insanlar arasındaki olumlu ilişkileri başlatmak ve sürdürmek veya olumsuz ilişkiler ortaya çıkarmak için bir rol oynadığına dair kanıtlar sunmaktadır. Ayrıca, örgütlerde mizah ve yöneticilerin mizah kullanımı üzerine yapılan araştırmaların çoğunlukla olumlu mizah üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Bu araştırma mizahın örgütsel sonuçlarını araştırırken hem olumlu hem de olumsuz mizah kullanımına odaklanmakta, bu yönüyle mizah teorisine önemli katkı sağlamaktadır.

Bununla birlikte araştırmanın bazı kısıtları da bulunmaktadır. İlk olarak, araştırmanın analiz sürecinde kesitsel veri kullanılmıştır. Kesitsel veri, değişkenler arasındaki nedensel ilişkiler

hakkındaki kesin sonuçları sınırlandırmaktadır. Gelecekteki araştırmalar, boylamsal veriler veya deneysel tasarım yoluyla nedensellik hakkında daha ikna edici kanıtlar sağlayabilir. İkinci olarak, verilerin toplandığı örneklem farklı örgütlerdeki ve farklı kademelerdeki çalışanlardan oluşmaktadır. Dolayısıyla, elde edilen bulgular, belirli bir sektörden veya belirli bir örgütten toplanan veriler kapsamında farklılaşabilmektedir. Üçüncü olarak ise, araştırma kapsamında yöneticilerin olumlu ve olumsuz mizah kullanımının yalnızca belirli çalışan tutumları üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Daha sonraki çalışmalar kapsamında mizah kullanımının tutumlarla birlikte çalışan davranışlarına odaklanması, elde edilen bulguların geliştirilmesi açısından faydalı olacaktır.

Bu araştırma ile son yıllarda daha fazla ilgi gösterilen fakat henüz net bulgulara ulaşılmamış bir alana katkı sağlandığı düşünülmektedir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, yöneticilerin olumlu ve olumsuz mizah kullanımının iş tatmini, duygusal bağlılık ve lider-üye etkileşimi ile ilişkili olduğuna dair kanıtlar sunmaktadır. Bu bulgular, örgüt ile çalışan arasındaki ilişkilerin geliştirilmesinde yöneticinin mizah kullanımının rolüne işaret etmektedir. Ayrıca, yöneticinin olumlu ve olumsuz mizah kullanımı arasında ayırım yapılması örgütsel çıktılar açısından yararlı görünmektedir. Fakat, her ne kadar bu çalışma mizahın örgütler için değerli olabileceği fikrini desteklese de, daha fazla araştırmanın yapılması gerekmektedir. Bu kapsamda, farklı mizah tarzlarının çeşitli bireysel sonuçları, farklı kişilik özelliklerine sahip yöneticilerin mizah kullanımı ve takım üyeleri tarafından paylaşılan kolektif mizah tarzları gibi alanlarda gerçekleştirilecek çalışmalar ile örgütsel davranış alanına daha fazla katkı sağlanabileceği söylenebilir.

Kaynakça

- Adıgüzel, O., Erdoğan, A. & Edinse, S. (2014). İş yerinde mizah ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişki. *Research Journal of Business and Management*, 1(4): 389-407.
- Allen, N. J. & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1): 1-18. doi: 10.1111/j.2044-8325.1990.tb00506.x.
- Basım, H. N. & Şeşen, H. (2009). Örgütsel Adalet Algısı-Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisinde İş Tatmininin Aracılık Rolü. *17. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı*, 21-23 Mayıs, Eskişehir.
- Batool, S. S., Zubair, S. Z. & Batool, S. A. (2014). Does humor predict job satisfaction? A mediational role of self- efficacy. *Pakistan Journal of Social and Clinical Psychology*, 12(1): 12-16.
- Booth-Butterfield, S. & Booth-Butterfield, M. (1991). Individual differences in the communication of humorous messages. *Southern Communication Journal*, 56(3): 205-218. doi: 10.1080/10417949109372831.
- Brown, T. A. (2015). *Confirmatory Factor Analysis for Applied Research*. (2. Baskı). New York: The Guilford Press.

- Butler, N. (2016). Humour and Organization. Mir, R., Willmott, H. ve Greenwood, M. (Ed.), *The Routledge Companion to Philosophy in Organization Studies* içinde (s. 421-429). London: Routledge.
- Byrne, B. M. (2016). *Structural Equation Modeling with AMOS: Basic Concepts, Applications, and Programming*. (3. Baskı). New York: Routledge.
- Büyükyılmaz, O. (2018). *İş Hayatında Mizah Kullanımı: Mizahın Çalışan Tutum ve Davranışları Üzerindeki Etkileri*. Bursa: Ekin.
- Cann, A., Watson, A. J. & Bridgewater, E. A. (2014). Assessing humor at work: The humor climate questionnaire. *Humor: International Journal of Humor Research*, 27(2): 307-323. doi: 10.1515/humor-2014-0019.
- Cooper, C. D. (2005). Just joking around? Employee humor expression as an ingratiation behavior. *Academy of Management Review*, 30(4), 765-776. doi: 10.5465/AMR.2005.18378877.
- Cooper, C. (2008). Elucidating the bonds of workplace humor: A relational process model. *Human Relations*, 61(8): 1087-1115. doi: 10.1177/0018726708094861.
- Decker, W. H. & Rotondo, D. M. (2001). Relationships among gender, type of humor, and perceived leader effectiveness. *Journal of Managerial Issues*, 13(4), 450-465.
- Decker, W. H., Yao, H. ve Calo, T. J. (2011). Humor, gender, and perceived leader effectiveness in China. *SAM Advanced Management Journal*, 76(1): 43-53.
- Dijkers, J., Doosje, S. & de Lange, A. (2012). Humor as A Human Resource Tool in Organizations. Houdmont, J., Leka, S. & Sinclair, R. R. (Ed.), *Contemporary Occupational Health Psychology: Global Perspectives on Research and Practice, Volume: 2* içinde (s. 74-91). Chichester: Wiley-Blackwell. doi: 10.1002/9781119942849.ch5.
- Doosje, S., De Goede, M., Van Doornen, L. & Goldstein, J. (2010). Measurement of occupational humorous coping. *Humor: International Journal of Humor Research*, 23(3), 275-305. doi: 10.1515/HUMR.2010.013
- Duncan, W. J., Smeltzer, L. R. & Leap, T. L. (1990). Humor and work: Applications of joking behavior to management. *Journal of Management*, 16(2), 255-278. doi: 10.1177/014920639001600203.
- Durna, U. & Eren, V. (2005). Üç bağlılık unsuru ekseninde örgütsel bağlılık. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(2), 210-219.
- Ford, R., McLaughlin, F. & Newstrom, J. W. (2003). Questions and answers about fun at work. human resource. *Planning*, 26(4), 18-33.
- Galloway, G. & Cropley, A. (1999). Benefits of humor for mental health: Empirical findings and directions for further research. *Humor: International Journal of Humor Research*, 12(3), 301-314. doi: 10.1515/humr.1999.12.3.301
- Gervais, M. & Wilson, D. S. (2005). The evolution and functions of laughter and humor: A synthetic approach. *The Quarterly Review of Biology*, 80(4), 395-430. doi: 10.1086/498281.
- Gkorezis, P., Petridou, E. & Xanthiakos, P. (2014). Leader positive humor and organizational cynicism: LMX as a mediator. *Leadership & Organization Development Journal*, 35(4), 305-315. doi: 10.1108/LODJ-07-2012-0086.

- Graen, G. B. & Scandura, T. A. (1987). Toward A Psychology of Dyadic Organizing. Staw, B. M. ve Cummings, L. L. (Ed.), *Research in Organizational Behavior* 9 içinde (s. 175-208), Greenwich, CT: JAI.
- Graen, G. B. & Uhl-Bien, M. (1995). Relationship-based approach to leadership: Development of Leader-Member Exchange (LMX) theory of leadership over 25 years: Applying a multi-level multi-domain perspective. *Leadership Quarterly*, 6(2), 219-247. doi: 10.1016/1048-9843(95)90036-5
- Gürkan, G. Ç. (2006). *Örgütsel Bağlılık: Örgütsel İklimin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi ve Trakya Üniversitesi'nde Örgüt İklimi ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Araştırılması*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Trakya Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Hackman, J. R. & Oldham, G. R. (1975). Development of the job diagnostic survey. *Journal of Applied Psychology*, 60(2), 159-170. doi: 10.1037/h0076546.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. (7th Edition), Harlow: Pearson New International Edition.
- Hall, J. A. (2017). Humor in romantic relationships: A meta-analysis. *Personal Relationships*, 24(2), 306-322. doi: 10.1111/pere.12183.
- Hampes, W. P. (2005). Correlations between humor styles and loneliness. *Psychological Reports*, 96(3), 747-750. doi: 10.2466/pr0.96.3.747-750.
- Holmes, J. (2007). Making humour work: Creativity on the job. *Applied Linguistics*, 28(4), 518-537. doi: 10.1093/applin/amm048.
- Holmes, J. & Marra, M. (2002). Over the edge? Subversive humor between colleagues and friends. *Humor: International Journal of Humor Research*, 15(1), 65-87. doi: 10.1515/humr.2002.006.
- Hughes, L. W. & Avey, J. B. (2009). Transforming with Levity: Humor, leadership, and follower attitudes. *Leadership & Organization Development Journal*, 30(6), 540-562, doi: 10.1108/01437730910981926.
- Hurren, B. L. (2006). The effects of principals' humor on teachers' job satisfaction. *Educational Studies*, 32(4), 373-385. doi: 10.1080/03055690600850321.
- Janes, L. & Olson, J. (2015). Humor as An Abrasive or A Lubricant in Social Situations: Martineau Revisited. *Humor: International Journal of Humor Research*, 28(2), 271-288. doi: 10.1515/humor-2015-0021.
- Karacıoğlu, F. & Kahya, C. (2011). Lider-üye etkileşimi ve çatışma yönetim stili ilişkisi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2): 337-352.
- Kline, R. B. (2016). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. (4. Baskı), New York: The Guilford Press.
- Kuiper, N. A. & Harris, A. L. (2009). Humor styles and negative affect as predictors of different components of physical health. *Europe's Journal of Psychology*, 5(1), 1-18. doi: 10.5964/ejop.v5i1.280.
- Liden, R. C. & Maslyn, J. M. (1998). Multidimensionality of leader-member exchange: an empirical assessment through scale development. *Journal of Management*, 24(1), 43-72. doi: 10.1016/S0149-2063(99)80053-1.

- Liu, Y. & Wang L. (2016). A review of organization humor: Concept, measurement and empirical research. *Psychology*, 7(10), 1307-1314. doi: 10.4236/psych.2016.710132.
- Locke, E. A. (1976). The Nature and Causes of Job Satisfaction. Dunning, M. D. (Ed.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology* içinde (s. 1297-1343), Chicago: Rand McNally.
- Long, D. L. & Graesser, A. C. (1988). Wit and humor in discourse processing, *Discourse Processes*, 11(1), 35-60. doi: 10.1080/01638538809544690.
- Luthans, F. (1995). *Organizational Behavior*. (7. Baskı), New York: McGraw-Hill.
- Lyttle, J. (2007). The judicious use and management of humor in the workplace. *Business Horizons*, 50(3), 239-245. doi: 10.1016/j.bushor.2006.11.001.
- Martin, R. A. (2001). Humor, laughter, and physical health: Methodological issues and research findings. *Psychological Bulletin*, 127(4), 504-519. doi: 10.1037//0033-2909.127.4.504.
- Martin, R. A. (2007). *The Psychology of Humor: An Integrative Approach*. California, USA: Elsevier Academic.
- Martin, R. A., Puhlik-Doris P., Larsen G., Gray, J. & Weir, K. (2003). Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: Development of the humor styles questionnaire. *Journal of Research in Personality*, 37(1), 48-75. doi: 10.1016/S0092-6566(02)00534-2.
- Martineau, W. H. (1972). A Model of The Social Functions of Humor. Goldstein, J. H. ve McGhee, P E. (Ed.), *The Psychology of Humor: Theoretical Perspectives and Empirical Issues* içinde (s. 101-125), New York: Academic. doi: 10.1016/B978-0-12-288950-9.50011-0.
- Mendiburo-Seguel, A., Páez, D. & Martínez-Sánchez, F. (2015). Humor styles and personality: a meta-analysis of the relation between humor styles and the big five personality traits. *Scandinavian Journal of Psychology*, 56(3), 335-340. doi: 10.1111/sjop.12209.
- Mesmer-Magnus, J., Glew, D. J. & Viswesvaran, C. (2012). A meta-analysis of positive humor in the workplace. *Journal of Managerial Psychology*, 27(2), 155-190. doi: 10.1108/02683941211199554.
- Meydan, C. H. & Şeşen, H. (2011). *Yapısal Eşitlik Modellemesi: AMOS Uygulamaları*, Ankara: Detay.
- Meyer, J. C. (2015). *Understanding Humor Through Communication*. New York: Lexington Books.
- Meyer, J. P. & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89. doi: 10.1016/1053-4822(91)90011-Z.
- Meyer, J. P., Allen, N. J. & Smith, C. A. (1993). Commitment to organizations and occupations: extension and test of a three-component conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, 78(4), 538-551. doi: 10.1037/0021-9010.78.4.538
- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Herscovitch, L. & Topolnytsky, L. (2002). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: A meta-analysis of antecedents, correlates, and consequences. *Journal of Vocational Behavior*, 61(1), 20-52. doi: 10.1006/jvbe.2001.1842.

- Meyers, L. S., Gamst, G. & Guarino, A. J. (2006). *Applied Multivariate Research: Design and Interpretation*. Thousand Oaks: Sage.
- Morgan, G. A., Leech, N. L., Gloeckner, G. W. & Barrett, K. C. (2011). *IBM SPSS for Introductory Statistics: Use and Interpretation*. (4. Baskı), New York: Routledge.
- Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. (3rd Edition), New York: McGraw-Hill Inc.
- Özutku, H., Ağca, V. & Cevrioğlu, E. (2008). Lider-Üye Etkileşim Teorisi Çerçevesinde, Yönetici-Ast Etkileşimi ile Örgütsel Bağlılık Boyutları ve İş Performansı Arasındaki İlişki: Ampirik Bir İnceleme. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(2), 193-210.
- Plester, B. (2009). Crossing the line: Boundaries of workplace humour and fun. *Employee Relations*, 31(6), 584-599. doi: 10.1108/01425450910991749.
- Pundt, A. & Herrmann, F. (2015). Affiliative and aggressive humour in leadership and their relationship to leader-member exchange. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 88(1), 108-125. doi: 10.1111/joop.12081.
- Quinn, B. A. (2000). The paradox of complaining: Law, humor, and harassment in the everyday work world. *Law & Social Inquiry*, 25(4), 1151-1185. doi: 10.1111/j.1747-4469.2000.tb00319.x.
- Recepoğlu, E. (2008). Okul Müdürlerinin Mizah Yeteneğinin Öğretmenlerin İş Doyumlarına Etkisi. *Eğitim ve Bilim*, 33(150), 74-86.
- Robert, C. & Yan, W. (2007). The Case for Developing New Research on Humor and Culture in Organizations: Toward A Higher Grade of Manure. Martocchio, J. J. (Ed.), *Research in Personnel and Human Resource Management*, Vol. 26 içinde (s. 205-267), Emerald Group Publishing Limited. doi: 10.1016/S0742-7301(07)26005-0.
- Robert, C. & Veiga, S. P. da M. (2017). conversational humor and job satisfaction at work: exploring the role of humor production, appreciation, and positive affect. *Humor: International Journal of Humor Research*, 30(4), 417-438. doi: 10.1515/humor-2017-0034.
- Robert, C. & Wilbanks, J. E. (2012). The wheel model of humor: Humor events and affect in organizations. *Human Relations*, 65(9), 1071-1099. doi: 10.1177/0018726711433133.
- Robert, C., Dunne, T. C. & Iun, J. (2016). The impact of leader humor on subordinate job satisfaction: The crucial role of leader-subordinate relationship quality. *Group & Organization Management*, 41(3), 375-406. doi: 10.1177/1059601115598719.
- Romero, E. J. & Arendt, L. A. (2011). Variable effects of humor styles on organizational outcomes. *Psychological Reports*, 108(2), 649-659. doi: 10.2466/07.17.20.21.PR0.108.2.649-659.
- Romero, E. J. & Cruthirds, K. W. (2006). The use of humor in the workplace. *The Academy of Management Perspectives*, 20(2), 58-69. doi: 10.5465/AMP.2006.20591005.
- Romero, E. ve Pescosolido, A. (2008). Humor and group effectiveness. *Human Relations*, 61(3), 395-418. doi: 10.1177/0018726708088999
- Scandura, T. A. & Graen, G. B. (1984). Moderating effects of initial leader-member exchange status on the effects of a leadership intervention. *Journal of Applied Psychology*, 69(3), 428-436. doi: 10.1037/0021-9010.69.3.428.

- Scheel, T. & Gockel, C. (2017). *Humor at Work in Teams, Leadership, Negotiations, Learning and Health*. Cham, Switzerland: Springer International Publishing.
- Schumacker, R. E. & Lomax, R. G. (2010). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*. (3rd Edition), New York: Routledge.
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. (7. Baskı), Chichester: Wiley.
- Sığrı, Ü. (2007). İş Görenlerin Örgütsel Bağlılıklarının Meyer ve Allen Tipolojisiyle Analizi: Kamu ve Özel Sektörde Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 261-278.
- Sobral, F. & Islam, G. (2015). He who laughs best, leaves last: The influence of humor on the attitudes and behavior of interns. *Academy of Management Learning & Education*, 14(4), 500-518. doi: 10.5465/amle.2013.0368.
- Şeşen, H. (2010). *Öncülleri ve Sonuçları ile Örgüt İçi Girişimcilik: Türk Savunma Sanayinde Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. (6. Baskı), Boston, Mass: Pearson International Edition.
- Taşçı, D., Kirel, Ç., & Kıyık Kıcı, G. (2016). Medya Endüstrisinde Kamu ve Özel Sektör Çalışanlarının, Örgütsel Bağlılık Konusu Bağlamında Karşılaştırmalı Analizi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(3), 129-152.
- Wanzer, M., Booth-Butterfield, M. & Booth-Butterfield, S. (2005). "If we didn't use humor, we'd cry": Humorous coping communication in health care settings. *Journal of Health Communication*, 10(2), 105-125. doi: 10.1080/10810730590915092.
- Wilbur, C. J. & Campbell, L. (2011). Humor in romantic contexts: Do men participate and women evaluate?. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(7), 918-929. doi: 10.1177/0146167211405343.
- Wisse, B. & Rietzschel, E. (2014). Humor in Leader-Follower Relationships: Humor Styles, Similarity and Relationship Quality. *Humor: International Journal of Humor Research*, 27(2), 249-269. doi: 10.1515/humor-2014-0017.
- Wood, R. E., Beckmann, N. & Rossiter, J. R. (2011). Management humor: Asset or liability? *Organizational Psychology Review*, 1(4), 316-338. doi: 10.1177/2041386611418393.



Statü Tüketiminin Fiyat Duyarlılığına Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma

A Research on Determining the Effect of Status Consumption on Price Sensitivity

Dr. Öğr. Üyesi Polat CAN¹

Başvuru Tarihi: 13.06.2018

Kabul Tarihi: 18.02.2019

Öz

Birey kendisi için anlam ve değeri yüksek olan öğeleri toplum içerisinde ifade etmek ve iletmek için çeşitli işaret ve simgeler kullanmaktadır. Bu bağlamda, günümüzde ise özellikle refah seviyesi olarak gelişmiş ülkelerde tüketici, statüsünü gösteren ürünleri satın almayı tercih etmektedir. Statü tüketimi, tüketicinin otorite kazanmak için başkalarının önem verdiği ve statülerinin göstergesi olan ürünleri satın alıp diğerlerine karşı toplumsal konumlarını güçlendirmeye yönlendirilen motive edici süreçtir. Statüsüne uygun satın alım yapan tüketici için ürünün kalite ve işlevselliğinden çok satın aldığı fiyat önemlidir. Bu çalışmada, statülerine uygun alışveriş yapan tüketiciler açısından, statü tüketiminin fiyat duyarlılığına olan etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda Uşak il merkezinde yaşayan devlet memurlarına anket uygulanmıştır. Verilerin analizinde, frekans dağılımı, güvenilirlik analizi, aritmetik ortalama, standart sapma, doğrulayıcı faktör analizi ve yapısal eşitlik modelleme (path) analizi kullanılmıştır. Analizler sonucunda, statü tüketiminin tüketici ilgilenimi, tüketici yenilikçiliği ve marka bağlılığı üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Tüketici yenilikçiliği ile marka bağlılığının fiyat duyarlılığı üzerinde etkisi tespit edilirken tüketici ilgileniminin fiyat duyarlılığı üzerinde etkisinin olmadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Tüketici Davranışı, Statü Tüketimi, Tüketici İlğilenimi, Tüketici Yenilikçiliği, Fiyat Duyarlılığı

Abstract

An individual uses various signs and symbols to express and convey items which have meaning and value for him or her in society. In this context, today, especially in the developed countries, the consumer prefers to buy products that are indicative of his or her status. Status consumption is the motivating process in which the consumer is directed towards strengthening his or her social position against others by purchasing products that are important to others in order to gain

¹ Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi, polat.can@usak.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5417-970X

authority. For consumers making purchases in accordance with their status, the price they purchase is much more important than the quality and functionality of the product. This study tried to determine the effect of consumption of status on price sensitivity in terms of consumers who are purchasing statutory goods. For this purpose, a questionnaire was applied to the civil servants living in Uşak city center. In the analysis of the data, frequency distribution, reliability analysis, arithmetic mean, standard deviation, confirmatory factor analysis and path analysis were used. As a result of analysis, it has been determined that consumption of status has an effect on consumer interest, consumer innovation and brand loyalty. It has been seen that consumer interest has no effect on price sensitivity while the effect of consumer innovation and brand loyalty on price sensitivity has been determined.

Keywords: *Consumer Behavior, Status Consumption, Consumer Involvement, Consumer Innovativeness, Price Sensitivity*

Giriş

Tüketici birçok farklı nedenden dolayı alışveriş ve satın alımlarını gerçekleştirmektedir. Bu nedenler, rasyonel olabileceği gibi sosyal statüsünü gösteren hedonik ihtiyaçlarını karşılamak içinde olabilmektedir (Iyer vd., 2017, s.50). Tüketicinin sosyal statüsünü gösteren ürünlere karşı ilgisi artmakta ve satın alımlarında bu tarz ürünleri tercih etmektedir (Amaldoss ve Jain, 2005, s.1453; Charles vd., 2009, s.428). Bu durum ise, işletmelerin ürün ve marka stratejisi oluştururken statü tüketimi kavramına odaklanmasına neden olmaktadır (Wetlaufer, 2001, s.118; Gardyn, 2002, s.32; Han vd., 2010, s.18).

Pazarlama alanında statü tüketimi konusunda çok fazla çalışmaya rastlanmaktadır. Yapılan çalışmalar daha çok statü göstergesi olan ürünler için tüketicinin neden daha fazla ödeme yaptığıyla ilgili sosyolojik ve ekonomik teorilere dayanmaktadır (Gao vd., 2016; Iyer vd., 2017). Statü tüketimi ve fiyat duyarlılığını ayrı ayrı ele alan araştırmalar mevcuttur, ancak bu iki değişkeni birlikte ele alan ve aralarındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmada, statü tüketiminde etkili olduğu düşünülen ilgilenim, yenilikçilik, marka bağlılığı ve fiyat duyarlılığı gibi faktörler incelenecek ve psikolojik boyutlu araştırma boşluğunun azaltılması sağlanacaktır.

Yüksek marka statüsü genellikle yüksek fiyatlandırma için bir gerekçe olarak kullanılmaktadır. İşlemeler, tüketicilerin statülerinin göstergesi olan markaları satın almak için daha fazla para ödemelerini beklemektedir. Bununla birlikte, bu ilişkinin nasıl oluştuğu inceleyen çok fazla çalışmaya rastlanılmamaktadır. Bu çalışmada, statü tüketiminin giyim sektöründe marka bağlılığı olanların, statü kazandırabileceği düşüncesiyle tüketici katılımını, yenilikçiliği ve marka sadakatini artırdığı düşünülmektedir.

Yüksek düzeyde katılım, yenilikçilik ve marka sadakati gösteren tüketicinin satın almayı düşündüğü markanın fiyatının yüksek olmasına dikkat etmeyip satın almaya istekli olduğu markayı tercih etmektedir. Statü tüketiminin daha çok giyim, otomobil, oturulan ev, cep telefonu gibi ürün gruplarında etkili olduğu görülmektedir. Buradan hareketle, çalışmada

statünün satın alımlarda önemli rol oynadığı ürün kategorisi olarak giyim kullanılmıştır. Çalışma iki kısımdan oluşmaktadır. İlk bölümde statü tüketimi, tüketici katılımı, yenilikçilik, marka bağlılığı ve fiyat hassasiyeti ile ilgili kavramsal çerçeve incelenmiştir. İkinci bölümde ise, statü tüketiminin fiyat hassasiyeti üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik araştırma sonuçlarına yer verilmiştir.

Kavramlar ve Hipotezler

Statü Tüketimi

Başlangıçta, gösterişçi ve statü tüketimi birbiriyle karıştırılmakta ve çoğu zamanda birbirlerinin yerine kullanılmaktaydı. Zaman içerisinde, gösterişçi tüketiminin doğası gereği materyalist unsurların, statü tüketiminde ise bireyin sosyal yapı içerisindeki konumunu gösteren satın alma eyleminin öne çıktığı görülmüştür (Kwon ve Kwon, 2013, s.120). Bununla birlikte, daha sonra O'Cass ve McEwen (2004) tarafından yapılan çalışmada bu tüketim yapılarının ampirik olarak da farklı olduğu görüşü ileri sürülmüştür. Gösterişçi tüketimin temelini, lüks ürün ve hizmetlerin tüketilmesi ile maddi zenginliğin sergilenmesi oluşturmaktadır (Trigg, 2001, s.101). Statü tüketimi ise, bireyin toplum içerisindeki konumunu gösteren ürün ve hizmetleri satın almayı tercih etmesidir (Sundie vd., 2011, s.667).

Statü tüketimi, saygıdan oluşan gücün sergilenmesi için, satın alımların bu doğrultuda şekillenmesi ve toplum içerisinde elde edilen statü ayrıcalığının tüketime yansımalarıdır (Sundie vd., 2011, s.669). Bir diğer ifadeyle statü tüketimi, “kişilerin statü sembolü olan ürünleri çevrelerindeki kişilere konumlarını göstermek amacı ile satın almalarına neden olan motivasyonel bir süreç” olarak tanımlanabilir (Aslay vd., 2013, s.45). Bireyi statü tüketimine yönlendiren motivasyonel güç, kültürel normlar, referans grupların beklenti ve kurallarınca şekillenmektedir (Segal ve Podoshen, 2013, s.191). Bu nedenle, toplum içerisinde sahip olduğu statüye uygun satın alım yapmak isteyen tüketici, bunu gösteren ürünleri satın alımlarında tercih etmektedir. Çünkü satın alımlarında yönlendirici unsur sadece ihtiyacı değil, aynı zamanda örnek aldığı referans gruptur (Clark vd., 2007, s.48). Bu bağlamda statüsünü topluma göstermek isteyen tüketici, sadece ihtiyaçlarını karşılamak için alışveriş yapmamakta benzer statüye sahip olanların sergilediği görüntüye sahip olmak için alışveriş yapmaktadır. Dolayısıyla statü tüketimi fiziksel ihtiyacı karşılamak amacıyla değil başkalarını etkilemek ve diğerleri üzerinde otoriteye sahip olmak için sergilenen tüketici davranışı olarak görülmektedir (Eastman ve Liu, 2012, s.95).

Sosyologlar, sosyal konuma olan arzunun, toplumsal hiyerarşide üst düzeyde yer alma isteğinin yani toplum içerisindeki statünün bireyin davranışlarının şekillenmesinde güçlü bir motivasyon kaynağı olduğunu belirtmektedirler (Sundie vd., 2011, s.670; Schimpfoss, 2014, s.66; Eastman ve Eastman, 2015, s.763). Buradan hareketle bazı pazarlama araştırmacıları statü tüketiminin, ürün ve özellikle marka seçiminde önemli bir yönlendirici olduğunu vurgulamaktadır (Tsai, 2005, s.432; Shukla, 2010, s.113; Nelissen ve Meijers, 2011, s.347). Ayrıca, artan ekonomik refah seviyesi tüketicilerin harcanabilir gelirlerinin yükselmesini sağlamak ve bu durum fiyatı yüksek ve toplumsal statünün göstergesi olan ürün ve markalara

ilginin artmasına neden olmaktadır (Heffetz, 2011, s.1104). Chao ve Schor (1998) yaptıkları çalışmada ilk olarak statü tüketimini ürün gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini incelemişler ve kadınların özellikle kozmetik ürün grubunda statülerini öne çıkaran ürünleri tercih ettiklerini tespit etmişlerdir. O’Cass ve Frost (2002) statü tüketiminde markanın etkisini araştırmışlar ve giyim sektöründe statü tüketiminin daha çok öne çıktığını tespit etmişlerdir. Buna benzer bir çalışmada Goldsmith vd. (2010) benzer şekilde statü tüketiminin fiyat hassasiyeti üzerindeki etkisini incelemişler ve bu etkinin söz konusu olduğunu bulmuşlardır.

Eastman vd. (1999) yaptıkları çalışmada statü tüketimi ile materyalizmin farklı olduğu görüşünden yola çıkarak statü tüketimini ölçmek için ölçek geliştirmek istemişlerdir. Bu görüş doğrultusunda tüketicilerin toplum içerisinde çekici görünmek istediklerini belirtmişlerdir. Çalışmanın sonucunda ise, bu tüketicilerin başkalarının düşüncelerine önem verip statülerini gösterdiklerine inandıkları ürünlerin fiyatının yüksek olmasına rağmen satın almak için istekli oldukları tespit edilmiştir. Coopers (2012) ise ürün gruplarına göre satın alım farklılıklarında etkili olan unsurları incelemiş ve toplum içerisinde statüsünü öne çıkaran ürünleri tercih eden tüketiciler için fiyatın yüksek olmasının önemli olmadığı sonucunu elde etmiştir.

Cronje vd. (2016), 24 ve 36 yaş arasındaki tüketiciler üzerinde yaptıkları araştırmada giyim sektöründe marka bağlılığının statü tüketiminin şekillenmesi ve satın alım davranışının bu doğrultuda oluşmasında yönlendirici etkisinin olduğu sonucuna varmışlardır. Gao vd. (2016), çalışmalarında tüketici katılımının statü tüketimindeki ilişkisini incelemişlerdir. Buradan hareketle, statü tüketiminin; tüketici katılımı, marka bağlılığı ve tüketici yeniliği üzerinde etkisinin olduğu ve bunlarında fiyat hassasiyetini etkilediği düşünülmektedir.

Tüketici İlgilininim

İlgilininim, tüketici davranışları alanında bilinen ve yaygın olarak incelenen kavramlardan biridir. Bu kadar çok incelenmesinin sebepleri arasında tüketicinin ürüne olan ilgileniminin heves, istek ve heyecan gibi psikolojik özelliklere dayanmasıdır (154edia154 Jia, 2016, s.1188). Ürünün fiyatının yüksek olması, çok sık 154edia alınmaması ve ürünün karmaşık yapıya sahip olması gibi nedenler yüksek tüketici ilgilenimini gerektirmektedir. Buna karşılık, sık 154edia alınan, düşük fiyatlı, karar verme aşamasının basit olduğu ürünlerde ise düşük ilgilenim söz konusudur (Borgogno vd., 2015, s.140). Ancak, cep telefonu, kozmetik, giysi gibi toplum içerisinde farklılığı sağlayan ürünlere de tüketicinin ilgilenim seviyesi yüksek olmaktadır (Assael, 2004, s.249).

Goldsmith vd. (1996) statü tüketiminin giyim ilgilenimi ile ilişkili olduğunu öne sürmüşlerdir. Çünkü statü tüketimine önem veren tüketicilerin, kıyafet konusunda bilgili oldukları ve bu bağlamda bazı giyim markalarını statülerini sergiledikleri için tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Flynn vd. (2016) ise, tüketicinin toplumda statüsünü yansıtan giysi alırken karar aşamasında daha dikkatli ve seçici olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Bu çalışmada statü tüketiminin, giysi ilgilenimine olan etkisi araştırılacaktır. Buna göre araştırmmanın ilk hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

H₁: Statü tüketimi tüketici ilgilenimini etkilemektedir.

Lertwannawit ve Mandhachitara (2012), tüketici giysi 155edia alırken yoğun bilgi arayışında olduğunu, mağaza değerlendirmesine önem verdiğini, bilinen markaları tercih ettiğini ve alışveriş esnasında rahat ve huzurlu alışveriş ortamına dikkat ettiğini belirtmiştir. Wang ve Griskevicius (2014), kadınların erkeklerden daha fazla giysi 155edia alımları ile ilgilendiğini ve uygun fiyatlı olanı bulmak için yoğun çaba sarf ettiklerini ifade etmektedirler. Chen ve Kim (2013) yaptıkları çalışmada, giysi 155edia alımlarında tüketicilerin katalog, sosyal 155edia, internet gibi bilgi kaynaklarını fiyat araştırmasında kullandıklarını ortaya koymuştur. Ramirez ve Goldsmith (2009), tüketiciler üzerinde giysiye olan ilgilenimin artmakla birlikte moda ve yenilik gibi faktörlerin düşük fiyattan daha fazla etkiye sahip olduğunu belirtmişlerdir. Buradan aşağıdaki hipotezler şu şekilde kurulmuştur.

H₂: Tüketici ilgilenimi fiyat duyarlılığını etkilemektedir.

Tüketici katılımı araştırmalarının merkezini çoğunlukla, ürün kategorisine olan ilgi, istek, fiyat duyarlılığı ve tüketici eğilimleridir. Ancak, son zamanlarda yapılan çalışmalarda ürün kategorisindeki fikir liderliği ve özellikle tüketici yenilikçiliği de dikkat çekmektedir (Brockhoff, 2003, s.465; Lin vd., 2013, s.316; Alves vd., 2016, s.70). Dubois vd., (2012), ürün kategorisine ilgi duyan tüketicinin, ilgi alanında olan ve pazara yeni çıkan ürünleri araştırıp bilgi edindiğini belirtmektedir. Ayrıca, Ürün grubu hakkında hevesli olduğunu ve bu nedenle en yeni ürünleri tercih ettiklerini söylemektedir. Bu bağlamda, ürün kategorisine olan katılımın tüketici yenilikçiliği ile pozitif olarak ilişkili olduğu bildirilebilir. Bu nedenle, şu şekilde hipotez incelenebilir;

H₃: Tüketici ilgilenimi tüketici yenilikçiliğini etkilemektedir.

Tüketici Yenilikçiliği

Raskovic vd., (2015), yenilikçiliği bireyin içinde bulunduğu sosyal ortamda yeni fikir ve düşünceleri benimse konusunda diğerlerinden daha erken hareket etme derece olarak tanımlamaktadır. Bartels ve Reinders (2011) ise, bireyin teklif ve sosyal tanınmayla ilişkin psikolojik gereksiniminin yenilikçilik açısından önemli bir rol oynadığını ifade etmektedirler. Tüketici davranışları açısından ise yenilik, pazarlama karmasının hedef pazar tarafından yeni olarak algılanması ve kabul edilmesidir (Mishra, 2015, s.37). Bu bağlamda, tüketicilerin yeniliğe olan tepkilerini anlamak, açıklamak ve tahminde bulunmak pazarlamacılar açısından büyük önem taşımaktadır. Çünkü yeni sunumların başarısı tüketicinin bunu benimsemesi ile ilişkilidir.

Tüketici yenilikçiliği, tüketiciyi pazardaki yeni tekliflerin ilk alıcıları arasında yer almaya yönlendiren ve motive eden yeni ürünlere yönelik ilgi durumudur. Neredeyse bütün ürün kategorileri, yeni ürünler arayan ve bunları satın almak için istekli azınlık bir alıcı grubuna sahiptir (Hong vd., 2016, s.267). Bu erken hareket edenler, ürünü sık kullanıcısı olmak, ürün

kategori hakkında detaylı bilgiye sahip olmak, ürün hakkında süreli araştırma yapmak ve fikir lideri olmak gibi ortak olan özellik ve davranışlar sergilemektedirler. Ayrıca, yeni ürünlere ilk sahip olunması tüketici için prestij elde etmenin motivasyon kaynağı olarak görülmekte ve bu durum sosyal statüyle ilişkilendirilmektedir (Morton vd., 2016, s.19). Naehyun vd., (2016), yüksek sosyal konuma sahip olunmasının yeni ve farklı ürünlerin denenmesinde öne çıkan unsurların başında geldiğini belirtmiştir. Mishra (2015) ise yeni ürünlere sahip olmak isteyenlerin, yüksek harcanabilir gelire sahip olduklarını ve diğer tüketicilerden farklı olmak istedikleri ifade etmiştir. Buradan hareketle H_4 hipotezi şu şekilde geliştirilebilir;

H_4 : Statü tüketimi tüketici yenilikçiliğini etkilemektedir.

Goldsmith vd. (2010), satın alma davranışı ve kişisel özellikleri benzer olan bireylerin sergiledikleri tüketici yenilikçiliğinin fiyat hassasiyetine etkisinin olup olmadığını incelemişler ve ürün kategorisine göre farklı yenilikçilik davranışları sergilediğini belirtmişlerdir. Wingfield (2005), video oyun meraklıları üzerine yaptığı çalışmada, tüketicilerin yüksek fiyatın en son versiyon oyunları takip etmelerine engel olmadığını sonucuna varmıştır. Munnukka (2005), mobil hizmet müşterilerinin yenilik ile fiyat duyarlılığı arasında önemli ölçüde ilişki olduğunu bulmuştur. Hussain ve Rashidi (2015), restoran müşterileri üzerine yaptığı çalışmada, tüketici yenilikçiliği ile fiyat duyarlılığı arasında negatif bir ilişkinin olduğunu belirtmiştir. Son olarak, birçok çalışma moda ve fiyat arasında ilişkiyi tespit etmiştir (Clark vd., 2007, s.55; Dmitrovic vd., 2009, s.531; Tellis vd., 2009, s.18; Bartels ve Reinders, 2011, s.607). Yukarıda incelenen çalışmalar neticesinde H_5 hipotezi şu şekilde geliştirilmiştir;

H_5 : Tüketici yenilikçiliği fiyat duyarlılığını etkilemektedir.

Tüketici yeniliği ve marka bağlılığı iki önemli konu olmasına rağmen aralarındaki ilişkiyi inceleyen çok az çalışmaya rastlanmaktadır. Tanımı gereği yenilikçilik, çeşit arama ve yeni şeylerle ilgilenmedir. Tüketici yenilikçiliği, doğası gereği yeni ve farklı olma isteğinden dolayı yeniliği daha sonra benimseyenlere kıyasla daha az marka bağlılığı olan tüketicilerde olması söz konusudur (Bin, 2013, s.611). Bununla birlikte, yenilikçiler ilgi duyan, hevesli ve ürün kategorisi hakkında bilgili tüketicilerdir. Bu nedenle, en son ürünleri araştırıp bulmak ve ilk satın alanlar arasında olmak istemektedirler. Şayet bu yeni ürünler, tanıdıkları ve kullandıkları markalardan geliyorsa bağlılığı etkilemesi söz konusu olabilir (Yun ve Hira, 2012, s.280).

Kotler (2000), işletmelerin uzun süreli olabilmesi için ürün yeniliğinin önemli bir unsur olduğunu ileri sürmektedir. Çünkü yenilikçi tüketicilerde oluşturulacak marka bağlılığı ve uzun vadeli ilişkileri teşvik edebilecektir. Giyim sektöründe, bazı marka isimleri yenilikçi ve öncü moda tasarımlarıyla ilişkilendirilmekte ve bu durum yeni moda kıyafetleri erken benimseyenler için yaşadığı ortamda moda lideri imajını oluşturmakta ve markaya sadakatine yol açabilmektedir (Roehrich, 2004, s.673). Başka bir deyişle, modayı takip eden tüketiciler markaya sadık kalıp tasarım ve stil boyutuyla yenilikçi olabilirler (Alves vd., 2016, s.74). Cronje vd., (2016) bu düşüncüyü desteklemek için, giyim yenilikçiliği ve bilişsel marka sadakati arasında pozitif bir ilişki olduğunu bildirmişlerdir. Böylece aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir;

H_6 : Tüketici Yenilikçiliği marka bağlılığını etkilemektedir.

Marka Bağlılığı

Tüketiciler genellikle satın aldıkları ürün ve özellikle marka ile kendi kişiliği ve sosyal konumu arasında ilişki kurmakta ve geliştirmektedir. Bu geliştirilen ilişki ise, satın alma sıklığı ve tutumsal sadakat ile zaman içerisinde marka bağlılığının oluşmasına neden olmaktadır (Aaker, 1991, s.2). Marka bağlılığı, pazarlama yönetiminin en çok önem verdiği hedeflerden birini oluşturmaktadır. Çünkü marka bağlılığı, marka değerinin önemli bir bileşeni olması nedeniyle müşteri maliyetlerinin düşük olmasını sağlamaktadır (Minton vd., 2016, s.369). Marka bağlılığı hakkında çok fazla çalışma olmasına rağmen statü tüketimi ve fiyat duyarlılığı ile marka bağlılığı arasındaki ilişkiyi inceleyen çok az çalışmaya rastlanmaktadır. Özellikle, marka bağlılığı ile fiyat duyarlılığı arasındaki ilişki, tüketicilerin ödemeye istekli olduğu bedelin anlaşılması açısından önemli olmaktadır (Mann ve Sahni, 2015, s.183). Park ve Rabolt (2006) belirttikleri gibi, tüketici ürünün fiyat değişiminden haberdardır ancak satın alma davranışında değişiklik oluşturmak için marka bağlılığı gibi faktörler öne çıkmaktadır. Fornier (1998) tüketicinin markalarla oluşturduğu ilişkiyi açıklamak amacıyla yaptığı çalışmada, satın alımında statü isteyen tüketicinin, markanın bu statüyü sağladığı sürece bağlılığın arttığını ortaya koymuştur. Gabriel ve Lang (2006), giysinin sosyal ortamda gözle görünmesinden dolayı tüketici statüsünü öne çıkaran markalara karşı bağlandığını belirtmişlerdir. Bu bulgular ışığında sonraki hipotez şu şekilde kurulabilir;

H₇: Statü tüketimi marka bağlılığını etkilemektedir.

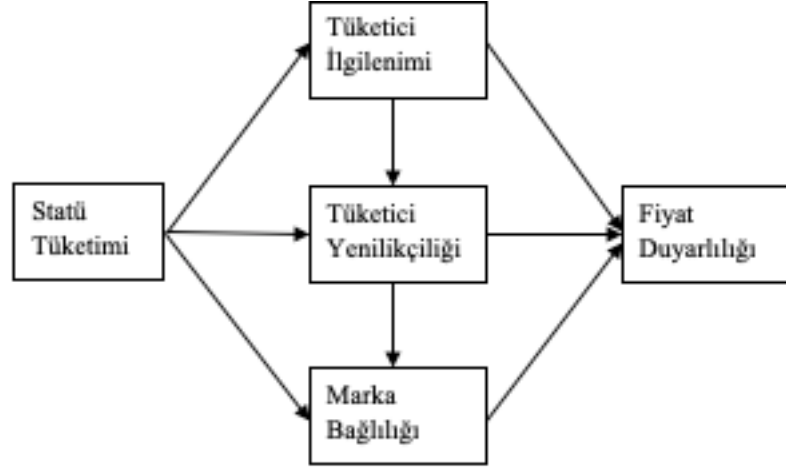
Tüketicinin, yüksek bedeline rağmen markalı ürünleri satın almaya istekli olması marka bağlılığının fiyat duyarlılığı üzerindeki etkisinin incelenmesi önem kazanmıştır (Phau ve Cheong, 2009, s.113). O’Cass ve Frost (2002), tüketicinin perakendesektöründeki satın alımlarında etkili olan faktörlerin marka ve nicelik olduğunu belirtmektedir. Marka bağlılığı olan tüketicinin bağlı olmayanlara göre daha az fiyata duyarlı olduğunu ancak nicelik söz konusu olduğunda fiyat duyarlılığına daha fazla önem verdikleri görülmüştür. Rahbariana ve Meshkanib (2014), benzer çalışmayı mobil telefon sektöründe yapmışlar ve marka bağlılığı olan tüketicilerin ürünün fiyatının yüksek olup olmadığına dikkat etmedikleri sonucunu elde etmişlerdir.

Mullarkey (2001)’e göre, giysiye ödenen fiyatın perakende ürünlere ödenenden daha fazla olması giysi satın alımında stil ve imaja perakende ürüne göre daha fazla önem verilmesine neden olmaktadır. Bu nedenle, giyim satın alımlarında marka bağlılığı, kalite, dayanıklılık, uyum, tarz unsurlardan etkilenen karmaşık bir yapıya dönüşmektedir. Bu durumda, marka bağlılığının fiyat duyarlılığı üzerinde etkisinin olduğu söz konusu olmayabilir. Tüketici bağlı olduğu markayla ilgilenir çünkü bu bağlılık imajına uygun ve toplum içerisinde statüsünü göstermesine yardımcı olmaktadır. Flynn vd. (2000), giyim sektöründe marka bağlılığı ile fiyat duyarlılığı arasında negatif korelasyon olduğunu rapor etmektedir. Benzer sonuca Wilson (2006)’da çalışmasında elde etmiş ve denim ürün kategorisinde üniversite öğrencilerinin marka bağlılığı ve fiyat hassasiyet ölçümlerinin negatif korelasyonlu olduğunu bildirmiştir. Lau vd. (2006), üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada, giyim markası sadakati ile giyim fiyat duyarlılığı arasında negatif bir ilişki olduğunu bildirmiş ve fiyat odaklı sadık tüketicilerin

marka değiştirdiklerinde ürünler arasında fark bulamadıklarını belirtmişlerdir. Dolayısıyla, giyim sektöründe markaya bağlı yüksek tüketicilerde fiyata olan duyarlılığın düşük olduğu görülmektedir. Bu durumda aşağıdaki hipotez geliştirilebilir;

H₈: Marka bağlılığı fiyat duyarlılığını etkilemektedir.

Statü tüketimi ve fiyat duyarlılığı ile ilgili yapılmış araştırmaların incelenmesi sonucu oluşturulan hipotezler çerçevesinde araştırmanın modeli aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın Metodolojisi

Ön Çalışma

Araştırma için kesin anket formu hazırlanıp veri toplanmasına geçilmeden statü tüketimi konusunda daha önce yapılan çalışmalar incelendiğinde ürün grubu olarak çoğunlukla giysi kullanıldığı görülmüş (Goldsmith vd., 2010; Mann ve Sahni, 2015; Cronje vd., 2016; Flynn vd., 2016) ve bu yüzden çalışmada ürün grubu olarak giyim belirlenmiştir. Daha sonra araştırmada kullanılacak anket formu hazırlanmış ancak veri toplama aşamasına geçilmeden önce 20 devlet memuru ile görüşülerek anketle ilgili görüşleri alınmış ve görüşler doğrultusunda anlaşılmayan 8 ifade düzeltilip anket formuna nihai şekli verilmiştir.

Örnekleme Süreci

Araştırmanın ana kütlelerini Uşak il merkezinde yaşayan devlet memurları oluşturmuştur. Araştırma örnekleme, “Giyim alışverişlerinizde statünüze uygun olan giysilerimi tercih edersiniz?” soru sorulmuş ve bu soruya evet cevabı veren tüketiciler alınmıştır. Ana kütlelerin standart sapması bilinmediği için, %95 güven aralığında ve %5 hata payında araştırmanın örnek büyüklüğü 385 olarak belirlenmiştir. 2-23 Ocak 2017 tarihleri arasında 648 devlet memuruna “Giyim alışverişlerinizde statünüze uygun olan giysilerimi tercih edersiniz?” sorusu yöneltilmiş

ve bu soruya “evet” cevabı veren 382 kişiye anket uygulanmıştır. Hatalı ve eksik doldurulan 21 anket değerlendirmeye alınmayıp 361 anket araştırma kapsamında değerlendirilmiştir.

Veri Toplama Yöntem ve Aracı

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği ve örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Anket formu, 2 soru grubundan oluşmuştur. Birinci grup sorular cinsiyet, medeni durum, aylık geliri, eğitim durumu, yaşı ve çalıştığı bakanlık değişkenlerinden oluşan demografik ve ekonomik özellikleridir. İkinci grup sorular ise statü tüketimi, tüketici ilgilenimi, tüketici yenilikçiliği, marka bağlılığı ve fiyat duyarlılığı değişkenlerinden oluşmuştur. Statü tüketimi; Eastman vd., (1999), tüketici ilgilenimi; Mittal ve Lee (1989), tüketici yenilikçiliği; Goldsmith ve Hofacker (1991), marka bağlılığı; Beatty ve Kahle (1988) ve fiyat duyarlılığı; Goldsmith ve Newell (1997) çalışmalarından yararlanılarak hazırlanmıştır. Araştırmanın teorik çerçevesince hazırlanan model, statü tüketimi (5 ifade), tüketici ilgilenimi (3 ifade), tüketici yenilikçiliği (7 ifade), marka bağlılığı (4 ifade) ve fiyat duyarlılığı (5 ifade) olmak üzere 5 değişken ve 24 ifadeden müteşekkildir. İkinci grupta, yer alan ifadelere yönelik cevapların alınmasında 5’li Likert ölçeği (5= Tamamen katılıyorum; 1= Kesinlikle katılmıyorum) kullanılmıştır. Veriler SPSS 23,0 ve LISREL 9.1 paket istatistik programları yardımıyla analiz edilmiştir. Verilerin analizinde, frekans dağılımları, güvenilirlik analizi, aritmetik ortalamalar, standart sapmalar, doğrulayıcı faktör analizi ve yol (path) analizi kullanılmıştır.

Verilerin analizi

Cevaplayıcıların Demografik ve Ekonomik Özellikleri

Tablo 1’de araştırmaya katılan cevaplayıcıların demografik ve ekonomik özellikleri gösterilmektedir.

Tablo 1. Cevaplayıcıların Demografik ve Ekonomik Özellikleri

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Aylık Geliri (TL)	Frekans	Yüzde
Kadın	202	55.9	0-1300	18	5.0
Erkek	159	44.1	1301-2600	86	23.8
Medeni Durumu	Frekans	Yüzde	2601-3900	158	43.7
Evli	322	89.2	3901-5200	67	18.6
Bekâr	39	10.8	5201 ve üzeri	32	8.9
Çalıştığı Bakanlık	Frekans	Yüzde	Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde
Adalet Bakanlığı	31	8.6	İlköğretim mezunu	9	2.5
Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı	17	4.7	Lise mezunu	32	8.9
Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı	15	4.2	Meslek Yüksekokulu Mezunu	78	21.6
Çevre ve Şehircilik Bakanlığı	16	4.4	Lisans mezunu	216	59.8
Gençlik ve Spor Bakanlığı	7	1.9	Lisansüstü Eğitim mezunu	26	7.2
Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı	13	3.6	Yaş	Frekans	Yüzde
İçişleri Bakanlığı	33	9.1	18-27	87	24.1
Kültür ve Turizm Bakanlığı	11	3.2	28-37	119	32.9
Maliye Bakanlığı	14	3.9	38-47	108	29.9
Milli Eğitim Bakanlığı	101	27.9	48-57	37	10.3
Orman ve Su İşleri Bakanlığı	5	1.4	58 ve üzeri	10	2.8
Sağlık Bakanlığı	77	21.3			
Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı	21	5.8			
TOPLAM	361	100	TOPLAM	361	100

Araştırmaya katılanların %55.9'u kadın (202 kişi) ve %44.1'i erkek (159 kişi) dir. Medeni durum açısından ele alındığında, %89.2'si evli (322) ve %10.8'i bekâr (39 kişi) dir. Aylık gelir açısından ilk sıraları %43.7 ile 2601-3900 TL (158 kişi) ve %23.8 ile 1301-2600 TL (86 kişi) gelir grupları almaktadır. Cevaplayıcıların, %59.8'i lisans mezunu (216 kişi), %21.6'sı meslek yüksekokul mezunu (78 kişi) ve %8.9'u lise mezunu (32 kişi) dur. %32.9'u 28-37 (119 kişi), %29.9'u 38-47 (108 kişi) ve %24.1'i 18-27 (87 kişi) yaş grubundadır. Cevaplayıcının çalıştığı kurumun bağlı olduğu bakanlık olarak ilk sırada %27.9 ile Milli Eğitim Bakanlığı (101 kişi), ikinci sırada %21.3 ile Sağlık bakanlığı (77 kişi) ve üçüncü sırada %9.1 ile İçişleri Bakanlığı (33 kişi) gelmektedir.

Araştırmada Yer Alan Ölçeklerin Test Edilmesi

Araştırmanın modelinde yer alan değişkenlerin güvenilirliğini test etmek amacıyla, değişkenin iç tutarlılığını ölçen Cronbach alfa katsayısı yöntemi kullanılmıştır. Bu katsayı, çok ifadeli değişkendeki, ifadeler arasındaki uyumun derecesini gösterir ve 0 ile 1 arasında değer alır. Bu değer, 1'e yaklaştıkça değişkende yer alan ifadeler arasındaki iç uyumun o denli yüksek olduğu söylenebilir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2013, s.278). Modelde yer alan, statü tüketimi ($\alpha=0.834$),

tüketici yenilikçiliği ($\alpha=0.826$), marka bağlılığı ($\alpha=0.814$) ve fiyat duyarlılığı ($\alpha=0.808$) değişkenlerinin Cronbach alfa değerlerinin yüksek olduğu görülmüştür. Ancak tüketici ilgilenimi değişkeninde yer alan “GG3: Benim için giyim önemli değildir.” ifadesinin soru-bütün korelasyon katsayısının değişkenin Cronbach alfa katsayısından büyük olduğu görülmüş ve bu ifade değişkenden çıkarılıp analiz tekrarlanmış ve tüketici ilgilenimi değişkenin Cronbach alfa katsayısının yeni değerinin 0.788 olduğu tespit görülmüştür.

Araştırma değişkenlerinin güvenilirliklerinin yüksek olduğu görüldükten sonra bunların örneğe uygunluğunu test etmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Analizin ilk aşamasında, tüketici ilgilenimi ve marka bağlılığı değişkenlerinin örnekle mükemmel uyum² sağladığı bulunmuştur. Ancak, statü tüketimi, tüketici yenilikçiliği ve fiyat duyarlılığı değişkenlerinin uyum değerlerinin kabul edilebilir³ sınırlar içerisinde yer almadığı görülmüştür. Modifikasyonlar incelenerek Ki-Kare üzerinde en yüksek değerde modifikasyon öneren statü tüketimi değişkeninden “ST5: Giysinin statüsü beni ilgilendirmez” ve tüketici yenilikçiliği değişkeninden “GY1: Genellikle arkadaşlarım arasında modayı geriden takip eden olarak bilirim” ifadeleri analiz dışı bırakılmıştır. Yapılan modifikasyonlar sonrasında elde edilen değerlerin kabul edilebilir uyum değerleri içerisinde yer aldığı görülmüştür. Ayrıca ölçeklerin güvenilirlik ve geçerliliğini değerlendirmek için yapı güvenirliliği ve ortalama açıklanan varyans değerleri hesaplanmıştır. Bu hesaplamalar sonucunda; yapı güvenirlilik değerlerinin, statü tüketimi 0.86, tüketici ilgilenimi 0.85, tüketici yenilikçiliği 0.91, marka bağlılığı 0.93 ve fiyat duyarlılığı 0.92 olduğu tespit edilmiştir. Ortalama açıklanan varyans değerlerinin ise, statü tüketimi 0.58, tüketici ilgilenimi 0.62, tüketici yenilikçiliği 0.61, marka bağlılığı 0.59 ve fiyat duyarlılığı 0.64 olduğu görülmüştür.

Sonuç olarak doğrulayıcı faktör analizi sonucunda, statü tüketimi 4, tüketici ilgilenimi 2, tüketici yenilikçiliği 6, marka bağlılığı 4, fiyat duyarlılığından 5 olmak üzere toplam 5 değişken ve 21 ifadenin yapısal eşitlik modelleme analizinde kullanılmaya karar verilmiştir.

Araştırma Modelinin Test Edilmesi

Araştırma modelinde yer alan statü tüketiminin tüketici ilgilenimi, tüketici yenilikçiliği ve marka bağlılığına ve bunların fiyat duyarlılığına etkisini belirlemek için Yapısal Eşitlik Modeli (path analizi) kullanılmıştır. Path analizinden elde edilen ilk sonuçlara göre model uyum indeks değerlerinin kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer almadığı görülmüştür. Değerlerin kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer almadığının görülmesi üzerine öncelikle değişkenler arasındaki t değerleri incelenmiştir. Bu inceleme sonucunda tüketici ilgileniminin fiyat duyarlılığı ile tüketici ilgileniminin tüketici yenilikçiliği arasındaki t değerlerinin 1.14 ve 0.87 olduğunun görülmesi üzerine H_2 ve H_3 hipotezleri reddedilmiştir. Uyum değerlerinin istenilen seviyede olmamasından dolayı Ki-kare üzerinde en fazla modifikasyon öneren, statü tüketiminden “ST2: Statümü gösteriyor diye bir giysi satın almam”, tüketici yenilikçiliğinden “GY2: Arkadaşlarımla

² **Mükemmel Uyum Değerleri:** $0 \leq \chi^2/2df$, $0.05 < p \leq 1.00$, $0 \leq \chi^2/df \leq 2$, $0 \leq RMSEA \leq 0.05$, $0 \leq SRMR \leq 0.05$, $0.95 \leq NFI \leq 1.00$, $0.97 \leq NNFI \leq 1.00$, $0.97 \leq CFI \leq 1.00$, $0.95 \leq GFI \leq 1.00$, $0.90 \leq AGFI \leq 1.00$, $0.95 \leq IFI \leq 1.00$ (Schermelel-Engel vd., 2003, s.52).

³ **Kabul Edilebilir Uyum Değerleri:** $2df \leq \chi^2 \leq 3df$, $0.01 \leq p \leq 0.05$, $2 \leq \chi^2/df \leq 3$, $0.05 \leq RMSEA \leq 0.08$, $0.05 \leq SRMR \leq 0.10$, $0.90 \leq NFI \leq 0.95$, $0.95 \leq NNFI \leq 0.97$, $0.95 \leq CFI \leq 0.97$, $0.90 \leq GFI \leq 0.95$, $0.85 \leq AGFI \leq 0.90$, $0.90 \leq IFI \leq 0.95$ (Schermelel-Engel vd., 2003, s.52).

karşılaştırıldığında son moda giysileri daha az satın alırım” ile “GY7: Yeni moda giysiyi görmemiş olsam bile satın alma isteği duyarım” ve fiyat duyarlılığından “GH2: Fiyatının yüksek olduğunu düşündüğüm giysiyi satın almaya daha az istek duyarım” ifadeleri modelden çıkarılmış ve modelin uyum değerlerinin; Ki-kare(χ^2)= 369.06, p değeri= 0.211, serbestlik derecesi(sd)= 193, χ^2 /sd= 1.91, RMSEA= 0.063, SRMR= 0.051, NFI= 0.94, NNFI= 0.96, CFI= 0.95, GFI= 0.96, AGFI= 0.91 ve IFI= 0.95'e sahip olduğu görülmüştür. Analiz sonucunda modelde yer kalan değişkenlere ait ifadelerin ortalama, standart sapma, t değerleri, standart katsayıları, R² ve hata varyansları Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Araştırma Modelinde Yer Alan Değişkenlere Ait İfadelerin Aritmetik Ortalama, Standart Sapma, t değeri, Standart Katsayı, R² ve Hata Varyansları

Değişkenler ve İfadeleri	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	t değeri	Standart Katsayılar	R ²	Hata Varyansı
Statü Tüketimi-ST						
ST1: Statümü gösteren giysiye daha fazla öderim.	4.02	0.84	21.34	0.60	0.74	0.18
ST3: Statüm ile ilgili yeni giysilere ilgi duyarım.	3.76	1.00	22.47	0.58	0.71	0.20
ST4: Farklılığımı gösteren giysi benim için daha değerlidir.	4.09	0.73	13.09	0.81	0.86	0.14
Tüketici İlgilenimi-GG						
GG1: Giyime oldukça ilgiliyim.	3.99	1.02	17.85	0.67	0.91	0.12
GG2: Giyim benim için çok önemlidir.	4.05	0.95	18.01	0.66	0.92	0.10
Değişkenler ve İfadeleri	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	t değeri	Standart Katsayılar	R ²	Hata Varyansı
Tüketici Yenilikçiliği-GY						
GY3: Son moda giysi trendlerini bilirim.	3.91	0.79	11.88	0.71	0.85	0.12
GY4: Giysi modacılarını takip ederim.	3.87	0.88	21.63	0.55	0.74	0.26
GY5: Arkadaşımdan önce yeni moda hakkında bilgi edinirim.	3.88	0.83	15.25	0.67	0.82	0.14
GY6: Bir mağazaya yeni gelen kıyafetler satın almak için ilgimi çeker.	4.03	0.73	18.91	0.61	0.91	0.11
Marka Bağlılığı-GB						
GB1: Giysilerimi belirli markalardan satın alırım.	4.11	0.83	15.26	0.69	0.54	0.45
GB2: Giysilerimi sürekli aynı markadan satın alırım.	4.02	0.79	19.56	0.51	0.87	0.15
GB3: Satın almak istediğim markayı buluncaya kadar giyim mağazalarını dolaşırım.	3.99	0.83	19.71	0.52	0.88	0.13
GB4: Giysi satın alırken başka marka daha uygun fiyatlı olsa bile ben gene de sürekli satın aldığım markayı tercih ederim.	4.05	0.99	23.08	0.47	0.61	0.28
Fiyat Duyarlılığı-GH						
GH1: Yeni moda giysilerin dahapahalı olması benim için önemli değildir.	4.01	0.82	11.09	0.61	0.88	0.18
GH3: Yeni bir marka giysiyi satın almak için daha fazla ödemeyi kabul ederim.	3.92	0.88	9.88	0.84	0.91	0.11
GH4: Yeni giysilerin fiyatı genellikle benim için önemlidir.	3.78	0.91	12.37	0.69	0.84	0.22
GH5: Kaliteli giysiye gerçekten çok para ödemeye değer.	4.09	0.79	10.01	0.66	0.8	0.17

Sonuç olarak, statü tüketiminin tüketici ilgileniminin tüketici yenilikçiliği ile marka bağlılığı ve tüketici yeniliğinin de marka bağlılığı üzerinde pozitif etkisi olduğu görülmüştür. Ancak, tüketici yeniliği ile marka bağlılığının ise fiyat duyarlılığı üzerinde negatif etkiye sahiptir. Bu durumda, H₁, H₄, H₅, H₆, H₇ ve H₈ hipotezleri kabul edilmiştir. Araştırma modelinin ve hipotezlerinin özet bilgileri aşağıdaki Tablo 3'de sunulmuştur.

Tablo 3. Modelde Yer Alan Değişkenler Arasındaki İlişkiler

Hipotezler	t değeri	Standart Katsayılar	R ²	Hata Varyansı
H ₁ : Statü tüketimi tüketici ilgilenimini etkilemektedir.	7.52	0.84	0.55	0.45
H ₂ : Tüketici ilgilenimi fiyat duyarlılığını etkilemektedir.	Hipotez red edildi. (t değeri = 1.14)			
H ₃ : Tüketici ilgilenimi tüketici yenilikçiliğini etkilemektedir.	Hipotez red edildi. (t değeri = 0.87)			
H ₄ : Statü tüketimi tüketici yenilikçiliğini etkilemektedir.	5.84	0.69	0.70	0.31
H ₅ : Tüketici yenilikçiliği fiyat duyarlılığını etkilemektedir.	-3.19	-0.20	0.78	0.29
H ₆ : Tüketici Yenilikçiliği marka bağlılığını etkilemektedir.	2.73	0.81	0.61	0.36
H ₇ : Statü tüketimi marka bağlılığını etkilemektedir.	6.72	0.77	0.82	0.24
H ₈ : Marka bağlılığı fiyat duyarlılığını etkilemektedir.	-4.09	-0.21	0.49	0.52

Sonuç ve Tartışma

Statü tüketiminin fiyat duyarlılığı üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla Uşak il merkezinde ikamet eden devlet memurları üzerinde yapılan çalışmada aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir:

- Ankete cevap veren tüketicilerin çoğunluğunun 28-37 yaş aralığında, lisans mezunu, evli, kadın, aylık gelirinin 2601-3900 TL arasında olduğu tespit edilmiştir. Çalışılan bakanlık olarak ilk sırada Milli Eğitim Bakanlığı ikinci sırada ise Sağlık Bakanlığı gelmektedir.
- Öncelikle çalışmada kullanılan statü tüketimi, tüketici ilgilenimi, tüketici yenilikçiliği, marka bağlılığı ve fiyat duyarlılığı ölçeklerinin güvenilirlik katsayıları incelenmiş ve değerlerin 0.788 ve 0.834 ile yüksek seviyede olduğu tespit edilmiştir. Daha sonra bu ölçeklerin örnekleme uygunluğu için doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve statü tüketiminden 4, tüketici ilgileniminden 2, tüketici yeniliğinden 6, marka bağlılığından 4 ve fiyat duyarlılığından 5 ifade yapısal eşitlik modellemesi analizinde kullanılmıştır.
- Borgogno vd. (2015) çalışmalarında statüye önem veren tüketicilerin fiyatı düşük ve statülerinin göstergesi olmayan ürünleri tercih etmedikleri sonucuna varmışlardır. Flynn vd. (2016) ise tüketicinin toplum içerisinde statüsünün göstergesi olan ürünler hakkında bilgili olduklarını ve bu ürünleri satın alırken daha dikkatli olduklarını belirtmişlerdir. Bu çalışmada tüketiciler için statüsülerini gösteren ürünlerin daha değerli ve bu bağlamda bunlara daha fazla ödeyebilecekleri ve ilgilenim düzeylerinin yüksek olduğunu görülmüştür. Borgogno vd. (2015) ve Flynn vd. (2016) yaptıklarına benzer sonuç elde edilmiş yani statü tüketiminin tüketici ilgilenimini etkilediği tespit edilmiştir. Ramirez Goldsmith (2009), tüketicilerin statü göstergesi olan ürünlere ilgileniminin artması ile birlikte moda ve yeniliğin düşük fiyata göre etkisinin daha fazla

olduğunu tespit etmelerine rağmen bu çalışmada tüketici ilgileniminin fiyat duyarlılığı üzerinede etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Benzer şekilde tüketici ilgileniminin de tüketici yenilikçiliğini etkilemediği bulunmuştur.

- Mishra (2015) yeni ürünleri satın alanların, harcanabilir gelirlerinin yüksek ve diğerlerinden farklı olmak istediklerini belirtmektedir. Naehyun vd. (2016), yeni ve farklı ürünleri satın alanların sosyal durumlarının yüksek olduğu sonucuna varmışlardır. u yüksek olanların yeni ve farklı ürünleri satın aldıkları sonucuna varmışlardır. Benzer sonuçlara yakın sonuçlar bu çalışmada da elde edilmiştir. Statü tüketiminin, modayı takip eden ve arkadaşlarından önce yenilikler hakkında bilgili olan tüketicilerin satın alımlarında etkili olduğu tespit edilmiştir.
- Wingfield (2005) video oyun kullanıcıları, Munnukka (2005) mobil hizmet sektöründe ve Hussain ve Rashidi (2015) restoran hizmetleri alanında yaptıkları çalışmalarda yenilik ile fiyat duyarlılığı arasında negatif ilişkiler tespit edilmiştir. Giyim satın alımında statülerine uygun alışveriş yapan tüketicilerinde üzerinde yapılan bu çalışmada yeni ve moda olan ürünlerin için yüksek fiyatın önemli olmadığı sonucu elde edilmiştir. Yapılan teorik araştırmada tüketici yenilikçiliği ve statü tüketiminin marka bağlılığını etkilediği bulunmuştur. Benzer sonuçlar bu çalışmada da elde edilmiştir.
- Wilson (2006) denim ürün grubunda yaptığı çalışmada üniversite öğrencilerinin marka bağlılığı ve fiyat duyarlılığı arasında negatif korelasyon söz konusu olduğunu vurgulamıştır. Lau vd. (2006) giyim sektöründe gençler üzerinde yaptığı çalışmada, marka sadakati ile fiyat duyarlılığı arasında negatif ilişki olduğunu bildirmiş ve fiyat odaklı satın alımlarını gerçekleştiren tüketici için markalar arasında farkın olmadığını belirtmiştir. Statü tüketimine önem verenler üzerinde yapılan bu çalışmada ise marka bağlılığı ile fiyat duyarlılığı arasında negatif ilişki tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile marka sadakati olan tüketicinin satın alımlarında ürünün fiyatına dikkat etmediği söylenebilir.

Araştırma sonuçlarına göre giyim sektöründeki üretici ve aracı işletmelere şu önerilerde bulunulabilir;

- Çalışmanın amacı statü tüketiminin fiyat duyarlılığı üzerindeki etkisini anlamak ve bu ilişkinin nasıl gerçekleştiğine odaklanmaktır. Ayrıca statüye duyulan arzunun tüketicilerin daha fazla ödemesine neden olan sebeplerin derinlemesine incelemektir. Konu hakkında yapılan önceki çalışmaların sonuçlarına göre statüsüne önem veren ve bunu göstermek isteyen tüketiciler için ürün katılımı, yenilikçilik ve marka bağlılığı olmak üzere üç tüketici karakteristiğininde fiyat duyarlılığına aracılık ettiğini göstermiştir. İçgüdüsel alışveriş ve çevresel faktörlerinde statü tüketimi araştırmalarında fiyata olan etkisi incelenebilir.
- Statü tüketimi kendileri için önemli olan tüketicilerin giysi ürün ilgileniminin yüksek olduğu belirlenmiştir. Ürün reklam ve tanıtımında özellikle statüyü vurgulayan reklam karakterlerinin ve temalarının kullanılması ürüne olan ilginin artmasına yardımcı olabilir. Tutundurma çabalarında ürünün sağladığı farklı olma duygusununda öne çıkarılması faydalı olabilir.

- Statü tüketimine önem verenlerin moda odaklı olduğu görülmüştür. Moda konusunda yayın yapan medya araçlarında sosyal konum ve statü simgelerinin kullanılmasının marka ve ürünün tanınırlığı açısından yararlı olabilir.
- Statü tüketimi ve fiyat duyarlılığı arasında yapılan çalışmaların giyim sektöründe yoğunlaştığı görülmektedir. İleride elektronik, iletişim, otomotiv sektörlerinde de benzer çalışmaların yapılmasının konunun daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayabilir.

Kaynakça

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*, New York: Free.
- Alves, H., Ferreira, J. J. & Fernandes, C. I. (2016). Customer's operant resources effects on co-creation activities. *Journal of Innovation and Knowledge*, 1, 69-80.
- Amaldoss, W. & Jain, S. (2005). Conspicuous consumption and sophisticated thinking. *Management Science*, 51(10), 1449-1466.
- Aslay, F., Ünal, S. & Akbulut, Ö. (2013). Materyalizmin statü tüketimi üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(2), 43-62.
- Assael, H. (2004). *Consumer Behavior: A Strategic Approach*, Boston: Houghton Mifflin.
- Barnett, J. M. (2005). Shopping for Gucci on Canal Street: Reflections on status consumption, intellectual property and the incentive thesis. *Virginia Law Review*, 91(6), 1381-1423.
- Bartels, J. & Reinders, M. J. (2011). Consumer innovativeness and its correlates: A propositional inventory for future research. *Journal of Business Research*, 64(6), 601-609.
- Beatty, S. E. & Kahle, L. R. (1988). Alternative hierarchies of the attitude-behavior relationship: The impact of brand commitment and habit. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(Summer), 1-10.
- Bin, G. (2013). A reasoned action perspective of user innovation: Model and empirical test. *Industrial Marketing Management*, 42(4), 608-619.
- Borgogno, M., Favotto, S., Corazzin, M., Cardello, A. V. & Piasentier, E. (2015). The role of product familiarity and consumer involvement on liking and perceptions of fresh meat. *Food Quality and Preference*, 44, 139-147.
- Brockhoff, K. (2003). Customers' perspectives of involvement in new product development. *International Journal of Technology Management*, 26, 464-481.
- Chao, A. & Schor, J.B. (1998). Empirical tests of status consumption: Evidence from women's cosmetics. *Journal of Economic Psychology*, 19(1), 107-131.
- Charles, K.K., Hurst, E. & Roussanov, N. (2009). Conspicuous consumption and race. *Quarterly Journal of Economics*, 124(2), 425-467.

- Chen, J. & Kim, S. (2013). A comparison of Chinese consumers' intentions to purchase luxury fashion brands for self-use and for gifts. *Journal of International Consumer Marketing*, 25, 29-44.
- Clark, R., Zboja, J. & Goldsmith, R. (2007). Status consumption and rolereaxed consumption: a tale of two retail consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 14, 45-59.
- Coopers, P. W. (2012). *South African Retail and Consumer Products Outlook 2012-2016*. PWC, South Africa.
- Cronje, A., Jacobs, B. & Retief, A. (2016). Black urban consumers' status consumption of clothing brands in the emerging South African market. *International Journal of Consumer Studies*, 40, 754-764.
- Dmitrovic, T., Vida, I. & Reardon, J. (2009). Purchase behavior in favor of domestic products in the Western Balkans. *International Business Review*, 18(5), 523-535.
- Dubois, D., Rucker, D. D. & Galinsky, A. D. (2012). Super size me: Product size as a signal of status. *Journal of Consumer Research*, 38(6), 1047-1062.
- Eastman, J. K., Goldsmith, R. E. & Flynn, L. R. (1999). Status consumption in consumer behavior: Scale development and validation. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 7(3), 41-51.
- Eastman, J. K. & Liu, J. (2012). The impact of generational cohorts on status consumption: an exploratory look at generational cohort and demographics on status consumption. *Journal of Consumer Marketing*, 29, 93-102.
- Eastman, J. K. ve Eastman, K. L. (2015). Conceptualizing a model of status consumption theory: An exploration of the antecedents and consequences of the motivation to consume for status. *Psychology & Marketing*, 33(9): 761-776.
- Flynn, L. R., Goldsmith, R. E. & Kim, W. M. (2000). A cross-cultural validation of three new marketing scales for fashion research: Involvement, opinion seeking and knowledge. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 4(2), 110-120.
- Flynn, L. R., Goldsmith, R. E. & Pollitte, W. (2016). Materialism, status consumption and market involved consumers. *Psychology & Marketing*, 33(9), 761-776.
- Fournier, S. (1998). Consumers and their brands: Developing relationship theory in consumer research. *Journal of Consumer Research*, 24(4), 343-373.
- Gabriel, Y. & Lang, T. (2006). *The Unmanageable Consumer*, (2. Baskı), Thousand Oaks, CA: Sage.
- Gao, H., Winterich, K. P. & Zhang, Y. (2016). All that glitters is not gold: How others' status influences the effect of power distance belief on status consumption. *Journal Of Consumer Research*, 43, 265-281.
- Gardyn, R. (2002). Oh, the good life. *American Demographics*, 24(10), 30-35.
- Goldsmith, R. E. & Hofacker, C. F. (1991). Measuring consumer innovativeness. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 19(3), 209-221.

- Goldsmith, R. E., Flynn, L. R. & Eastman, J. K. (1996), Status consumption and fashion behavior: An exploratory study. *in Proceedings of the Association of Marketing Theory and Practice*, 5, 309–316.
- Goldsmith, R. E. & Newell, S. J. (1997). Innovativeness and price sensitivity: Managerial, theoretical and methodological issues. *Journal of Product and Brand Management*, 6(3), 163-174.
- Goldsmith, R. E., Flynn, L. R. & Kim, D. (2010). Status consumption and price sensitivity. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 18(4), 323-338.
- Han, Y. J., Nunes, J. C. & Dreze, X. (2010). Signaling status with luxury goods: The role of brand prominence. *Journal of Marketing*, 74, 15-30.
- Heffetz, O. (2011). A test of conspicuous consumption: visibility and income elasticities. *Review of Economics and Statistics*, 93, 1101-1117.
- Hong, J. C, Lin, P. H. & Hsieh, P. C. (2016). The effect of consumer innovativeness on perceived value and continuance intention to use smartwatch. *Computers in Human Behavior*, 67, 264-272.
- Hussain, S. & Rashidi, M. Z. (2015). Consumer innovativeness leading to innovation adoption. *Pakistan Business Review*, 17(3), 562-580.
- Iyer, R., Eastman, J. K., Sharma, R. W. & Eastman, K. L. (2017). The impact of cognitive age on materialism, status consumption and loyalty proneness on the Indian elderly. *The Marketing Management Journal*, 27(1), 48-62.
- İslamoğlu, A. H. & Alnıaçık, Ü. (2013). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, İstanbul: Beta.
- Kotler, P. (2000). *Pazarlama Yönetimi*. Nejat Muallimoğlu (Çev.). İstanbul: Beta.
- Kwon, Y. & Kwon, K. (2013). Cultural omnivores' consumption: strategic and inclusively exclusive. *International Journal of Marketing Studies*, 5, 118-127.
- Lau, M. M., Chang, M. T., Moon, K. L. & Liu, W.S. (2006). The brand loyalty of sportswear in Hong Kong. *Journal of Textile and Apparel, Technology and Management*, 5(1), 1-13.
- Lertwannawit, A. ve R. Mandhachitara (2012). Interpersonal effects on fashion consciousness and status consumption moderated by materialism in metropolitan men. *Journal of Business Research*, 65, 1408-1416.
- Lin, M. J. J., Tu, Y. C., Chen, D. C., & Huang, C. H. (2013). Customer participation and new product development outcomes: The moderating role of product innovativeness. *Journal of Management & Organization*, 19, 314-337.
- Mann, B. J. S. & Sahni, S. K. (2015). Exploring the drivers of status consumption for the wedding occasion. *International Journal of Market Research*, 57(2), 179-202.
- Minton, E. A., Kahle, L. R., Jiu, T. S. & Tambyah, S. K. (2016). Addressing criticisms of global religion research: A consumption-based exploration of status and materialism, sustainability and volunteering behavior. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 55(2), 365-383.

- Mishra, A. A. (2015). Consumer innovativeness and consumer decision styles: a confirmatory and segmentation analysis. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 25(1), 35-54.
- Mittal, B. & Lee, M. S. (1989). A causal model of consumer involvement. *Journal of Economic Psychology*, 10(3), 363-389.
- Morton, C., Anable, J. & Nelson, J. D. (2016). Exploring consumer preferences towards electric vehicles: The influence of consumer innovativeness. *Research in Transportation Business & Management*, 18, 18-28.
- Mullarkey, G. W. (2001). The influence of brands in the fashion purchasing process. *University of Auckland Business Review*, 3(1), 56-71.
- Munnukka, J. (2005). Dynamics of price sensitivity among mobile service customers. *Journal of Product and Brand Management*, 14(1), 65-73.
- Naehyun, J., Line, N. D & Merkebu, J. (2016). Examining the impact of consumer innovativeness and innovative restaurant image in upscale restaurants. *Cornell Hospitality Quarterly*, 57(3), 268-281.
- Nelissen, R. M. A. & Meijers, R. M. A. (2011). Social benefits of luxury brands as costly signals of wealth and status. *Evolution and Human Behaviour*, 32, 343-355.
- O'Cass, A. & Frost, H. (2002). Status brands: Examining the effects of non-product-related brand associations on status and conspicuous consumption. *Journal of Product and Brand Management*, 11(2), 67-88.
- O'Cass, A. & McEwen, H. (2004). Exploring consumer status and conspicuous consumption. *Journal of Consumer Behaviour*, 4, 25-39.
- Park, H. J. & Rabolt, N. J. (2006). Brand loyalty and price sensitivity: Moderating effect of fashion innovativeness. *paper presented at the International Textile and Apparel Association*, San Antonio, TX, November 1-6.
- Phau, I. & Cheong, E. (2009). How young adult consumers evaluate diffusion brands: Effects of brand loyalty and status consumption. *Journal of International Consumer Marketing*, 21, 109-123.
- Rahbariana, H. & Meshkanib, F. A. (2014). Consumer involvement profiles: An application of consumer involvement in mobile industry. *Management Science Letters*, 4, 617-620.
- Ramirez, E. & Goldsmith, R. E. (2009). Some antecedents of price sensitivity. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 17(3), 199-213.
- Raskovic, M., Ding, Z., Skare, V., Dosen, D. O. & Zabkar, V. (2015). Comparing consumer innovativeness and ethnocentrism of young-adult consumers. *Journal of Business Research*, 69, 3682-3686.
- Roehrich, G. (2004). Consumer innovativeness: Concepts and measurements. *Journal of Business Research*, 57, 671-677.

- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research*, 8, 23-74.
- Schimpfoss, E. (2014). Russia's social upper class: from ostentation to culturedness. *British Journal of Sociology*, 64, 63-81.
- Segal, B. & Podoshen, J. (2013). An examination of materialism, conspicuous consumption and gender differences. *International Journal of Consumer Studies*, 37, 189-198.
- Shukla, P. (2010). Status consumption in cross-national context. Sociopsychological, brand and situational antecedents. *International Marketing Review*, 27, 108-129.
- Sundie, J., Griskevicius, V., Vohs, K., Kendrick, D., Tybur, J. & Beal, D. (2011). Peacocks, Porches and Thorstein Veblen: conspicuous consumption as a sexual signalling system. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100, 664-680.
- Tellis, G. J., Yin, E. & Bell, S. (2009). Global consumer innovativeness: Cross-country differences and demographic commonalities. *Journal of International Marketing*, 17(2), 1-22.
- Tsai, S. (2005). Impact of personal orientation on luxury-brand purchase value: An international investigation. *International Journal of Market Research*, 47(4), 429-454.
- Trigg, A. (2001). Veblen, Bourdieu, and conspicuous consumption. *Journal of Economic Issues*, 35, 99-115.
- Wang, Y. & Griskevicius, V. (2014). Conspicuous consumption, relationships and rivals: Women's luxury products as signals to other women. *Journal of Consumer Research*, 40(February), 834-851.
- Wetlaufer, S. (2001). The perfect paradox of star brands: An interview with Bernard Arnault of LVMH. *Harvard Business Review*, 79(9), 116-123.
- Wilson, A. E. (2006). Brand loyalty as a moderator of the price sensitivity-heavy users relationship. *Society for Marketing Advances*, 104-107.
- Wingfield, N. (2005). You have reached the next level. *Wall Street Journal (November 11)*, W1.
- Xie, X. & Jia, Y. (2016). Consumer involvement in new product development: A case study from the online virtual community. *Psychology & Marketing*, 33(12), 1187-1194.
- Yun, W. & Hira, C. (2012). The effect of fashion innovativeness on consumer's online apparel customization. *International Journal of Organizational Innovation*, 5(2), 263-83.



Türkiye’de Malvarlığına Karşı İşlenen Suçların Mekansal Bağımlılığı

Spatial Dependence of Crimes Against Property in Turkey

Dr. Öğretim Üyesi Özlem Dündar¹ - Prof. Dr. C. Yenal Kesbiç²

Başvuru Tarihi: 26.06.2018

Kabul Tarihi: 09.04.2019

Öz

Suç, insanlık tarihi boyunca her zaman var olmuş ve toplumsal düzeni olumsuz yönde etkilemiştir. Bu nedenle suça yol açan faktörler, suç bilimcilerce araştırılmaktadır. Bu çalışmada ise, suçun ekonomik boyutu araştırılmaktadır. İşsizlik, ücret, enflasyon, kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla ve gelir dağılımındaki adaletsizlik gibi birçok makroekonomik değişkenin çoğunlukla ekonomik nedenlerle işlenen malvarlığına karşı işlenen suçlara etkisi bulunmaktadır. Bu çalışmada Türkiye’nin ikinci düzey istatistikî bölge birimleri (İBBS2) sınıflandırma şekli temel alınarak, işsizlik ile malvarlığına karşı işlenen suçlar arasındaki ilişkinin mekansal bağımlılığının, 2008-2014 dönemine ait yıllık veriler kullanılarak, mekansal panel veri analiziyle belirlenmesi amaçlanmıştır. Analizde Hausman testi sonuçları, sabit etkili mekansal panel modelinin çalışma için en uygun model olduğunu gösterirken, olabilirlik oran testi sonuçları da, mekansal otoregresif (mekansal gecikmeli) modelin çalışma için en uygun model olduğunu göstermiştir. Mekansal otoregresif model ile ulaşılan ampirik bulgular, sınır komşuları olan bölgeler arasında pozitif yönlü mekansal bağımlılığın olduğunu, sınır komşuluğunun malvarlığına karşı işlenen suç türlerini arttırdığı, ayrıca malvarlığına karşı işlenen suçlar üzerinde işsizliğin pozitif yönlü etkisi olduğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Malvarlığına Karşı İşlenen Suçlar, İşsizlik, Mekansal Panel Veri Analizi

¹ Hitit Üniversitesi İİBF, ozlemdundarr@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4750-5669

² Manisa Celal Bayar Üniversitesi İİBF, c.yenalkesbic@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4750-5669

Abstract

Crime has always existed throughout human history and affected the social order in the negative direction. For this reason, factors leading to crime have been investigated by criminologist. In this study, the economic dimension of crime has been investigated. Many macroeconomic variables such as unemployment, wage, inflation, gross domestic product per capita and inequity in income distribution have impact on crimes against property which is committed for mostly economic reasons. In this study, it is aimed to determine spatial dependence of relationship between unemployment and crimes of against property that is based on NUTS2 (Nomenclature of Territorial Units for Statistics Second Level (26 subregions)) regions of Turkey, using annual data for 2008-2014 period by the spatial panel data analysis. In the analysis, while Hausman test result indicate that fixed effect spatial panel model is the most suitable model for the study, likelihood ratio test results also indicates that the spatial autoregressive model (SAR) is the most suitable model for the study. Empirical findings reached by spatial autoregressive model indicates that there is positive direction spatial dependence between contiguity neighbour regions and contiguity neighbour increases the crimes against property, in addition that the effect of unemployment on crimes against property is in the positive direction.

Keywords: *Crimes Against Property, Unemployment, Spatial Panel Data Analysis*

Giriş

Suç ve suçluyu değişik açılardan ve farklı bilim alanlarında uygulanan bilimsel yöntemler ile suç bilimi incelemektedir. Bu nedenle suç bilimi evrensel bir bilim niteliğindedir (Gider, 1961 ve Sokullu-Akıncı, 2002'dan aktaran Dündar, 2017, s. 3). Literatürde suç bilimi ile ilgili suç bilimciler tarafından yapılmış pek çok tanım bulunmaktadır. Suç biliminin geleneksel olarak kabul edilen tanımı, Edwin Sutherland ve Donald Cressey isimli suç bilimciler tarafından yapılmıştır. Sutherland ve Cressey'e göre suç bilimi, "suçun sosyal bir fenomen olarak kabul edildiği bilgi bütünüdür" (Siegel, 1989'den aktaran Dündar, 2017, s. 5-6). Literatürde suç bilimi ile yapılmış pek çok tanım olduğu gibi suçla ilgili de suç bilimciler tarafından yapılmış pek çok tanım bulunmaktadır. Avukat Jerome Michael ve filozof Mortimer Adler'e göre "ceza kanunu tarafından yasaklanan davranışlar" şeklinde yapılan suç tanımı, suçun en çok kabul gören tanımıdır (Beirne ve Messerschmidt, 1991 ve Garofalo, 1957'den aktaran Dündar, 2017, s. 5).

İnsanlık tarihi boyunca her zaman var olan suç, toplumsal düzeni olumsuz yönde etkilemekte, bu nedenle suça neden olan faktörler suç bilimcilerle araştırılmaktadır. Bu çalışmada suçun ekonomik boyutu araştırılmaktadır. Suç türü olarak, çoğunlukla ekonomik nedenlere dayanan malvarlığına karşı işlenen suçlar ele alınmıştır. Malvarlığına karşı işlenen suç türlerinden hırsızlık, yağma ve dolandırıcılık suç türlerinin ağırlıklı olarak ekonomik nedenlerle işlenmesi, mala zarar verme suç türünün ise, ekonomik nedenlerle işlenmesinden ziyade, bu suç türünün işlenmesinin ekonomik sonuçlara yol açması, çalışmada mala zarar verme suçunun analize dahil edilmemesinin temel nedenidir.

Suçun ekonomik boyutunu araştıran çalışmalar incelediğinde ekonomik değişken olarak; işsizlik, kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla, yoksulluk, gelir eşitsizliği, enflasyon gibi değişkenlerin ağırlıklı olarak ele alındığı görülmüştür. Söz konusu değişkenlerden işsizlik değişkeni ile suç arasındaki ilişkinin araştırıldığı yabancı çalışmaların çoğunlukta olduğu, ancak bu çalışmalarda işsizliğin suça etkisinin var olup olmadığı ve işsizlik ile suç arasındaki ilişkinin yönü konusunda net bir sonuca ulaşılmadığı, konuyla ilgili yerli çalışmaların ise, çok az sayıda olduğu söylenebilmektedir.

Bu amaçla çalışmada ağırlıklı olarak ekonomik nedenlere dayanan malvarlığına karşı işlenen suçlar ile ekonomik değişkenlerden işsizlik arasındaki ilişkinin mekansal bağımlılığı, Türkiye'nin ikinci düzey istatistiki bölge birimleri sınıflandırılması temel alınarak, yirmi altı alt bölge için 2008-2014 dönemine ait yıllık veriler kullanılarak, mekansal panel veri analiziyle araştırılmıştır.

Bu çalışma konusuyla ilgili söz konusu analizin, çok az sayıda yabancı çalışmada uygulandığı, Türkiye'de bu konuyla ilgili mekansal panel veri analizinin yer aldığı çalışmalara rastlanmadığı söylenebilmektedir. Analizde bağımsız değişken olarak işsizlik temel değişken olsa da işsizliğin yanı sıra analizde kurulan modeli güçlendirmek adına malvarlığına karşı işlenen suç türlerini etkileyeceği düşünülen kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla değişkeni, eğitim düzeyinin bir göstergesi olarak ortaöğretim okullaşma değişkeni ve sosyal bir değişken olarak alınan göç değişkeni kullanılmıştır. Böylece çalışmada malvarlığına karşı işlenen suç türlerinin, 26 bölge içerisinde birbirine sınır komşusu olan bölgeler arasında yayılma etkisi gösterip göstermediği ve bu suç türlerine başta işsizlik olmak üzere diğer değişkenlerin etkisi araştırılmıştır. Sınır komşuluğunun malvarlığına karşı işlenen suç türlerini arttırdığı yönünde ulaşılan sonuç, bölgesel olarak suçu önlemeye yönelik politikaların geliştirilmesinin büyük önem arz ettiğini ortaya çıkarmıştır.

Çalışmada öncelikle konuyla ilgili yazın taramasına yer verilmiş, bu konuda mekansal panel veri analizinin uygulandığı yabancı çalışmaların bir iki çalışmayla sınırlı olması ve konuyla ilgili söz konusu analizin uygulandığı yerli çalışmanın ise olmaması nedeniyle, malvarlığına karşı işlenen suçlara işsizliğin etkisini araştıran mekansal panel veri analizi dışındaki yöntemlerin uygulandığı çalışmalara da yazın taraması başlığı altında yer verilmiştir. İzleyen aşamada analiz yöntemi ve veri seti açıklanarak, analizle ulaşılan sonuçlara yer verilmiş, son olarak çalışmanın sonuç kısmında analiz sonuçları değerlendirilerek, suçu önlemeye yönelik uygulanabilecek bölgesel politikalar belirlenmiştir.

Yazın Taraması

Malvarlığına karşı işlenen suçlar ile işsizlik arasındaki ilişkiyi araştıran çok sayıda yabancı çalışmada bu ilişkinin yönü açısından fikir birliğine ulaşılmasa da, söz çalışmaların çoğunda pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür. Malvarlığına karşı işlenen suçlar ile işsizlik arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşan çalışmalar arasında; Entorf ve Sieger (2014), Speziale (2014), Aaltonen vd. (2013),Boaitey (2013), Janko ve Popli (2013),Fallahi vd.

(2012),Maddah (2013), Altındağ (2011), Ata (2011), Gillani vd. (2011),Gronqvist (2011), Aksu ve Akkuş (2010), Baharom ve Habibullah (2009), Saridakis ve Spengler (2009), Baharom ve Habibullah (2008), Poutvaara ve Priks (2007), Edmark (2005), Edmark (2003),Melick (2003), Nilsson ve Agell (2003), Carmichael ve Ward (2001), Raphael ve Winter-Ebmer(2001), Elliott ve Ellingworth (1998), Elliott ve Ellingworth (1996), Witt vd. (1998),Elliott ve Ellingworth (1996),Tsushima (1996),Lester (1995) ile Smith vd. (1992)'in çalışmaları yer almaktadır.

Malvarlığına karşı işlenen suçlar ile işsizlik arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşan çalışmalar; Fallahi vd. (2012),Wu ve Wu (2011), Melick (2003), Nilsson ve Agell (2003), Smith vd. (1992) ile Krohn (1976)'un çalışmalarından oluşmaktadır. İşsizliğin malvarlığına karşı işlenen suçlara etkisinin anlamsız olduğu çalışmalar arasında ise, Buonanno vd. (2014) ve Fallahi vd. (2012), Narayan ve Smyth (2004), Edmark (2003), Carmichael ve Ward (2001), Chamlin ve Cochran (2000) ile Young (1993)'in çalışmaları yer almaktadır.

Malvarlığına karşı işlenen suçlara işsizliğin etkisinin, bazı çalışmalarda suç türlerine bazı çalışmalarda ise kullanılan analiz yöntemine göre farklılık arz ettiği görülmüştür. Fallahi vd. (2012), işsizlik oranında meydana gelen değişmelerin otomobil hırsızlığını kısa ya da uzun dönemde negatif etkilediğini, ev hırsızlığını ise, kısa dönemde pozitif yönde etkilerken, uzun dönemde etkilemediğini belirlemiştir. Gillani vd. (2011), işsizliğin hırsızlık, gasp, çete hırsızlığı ve sığır hırsızlığının granger nedeni olduğunu, ev hırsızlığının granger nedeni olmadığını ortaya koymuşlardır. Nilsson ve Agell (2003),işsizlik ve işgücü piyasasında uygulanan programların ev hırsızlığı ve otomobil hırsızlığına etkisinin, basit en küçük kareler yöntemine göre pozitif yönde, iki aşamalı en küçük kareler yöntemine göre ise, negatif yönde olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca işsizlik oranı ile işsizlik oranındaki değişmelerin malvarlığına karşı işlenen suç türlerinden motorlu taşıt hırsızlığı suçuna farklı etkileri olduğu Melick (2003)'in çalışmasında görülmüştür. Melick, işsizlik oranı ile motorlu taşıt hırsızlığı arasında negatif yönlü, işsizlik oranında meydana gelen değişmeler ile motorlu taşıt hırsızlığı arasında ise, pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ileri sürmüştür.

Yazın taramasında malvarlığına karşı işlenen suçların hem toplam olarak ele alındığı hem de bu suç türlerinden hırsızlık, yağma (gasp) ve dolandırıcılık suçlarına yer verildiği görülmüştür. Hırsızlık suçu ise, toplam olarak yer almasının yanı sıra ev hırsızlığı, otomobil hırsızlığı, motorlu taşıt hırsızlığı, çete hırsızlığı ve dükkan hırsızlığı şeklinde yer almıştır. Malvarlığına karşı işlenen suçlarla işsizlik arasındaki ilişkinin araştırıldığı çalışmalarda ekonometrik analiz olarak genellikle panel veri analizi kullanılmıştır. Panel veri analizi dışında analiz yöntemi kullanan çalışmalarda; Fallahi vd. (2012) otoregresif koşullu değişen varyans (ARHC) modelini, Ata (2011), Melick(2003) ile Elliott ve Ellingworth (1998 ve 1996) yatay kesit analizini, Aksu ve Akkuş (2010) sınır testini, Gillani vd. (2011) Johansen eşbütünleşme ve Granger nedensellik testlerini, Chamlin ve Cochran (2000)ardışık bağımlı bütünleşik hareketli ortalama (autoregressive integrated moving average (ARIMA)) yöntemini kullanmışlardır.

Bu konuyla ilgili mekansal panel veri analizinin uygulandığı Lastauskas ve Tatsi (2013) ile Hooghe vd. (2011)'un çalışmaları dışında yabancı çalışmaya rastlanmaması, yerli çalışmanın ise olmaması nedeniyle bu çalışmanın literatüre katkısı olacağı düşünülmektedir. Bu çalışmada bağımsız değişken olarak Lastauskas ve Tatsi (2013) ile Hooghe vd. (2011)'un çalışmalarından farklı olarak alınan göç değişkenine yer verilmiştir. Bu üç çalışma, analiz edilen ülkeler ve dönemler açısından da farklılık göstermektedir. Hooghe vd. (2011) Belçika için 2001-2006 dönemini, Lastauskas ve Tatsi (2013) Almanya için 2009- 2010 dönemini ele alırken, bu çalışmada Türkiye için 2008-2014 dönemi ele alınmıştır.

Ekonometrik Analizde Kullanılan Yöntem ve Veri Seti

Ekonometride yapılan analizlerde yatay kesit verisi, zaman serisi ve panel veri şeklinde üç tür veri kullanılmaktadır. Söz konusu verilerden yatay kesit verisi; ülke, il, ilçe veya bölgeler şeklinde mekanlara ait verilerden oluştuğunda, mekanların konumlarına göre mekanlar arasındaki ilişkiyi belirten, mekansal bağımlılık ve mekansal değişkenlikten oluşan mekansal etkilerin göz ardı edilmesi durumunda, mevcut ekonometrik yöntemlerle elde edilen sonuçlar, etkin olmayan ve yanlış sonuçlar olmaktadır. Bu nedenle mekansal ekonometrik yöntemler geliştirilmiştir. Mekansal ekonometrik yöntemlerin kullanımının yaygınlaşmasıyla, yatay kesit verileri için geçerli olan mekansal modeller ve tahmin yöntemleri panel veriler için de geliştirilmiştir. Bu kapsamda mekansal ekonometri, yatay kesit ve panel verileri için regresyon modellerindeki mekansal etkileşim (otokorelasyon veya bağımlılık) ve mekansal yapıya (heterojenlik veya değişkenlik) göre oluşturulmuş mekansal etki kavramının yer verildiği bir bilim dalı olarak tanımlanmıştır. Uzaklıkların modelleme sürecine dahil edilmesi ile ortaya çıkan etkiler olarak tanımlanan mekansal etki kavramını oluşturan mekansal otokorelasyon (bağımlılık); konumsal benzerlik nedeniyle bu konumlara ait değerlerin benzeşmesi olarak ifade edilirken, mekansal heterojenlik (değişkenlik) ise, sabit olmayan hata varyansındaki veya model katsayılarındaki yapısal istikrarsızlık olarak ifade edilmektedir (Anselin 1988, Anselin 2001, Anselin ve Bera 1998, LeSage ve Pace 2009'den aktaran Dündar, 2017,s. 128-129).

Ekonometride mekansal ardışık bağımlılığı, yani komşuluk ilişkisini ifade etmek için genellikle mekansal ağırlık matrisi tanımlanmaktadır. Bu matrisin elemanları, sınırdaşığa veya uzaklığa bağlı ağırlıklara göre oluşturulmaktadır. Çalışmada, iki konumun ortak bir sınırı paylaşması durumunda komşu olarak ifade edildiği, sınırdaşığa bağlı ağırlıklar temel alınmıştır. Bu ağırlıklara bağlı olarak mekansal ekonometrik model oluşturulmakta ve daha sonra modelin tahmin aşaması gerçekleştirilmektedir (Ord 1975 ve Zeren 2010'den aktaran Dündar, 2017, s. 129).

Türkiye'nin ikinci düzey İBBS'sine (26 alt bölge) göre ceza evi istatistiklerinden yararlanılarak, malvarlığına karşı işlenen suçlar ile işsizlik arasındaki ilişkinin mekansal bağımlılığı, söz konusu bölgeler arasında birbirine sınır komşusu olan bölgelerde malvarlığına karşı işlenen suçların yayılma etkisi ve bu suç türlerine çalışmada kullanılan ana bağımsız değişken olan işsizlik ve diğer

bağımsız değişkenlerin etkisi, mekansal panel veri analiziyle araştırılmıştır. Söz konusu analizle ulaşılan bulgular, stata 14 paket programıyla elde edilmiştir.

Çalışmada malvarlığına karşı işlenen suç türlerinden hırsızlık, dolandırıcılık ve yağma (gasp) suçu ile işsizlik, kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla, ortaöğretim okullaşma düzeyi, alınan göç ile İstanbul ve Ankara bölgesinin kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla değişkenlerinin 2008-2014 dönemine ait yıllık verileri kullanılmış, çalışmada kullanılan değişkenlerin tümüne ait veriler, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) bölgesel istatistiklerden (ikinci düzey İBBS (26 alt bölge)) elde edilmiştir. Söz konusu değişkenlerden kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla, ortaöğretim okullaşma düzeyi, alınan göç ile İstanbul ve Ankara bölgelerinin kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla değişkenleri analizde kolaylık sağlamak amacıyla sırasıyla kbgisyih, okullaşma, algöç, istkbgisyih ve ankkbgisyih olarak kısaltılmıştır.

Çalışmada iktisadi beklentilere uygun olarak hırsızlık, dolandırıcılık ve yağma (gasp) suçları için ekonometrik modeller (mekansalotoregresif modele göre) aşağıdaki şekilde kurulmuştur.

$$\begin{aligned} \ln\text{hırsızlık} &= \rho + \beta_1 \ln\text{işsizlik} - \beta_2 \ln\text{okullaşma} + \beta_3 \ln\text{algöç} + \beta_4 \ln\text{kgisyih} - \beta_5 \ln\text{istkbgisyih} - \beta_6 \ln\text{ankkbgisyih} + u \\ \ln\text{yağma} &= \rho + \beta_1 \ln\text{işsizlik} - \beta_2 \ln\text{okullaşma} + \beta_3 \ln\text{algöç} + \beta_4 \ln\text{kgisyih} - \beta_5 \ln\text{istkbgisyih} - \beta_6 \ln\text{ankkbgisyih} + u \\ \ln\text{dolandırıcılık} &= \rho + \beta_1 \ln\text{işsizlik} - \beta_2 \ln\text{okullaşma} + \beta_3 \ln\text{algöç} - \beta_4 \ln\text{kgisyih} + u \end{aligned}$$

Analizde kullanılan değişkenlerin TÜİK tarafından yapılmış ölçüm ve tanımlamaları şu şekilde yapılmıştır: malvarlığına karşı işlenen suç türlerinden hırsızlık, dolandırıcılık ve yağma (gasp) suçuna ait bölgesel veriler, bu suç türlerinden bir bölgedeki ceza evine giren hükümlü sayısını; bölge bazında ilköğretim düzeyinde okullaşma oranı, bir bölgedeki ilköğretim çağındaki nüfusun içerisindeki ilköğretim seviyesinde eğitim alanların oranını; bölge bazında alınan göç, bir bölgeye diğer bölgelerden gelen göç miktarını; bölge bazında kişi başına GSYİH, bölgesel gayrisafi katma değere vergilerin eklenmesi ve sübvansiyonların çıkarılmasıyla bulunan cari fiyatlarla bölgesel gayrisafi yurtiçi hâsılanın yıl ortası bölge nüfus tahminine bölünmesi ile bulunan değeri; İstanbul ve Ankara bölgesi için kişi başına GSYİH, bölge bazında kişi başına GSYİH hesaplamasının İstanbul ve Ankara bölgesi için hesaplanan değerlerini ifade etmektedir. Yine TÜİK'e göre işsizler, referans dönemi içinde istihdam halinde olmayan (kar karşılığı, yevmiyeli, ücretli ya da ücretsiz olarak hiçbir işte çalışmamış ve böyle bir iş ile bağlantısı da olmayan) kişilerden iş aramak için son üç ay içinde iş arama kanallarından en az birini kullanmış ve 15 gün içinde işbaşı yapabilecek durumda olan kurumsal olmayan çalışma çağındaki tüm kişilerdir. Bölge bazında işsizlik oranı ise, bir bölgedeki işsiz nüfusun işgücü içindeki oranını ifade etmektedir.

Ekonometrik Analiz ile Ulaşılan Sonuçlar

Çalışmada öncelikle birimlerarası farklılığı modele dahil etmek için kullanılan iki modelden rassal etki modellerini sabit etki modellerine karşı test etmek amacıyla Hausman testi kullanılmıştır. Söz konusu test sonucunda³rassal etkiler modeli geçerlidir şeklindeki H_0 hipotezi

³ Hausman test sonucuna göre; ki-kare 566.67 olasılık değeri 0.0000

reddedilerek (0.05 ten küçük olasılık değeri olması nedeniyle), sabit etkiler modelinin geçerli olduğu kabul edilmiştir. İzleyen aşamada 26 alt bölge içerisinde birbirine sınır komşusu olan bölgeler arasında mekansal bağımlılığın olup olmadığı, mekansal regresyon modellerine göre olabilirlik oran (LikelihoodRatio (LR)) testi ile araştırılmıştır. Çalışmada mekansal regresyon modelleri olarak, mekansal otoregresif model (spatialautoregressive model (SAR)), mekansal hata modeli (spatialerror model (SEM)) ve mekansal Durbin modeli (Spatial Durbin Model (SDM)) kullanılmıştır.⁴

Söz konusu modellerin sonuçları değerlendirildiğinde SAR modelinin; malvarlığına karşı işlenen üç suç türünün (hırsızlık, dolandırıcılık ve yağma) LR testi sonuçlarına göre, birbirine sınır komşusu olan bölgeler arasında mekansal bağımlılığın olduğunun belirlenmesi (mekansal katsayıların olasılık değerinin (Rho:0.000) 0.05 ten küçük olması nedeniyle mekansal bağımlılık yoktur şeklindeki H_0 hipotezi reddedilmekte) ve çalışmada kullanılan bağımsız değişkenlerin katsayılarının işaretlerinin beklenen yönde olması açısından, çalışma için en uygun model olduğuna karar verilmiştir. SEM modelinin hırsızlık, yağma ve dolandırıcılık suçu için LR testi sonuçlarına göre⁵, birbirine sınır komşusu olan bölgeler arasında mekansal bağımlılığın olmadığı belirlenmesi (mekansal katsayıların olasılık değerinin (lambda hırsızlık, yağma ve dolandırıcılık: 0.417, 0.155, 0.257) 0.05 ten büyük olması nedeniyle mekansal bağımlılık yoktur şeklindeki H_0 hipotezi kabul edilmekte) nedeniyle söz konusu model yerine klasik OLS yönteminin sonuçlarının daha etkin olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. SDM modelinin; hırsızlık, yağma ve dolandırıcılık suçu için LR testi sonuçlarına göre ise⁶, birbirine sınır komşusu olan bölgeler arasında mekansal bağımlılığın olduğu belirlense de (mekansal katsayıların olasılık değerinin (Rho:0.000) 0.05 ten küçük olması nedeniyle mekansal bağımlılık yoktur şeklindeki H_0 hipotezi reddedilmekte), çalışmada kullanılan bağımsız değişkenlerin katsayılarının işaretlerinin literatürde belirtilen yönde olmadığı görülmüştür.

Çalışma için en uygun model olduğu görülen SAR modelinin hırsızlık, yağma ve dolandırıcılık suçlarının her birine ait tahmin sonuçlarının yer aldığı aşağıdaki tabloda Moran I, Geary GC, Getis-Ords GO, LM Lag Anselin ve LM Lag Robust testlerinin sonuçlarına da yer verilmiştir. Söz konusu test sonuçlarına göre hata terimleri arasında otokorelasyonun var olduğu, model açısından bakıldığında ise, mekansal bağımlılığın olduğu görülmektedir.

Hırsızlık, yağma ve dolandırıcılık suçlarına ait SAR modelleri, ölçek sapması giderilerek değişkenlere ait verilerin normal dağılıma yaklaştırılması ve katsayıların yorumlanmasında kolaylık sağlanması amacıyla, tam logaritmik olarak oluşturulmuştur. Analizde kullanım kolaylığı olması amacıyla, ortaöğretim okullaşma değişkeni okullaşma, alınan göç değişkeni algöç, kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla değişkeni kbgisyih ve kukla değişken olan İstanbul

⁴ SAR modellerine ait tahmin sonuçlarının verildiği tablodaparentez içerisindeki değerler z tablo değerlerini göstermektedir. SAR modeline ait Moran I, Geary GC, Getis-Ords GO, LM LagAnselin ve LM LagRobust testlerinin sonuçlarının verildiği tablolardaki parentez içerisindeki değerler ise, olasılık değerlerini vermektedir.

⁵ SEM modeli sonuçlarına, sınır komşusu olan bölgeler arasında mekansal bağımlılığın olmadığı belirlenmesi nedeniyle çalışmanın ekler kısmında yer verilmiştir.

⁶ SDM modeli sonuçlarına, modelde yer alan bağımsız değişkenlerin katsayılarının işaretlerinin literatürde belirtilen yönde olmaması nedeniyle çalışmanın ekler kısmında yer verilmiştir.

bölgesi için kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla istkbgisyih ve yine kukla değişken olan Ankara bölgesi için kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla ankkbgisyih şeklinde kısaltılarak kullanılmıştır.

Hırsızlık, yağma ve dolandırıcılık suç türlerinin SAR modellerinin sonuçlarına göre sınır komşusu olan bölgeler arasında mekansal bağımlılığın olduğu kabul edilmektedir. Her üç suç türü için de rho katsayısının işaretinin pozitif olması; birbirine sınır komşusu olan bölgelerden birinde hırsızlık, yağma ve dolandırıcılık suçlarında görülecek artışın, bu bölgeye sınır komşusu olan diğer bölgelerin hırsızlık, yağma ve dolandırıcılık suçlarında artış oluşturduğu anlamına gelmektedir. Bir başka deyişle üç suç türü, sınır komşusu olan bölgeler arasında yayılma etkisi göstermektedir.

Aşağıdaki tabloda görülen hırsızlık suçunun SAR modellerinin sonuçlarına göre çalışmada kullanılan bağımsız değişkenlerden ana değişken olan işsizlik değişkeni ile birlikte alınan göç ve kbgisyih değişkenlerinin hırsızlık suçunu, istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde pozitif yönde etkilediği, söz konusu değişkenlerde görülen %1 oranında bir artışın mekansal etkilere bağlı olarak hırsızlık suçunda (işsizlik %0.39, algöç %0.80, kbgisyih %1.82 oranında) bir artışa yol açacağı söylenebilmektedir. Ortaöğretim okullaşma değişkeninin ise, hırsızlık suçunu istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde negatif yönde etkilediği, ortaöğretim okullaşma değişkeninde görülen %1 oranında bir artışın, hırsızlık suçunda (0.98 oranında) azalma meydana getirdiği görülmektedir. Kbgisyih değişkenin katsayı işaretinin beklenen yönde olması görülmüştür. Bu durumun, Türkiye'nin ikinci düzey İBBS'sinde yer alan 26 alt bölgenin kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla değerlerinde önemli oranda farklılık olmasından kaynaklandığı düşünülerek, analize kbgisyih değerleri sırasıyla en yüksek olan İstanbul ve Ankara bölgelerinin kbgisyih'leri kukla değişken olarak dahil edilmiş, bu durumda söz konusu iki bölgenin kbgisyih değişkenlerinin katsayı işaretlerinin beklenildiği gibi istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde negatif yönde olduğu görülmüştür.

Tablo 1. Sar Model Sonuçları

	Hırsızlık Suçunun SAR Modeli Sonuçları	Yağma Suçunun SAR Modeli Sonuçları	Dolandırıcılık Suçunun SAR Modeli Sonuçları
Katsayılar Değişkenler	Katsayılar	Katsayılar	Katsayılar
rho	0.0238933 (4.26)*	0.039154 (4.83)*	0.0550396 (7.73)*
işsizlik β_1	0.386102 (2.97)*	0.4156302 (2.82)*	1.056672 (5.69)*
okullaşma β_2	-0.9894684 (-2.94)*	-1.223383 (-3.22)*	-0.050338 (-0.09)
algöç β_3	0.8050591 (5.45)*	0.830761 (4.97)*	1.634549 (10.47)*
kbgisyih β_4	1.825924 (8.11)*	1.987625 (7.69)*	-1.001762 (-3.33)*
istkbgisyih β_5	-0.0691969 (-2.18)**	-0.0170832 (-0.47)	-
ankkbgisyih β_6	-0.1169605 (-4.83)*	-0.0843395 (-3.08)*	-
Gözlem sayısı n:26 t:7	LR Test SAR vs. OLS (Rho=0): 18.1159 Olasılık Değeri: 0.0000	LR Test SAR vs. OLS (Rho=0): 23.2838 Olasılık Değeri: 0.0000	LR Test SAR vs. OLS (Rho=0): 59.7528 Olasılık Değeri: 0.0000
Testler	Test İstatistik Değeri	Test İstatistik Değeri	Test İstatistik Değeri
Moran I	0.9059 (0.0000)*	0.5811 (0.0000)*	0.8031 (0.0000)*
Geary GC	0.1276 (0.0000)*	0.4213 (0.0000)*	0.1609 (0.0000)*
Getis-Ords GO	-3.8327 (0.0000)*	-2.4585 (0.0000)*	-3.3975 (0.0000)*
LM Lag (Anselin)	22.5745 (0.0000)*	28.2769 (0.0000)*	51.9695 (0.0000)*
LM Lag (Robust)	3.7931 (0.0515)***	5.8255 (0.0158)**	2.0833 (0.1489)**

*,** ve *** sırasıyla %1,%5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılıkları ifade etmektedir.

Yukarıda tabloda görülen yağma suçunun SAR modeli sonuçları değerlendirildiğinde, işsizlik değişkeni ile birlikte alınan göç ve kbgisyih değişkenlerinin yağma suçunu istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde pozitif yönde etkilediği, söz konusu değişkenlerde meydana gelen % 1 oranında artışın yağma suçunda (işsizlik %0.41, algöç %0.83, kbgisyih %1.98 oranında) artış oluşturacağı bulgusuna ulaşılmıştır. Ortaöğretim okullaşma değişkeninin ise, yağma suçunu negatif yönde etkilediği, ortaöğretim okullaşma değişkeninde görülen bir artışın, yağma suçunda azalma meydana getirdiği görülmektedir. Hırsızlık suçunun SAR modeli sonuçlarında olduğu gibi yağma suçu için de kbgisyih değişkeninin katsayı işaretinin beklenen yönde olmadığı görülmüştür. Bu durumun, yukarıda hırsızlık suçu için açıklandığı üzere Türkiye'nin ikinci düzey İBBS'sinde yer alan 26 alt bölgenin kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla değerlerinde

önemli oranda farklılık olmasından kaynaklandığı düşünülerek, analize kbgisyih değerleri sırasıyla en yüksek olan İstanbul ve Ankara bölgelerinin kbgisyih'leri kukla değişken olarak dahil edilmiş, bu durumda söz konusu iki bölgenin kbgisyih değişkenlerinin katsayı işaretlerinin beklenildiği gibi negatif yönde olduğu görülmüştür. Ancak, söz konusu kukla değişkenlerden İstanbul'un kbgisyih'sinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür. Bu durumda İstanbul bölgesinde yağma suçunun işlenmesinde kbgisyih'nin etkisinin olmadığı, söz konusu suç türünün işlenmesinde kbgisyih dışında ekonomik faktörlerin ya da sosyal veya psikolojik faktörlerin etkili olduğu söylenebilir. İstanbul'un en fazla göç alan bölge olduğu ve alınan göç değişkeninin yağma suçunu pozitif yönde etkilediği göz önüne alındığında, göç sonucu bu bölgeye gelen bireylerin işsizlik ve metropol bir şehirde yaşam koşullarına uyum sağlayamama gibi sorunlarla karşılaştıklarında psikolojik faktörlerin de etkisiyle "şiddet veya tehdit yoluyla yasa dışı olarak bir kişinin değerli eşyalarını almaya kalkışma ya da alma" şeklinde tanımlanan bu suç türünü işleyebilecekleri düşünülebilir.

Yukarıdaki tabloda görülen dolandırıcılık suçunun SAR modeli sonuçları değerlendirildiğinde, işsizlik ve alınan göç değişkenlerinin dolandırıcılık suçunu istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde pozitif yönde etkilediği, bu değişkenlerde görülen %1 oranında bir artışın dolandırıcılık suçunda (işsizlik %1.05 oranında, algöç %1.63 oranında) bir artış oluşturduğu söylenebilmektedir. Ortaöğretim okullaşma değişkeninin dolandırıcılık suçunu negatif yönde etkilediği, ortaöğretim okullaşma değişkeninde görülen %1 oranında bir artışın, dolandırıcılık suçunda %0.05 oranında bir azalma meydana getirdiği söylenebilmektedir. Ancak, söz konusu değişkenin dolandırıcılık suçuna etkisinin (0.930 olasılık değeri) istatistiksel olarak anlamsız olduğu da görülmektedir. Lise eğitim seviyesi ya da daha yüksek eğitim seviyesinde olan bireylerin de dolandırıcılık suçunu işleyebildikleri göz önüne alındığında, dolandırıcılık suçunun işlenmesinde ortaöğretim seviyesinde okullaşmanın etkisinin olmadığı kabul edilebilir. Kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla değişkeninin de dolandırıcılık suçunu istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde negatif yönde etkilediği, bu değişkende görülen %1 artışın dolandırıcılık suçunda % 1.002 oranında azalış oluşturduğu söylenebilmektedir. Hırsızlık ve yağma suçlarının SAR modellerindeki kbgisyih değişkeninin katsayılarının işaretlerinden farklı olarak, dolandırıcılık suçunun kbgisyih değişkeninin katsayı işaretinin beklenildiği gibi negatif yönde olduğu görülmüştür. Bu nedenle analize, hırsızlık ve yağma suçlarının SAR modellerinde olduğu gibi kbgisyih değerleri sırasıyla en yüksek olan İstanbul ve Ankara bölgelerinin kbgisyih'leri kukla değişken olarak dahil edilmemiştir.

Sonuç

Analize dahil olan 26 alt bölge içerisinde Doğu'da yer alan bölgeler ile Batı'da yer alan bölgeler arasında ekonomik ve sosyal olarak önemli boyutta farklılıklar olsa da birbirine sınır komşusu olan bölgeler arasında önemli derecede ekonomik ve sosyal farklılıklar bulunmamakta, bu nedenle işlenme nedeni ağırlıklı olarak ekonomik faktörlere dayanan malvarlığına karşı işlenen suç türleri açısından söz konusu bölgeler birbirinden etkilenmektedir (bknz, ek 3). Bölgelerin birbirinden etkilenmesinin bölgelerin ekonomisine ve dolayısıyla ülke ekonomisine olumlu

etkisi olduğu göz önünde bulundurulduğunda, politika yapanların bölgelerarası etkileşimi arttırıcı politikalar geliştirmesi gerekmektedir.

Ancak, analiz sonucunda sınır komşusu olan bölgeler arasında malvarlığına karşı işlenen suçların yayılma etkisi gösterdiği ortaya çıkmıştır. Bu durumda suçun sınır komşusu bölgeler arasında yayılmasını önlenmek amacıyla, bölgesel kalkınmanın sağlanmasına önem verilmeli, suçluları yakalama ve cezalandırma amacıyla kolluk, adliye ve cezaevlerinin oluşturulması şeklinde bölgesel önlemler alınmalıdır. Suçun sınır komşusu olan bölgeler arasında yayılmasını önlemeye yönelik ortaya çıkan maliyetlerde kullanılan kaynakların istihdam oluşturmak amacıyla kullanılabileceği de göz önünde bulundurulmalıdır.

Analiz sonuçlarına göre malvarlığına karşı işlenen suç türlerinden hırsızlık, yağma ve dolandırıcılık suçlarına işsizliğin pozitif yönde etkisi olduğu belirlenmiş, söz konusu sonucun literatürün büyük çoğunluğunda ulaşılan sonuçlarla uyumlu bir sonuç olduğu görülmüştür. Bu durumda Türkiye’de işsizliğin yüksek oranda olduğu bölgelerde iş sahaları açmaya yönelik yatırımlar yapılmalıdır. Böylece, işsiz bireylerin iş sahalarının kendi buldukları bölgelere göre daha yüksek olduğu bölgelere göçü engellenmiş olmakta, göç nedeniyle artan nüfus karşısında iş alanlarının yetersiz kalması sonucu oluşan işsizliğin, malvarlığına karşı işlenen suç oranlarını arttırması da önlenmiş olmaktadır.

Analiz sonuçları dikkate alındığında, malvarlığına karşı işlenen suçları azaltmak için bu suç türlerini etkileyen işsizlik dışında kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla, alınan göç miktarı ve ortaöğretim okullaşma değişkenlerine yönelik bölgesel önlemler de alınmalıdır.

Kırsaldan kentlere yönelik yapılan göçler sonucunda kentlerde, aşırı nüfus artışıyla birlikte işsizlik dışında sağlık, eğitim, konut ve alt yapı yetersizlikleri ile çarpık kentleşme gibi sorunlar da görülmektedir. Bu durumda işlenme nedeni ağırlıklı olarak ekonomik nedenlere dayanan malvarlığına karşı işlenen suçlarda artış meydana gelmektedir. Bu bağlamda kırsal alanlardan kentlere yönelik yapılan göç miktarını azaltmak için; kırsal bölgelerde işsizlik sorununun azaltılması, yatırımların, eğitim, sağlık ve alt yapı hizmetlerinin arttırılması, tarıma dayalı sanayi alanları ve ahır hayvancılığının geliştirilmesi, metropol kentlerdeki olanakların kırsal alanlarda da olmasına özen gösterilmesi şeklinde politikalar geliştirilmelidir.

Bölgeler arasındaki eğitim seviyesi farklılığını gidermek için özellikle kırsal alanlarda yaşayanların eğitim seviyesinin yükseltilmesi, bu alanlarda yoksa eğitim kurumlarının açılması varsa da sayısının arttırılması gerekmektedir. Eğitim seviyesini arttırabilmek için eğitim, devlet ve özel kuruluşlar tarafından verilen burslarla desteklenmeli, maddi imkansızlıklar nedeniyle alınamayan eğitimin önüne geçilmelidir.

Bölgelerarasındaki kbgisyih değerlerindeki farklılık giderilmeli, kbgisyih'si düşük olan bölgelerin kbgisyih'si arttırılmalı, bu doğrultuda iktisat politikaları gerçekleştirilmeli, söz konusu bölgelerde mal ve hizmet üretimini arttırmaya yönelik yatırımlar yapılmalıdır.

Özetle, Türkiye'nin 26 alt bölgesinde sosyo ekonomik açıdan görülen bölgelerarası farklılıkların giderilmesi yönünde politikalar geliştirilmelidir. Söz konusu bölgelerin bu yönde gelişmesiyle, ekonomik nedenlerle işlenen malvarlığına karşı işlenen suçlar azalacak, böylece sınır komşuluğunun malvarlığına karşı işlenen suçlara pozitif yönde etkisi, sınır komşusu olan bölgelerden birinde malvarlığına karşı işlenen suç oranlarındaki azalmanın, diğer bölgelerdeki malvarlığına karşı işlenen suç oranlarını azaltması şeklinde kendini gösterecektir.

Bu çalışmada suçun ekonomik boyutu ele alınarak, çoğunlukla ekonomik nedenlerle işlenen malvarlığına karşı işlenen suçların Türkiye'nin 26 alt bölgesinde yayılma etkisi göstermesi temel alınmış, malvarlığına karşı işlenen suçlara ekonomik ve sosyal değişkenlerin etkisi belirlenmiştir. Ekonomik değişkenlerden özellikle işsizlik değişkeni baz alınsa da, modeli güçlendirmek adına sosyal değişkenlere de analizde yer verilmiştir. Ancak bu suç türlerine ekonomik faktörlerin yanı sıra, sosyolojik, psikolojik, biyolojik ve bireysel faktörlerin etkisi olabileceği düşünüldüğünde, bu çalışmanın malvarlığına karşı işlenen suçların yayılma etkisini açıklamadaki kapsamı sınırlı kabul edilebilir. Yakın gelecekte söz konusu suç türlerinin mekansal bağımlılığının suç teorilerine göre analiz edileceği bir çalışma yapılması mümkündür. Böyle bir çalışma malvarlığına karşı işlenen suçların ekonomik boyut dışında hangi yönlerden araştırılması gerektiğini ortaya çıkarabilecek, suçla ilgili çalışma yapacak olan çeşitli bilim alanlarındaki araştırmacılara yol gösterici nitelikte olabilecektir.

Kaynakça

- Aaltonen, M., Macdonald, J. M., Martikainen, P. & Kivivuori, J. (2013). Examining the Generality of the Unemployment Crime Association *Amerikan Society of Criminology*, 51(3), 561-594.
- Aksu, H. & Akkuş, Y. (2010). Türkiye'de mala karşı suçların sosyoekonomik belirleyicileri üzerine bir deneme: sınır testi yaklaşımı (1970- 2007). *Sosyoekonomi*1/ 100110, 191-214.
- Altındağ, D. T. (2011). Crime and Unemployment: Evidence from Europe. *Auburn University Department of Economics Working Paper Series*,1-45.
- Anselin, L. (2001). A Companion to Theoretical Econometrics. Baltagi, B. H. (ed.), *Spatial Econometrics* içinde (s. 311-329), Blackwell.
- Anselin, L. (1988). *Spatial Econometrics: Methods and Models*. Dordrecht: Kluwer Academic.
- Anselin, L. & Bera, A. K. (1998). Spatial Dependence in Linear Regression Models with an Introduction to Spatial Econometrics. Aman Ullah & David Evan Albert Gilles (ed.), *Handbook of Applied Economic Statistics* içinde (s. 237-289). New York: Marcel Dekker.

- Ata, Y. A. (2011). Ücretler, İşsizlik ve Suç Arasındaki İlişki: Yatay-Kesit Analizi. *Çalışma ve Toplum*, 4, 113-134.
- Baharom, A. H. & Habibullah, S. M. (2009). Income, Unemployment and Crime: Panel Data Analysis on Selected European Countries. *9th Global Conference on Business Economics*: 1-11.
- Baharom, A. H. & Habibullah, S. M. (2008). Is Crime Cointegrated with Income and Unemployment?: A Panel Data Analysis on Selected European Countries. *Munich Personal Repec Archive*: 1- 10.
- Beirne, P. & Messerschmidt, J. (1991). *Criminology*. Philadelphia: Harcourt Brace Jovanovich College.
- Boaitey, A. (2013). Crime and Unemployment in Turbulent Times: A Canadian Perspective. *Research Gate*, 1-18.
- Buonanno, P., Drago, F. & Galbiati, R. (2014). Response of crime to unemployment: An international comparison. *Journal of Contemporary Criminal Justice*, 30, 29-40.
- Carmichael, F. & Ward, R. (2001). Male unemployment and crime in England and Wales. *Economics Letters*, 73, 111-115.
- Chamlin, M. B. & Cochran, J. K. (2000). Unemployment, economic theory, and property crime: A note on measurement. *Journal of Quantitative Criminology*, 16(4), 443-455.
- Dündar, Ö. (2017). *Malvarlığına Karşı İşlenen Suçlar ile İşsizlik Arasındaki İlişkinin Mekansal Bağımlılığı: Türkiye Üzerine Bir Uygulama*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Manisa Celal Bayar Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Edmark, K. (2003). The effects of unemployment on property crime: evidence from a period of unusually large swings in the business cycle. *Working Paper Series*, 14, 1-27.
- Edmark, K. (2005). Unemployment and crime: is there a connection? *Journal of Economics*, 107(2), 353-373.
- Elliott, C. & Ellingworth, D. (1998). Exploring the relationship between unemployment and property crime. *Applied Economics Letters*, 5(8), 527-530.
- Elliott, C. & Ellingworth, D. (1996). The relationship between unemployment and crime a cross-sectional analysis employing the British crime survey 1992. *International Journal of Manpower*, 17(6/7), 81-88.
- Entorf, H. & Sieger, P. (2014). Does the Link Between Unemployment and Crime Depend on the Crime Level? A Quantile Regression Approach. *Forschungsinstitut Zur Zukunft der Arbeit Institute for the Study of Labor*, Discussion Paper No: 8334, 2- 32.
- Fallahi, F., Pourtaghi, H. & Rodriguez, G. (2012). The Unemployment Rate, Unemployment Volatility and Crime. *International Journal of Social Economics*, 39(6) 440-448.

- Garofalo, R. B. (1957). *Criminologia Suç, Suçlu ve Ceza*. Muhittin Göklü(Çev.). İstanbul: Nurgök.
- Gider, H. (1961). *Genel Kriminoloji ve Adalet Psikolojisi*. Ankara: Devrim.
- Gillani, S. Y. M., Khan, R. E. A. & Gill, A. R. (2011). Unemployment and property crimes in Pakistan. *Asian Economic and Financial Review*, 1(3) 125-135.
- Gronqvist, H. (2011). Youth Unemployment and Crime: New Lessons Exploring Longitudinal Register Data. *Swedish Institute for Social Research*. Working Paper No:7, 1- 37.
- Hooghe, M., Vanhoutte, B., Hardyns, W. & Bircan, T. (2011). Unemployment, inequality, poverty and crime spatial distribution patterns of criminal acts in Belgium, 2001–06. *Brit. J. Criminol*, 51,1-20.
- Janko, Z. & Popli G. (2013). Examining the Link Between Crime and Unemployment: A Time Series Analysis for Canada. *Sheffield Economic Research*, Paper Series SERP Number 201300, 2- 20.
- Krohn, M. D. (1976). Inequality, unemployment and crime: A cross-national analysis. *The Sociological Quarterly*, 17(3), 303-313.
- Lastauskas, P. & Tatsi, E. (2013). Spatial Nexus in Crime and Unemployment in Times of Crisis: Evidence from Germany. *University of Cambridge Cambridge Working Papers in Economics*, 1-50.
- Lesage, J. P. & Pace, R. K. (2009). *Introduction to Spatial Econometrics*. United States of America: Taylor & Francis Group CRC.
- Lester, B. Y. (1995). Property crime and unemployment: A new perspective. *Applied Economics Letters*, 2(5) 159-162.
- Maddah, M. (2013). An empirical analysis of the relationship between unemployment and theft crimes. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 3(1), 50-53.
- Melick, M. D. (2003). The relationship between crime and unemployment. *The Park Place Economist Article* 13 11, 1, 30-36.
- Narayan, P. K. & Smyth, R. (2004). Crime rates, male youth unemployment and real income in australia: evidence from granger causality tests. *Applied Economics*. 36, 2079–2095.
- Nilsson, A. & Agell, J. (2003). Crime, Unemployment and Labor Market Programs in Turbulent Times. *IFAU- Institute For Labour Market Policy Evaluation*, Working Paper No: 14, 1-31.
- Ord, J. K. (1975). Estimation Methods for Models of Spatial Interaction. *Journal of The American Statistical Association*, 70(349), 120-126.

- Poutvaara, P. & Priks, M. (2007). Unemployment and Gang Crime: Can Prosperity Backfire? *Forschungsinstitut Zur Zukunft der Arbeit Institute for the Study of Labor*. Discussion Paper No: 2710, 2-15.
- Raphael, S. & Winter-Ebmer, R.(2001). Identifying the effect of unemployment on crime. *Journal of Law and Economics*, 44(1) 259-283.
- Saridakis, G. & Spengler, H. (2009). Crime, Deterrence and Unemployment in Greece: A Panel Data Approach. *Deutsches Institut für Wirtschaftsfor schung*, Discussion Papers: 853, 2-9.
- Siegel, L. J. (1989). *Criminology*. San Francisco: West.
- Smith, D. M., Devine, J. A. & Sheley, J. F. (1992). Crime and unemployment: Effects across age and race categories. *Sociological Perspective*. 35(4) 551-572.
- Sokullu, A. F. (2002). *Kriminoloji*. İstanbul: Beta.
- Speziale, N. (2014). Does unemployment increase crime? Evidence from Italian provinces. *Applied Economics Letters*, 21(15), 1083-1089.
- Tsushima, M. (1996). Economic structure and crime: The case of Japan. *The Journal of Socio Economics*. 25(4), 497-515.
- Young, T. J. (1993). Unemployment and property crime: Not a simple relationship. *American Journal of Economics and Sociology*. 52(4), 413-415.
- Zeren, F. (2010). Mekansal Etkileşim Analizi. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, 12, 18-39.
- Witt, R., Clarke, A. & Fielding, N. (1998). Crime, earnings inequality and unemployment in England and Wales. *Applied Economics Letters*, 5(4), 265-267.
- Wu, D. & Wu, Z. (2011). Crime, inequality and unemployment in England and Wales. *Applied Economics*, 44(29), 1- 28.

EKLER

Ek 1. SEM Sonuçları

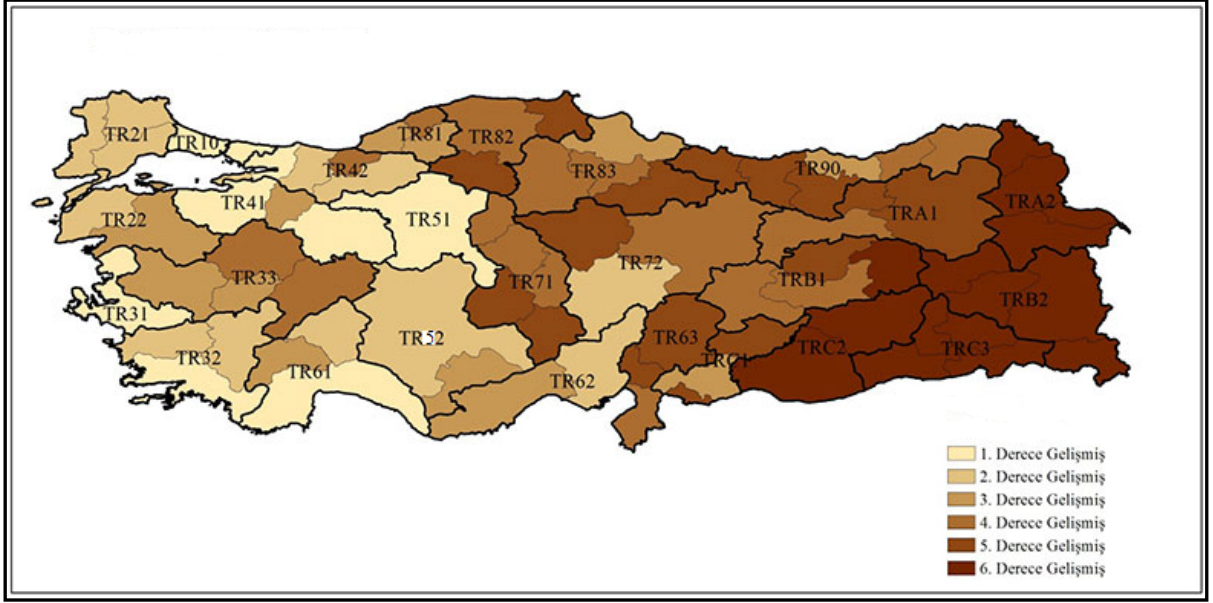
	HIRSIZLIK SUÇUNUN SEM MODELI SONUÇLARI	YAĞMA SUÇUNUN SEM MODELI SONUÇLARI	DOLANDIRICILIK SUÇUNUN SEM MODELI SONUÇLARI
Katsayılar	Katsayılar	Katsayılar	Katsayılar
Değişkenler			
lambda	-0.0015796 (-0.81)	-0.0026711 (-1.42)	0.0071832 (1.13)
işsizlik	0.3138619 (2.29)**	0.3402985 (2.17)**	0.492368 (2.10)**
okullaşma	-0.9110959 (-2.55)**	-1.253375 (-3.07)*	2.977827 (5.35)*
algöç	0.8346214 (5.37)*	0.8264544 (4.63)*	1.939773 (9.32)*
kbgsyih	1.915558 (7.86)*	2.280616 (8.19)*	-2.066994 (-5.35)*
istkbgsyih	-0.1032095 (-3.20)*	-0.0601408 (-1.62)	-
ankkbgsyih	-0.1147513 (-4.30)*	-0.0957184 (-3.15)*	-
Gözlem sayısı (n): 182	LR Test SEM vs. OLS (Lambda=0): 0.6576 Olasılık Değeri: 0.4174	LR Test SEM vs. OLS (Lambda=0): 2.0247 Olasılık Değeri: 0.1548	LR Test SEM vs. OLS (Lambda=0): 1.2844 Olasılık Değeri: 0.2571

, ** ve * sırasıyla %1, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılıkları ifade etmektedir.

EK 2. SDM Sonuçları

	HIRSIZLIK SUÇUNUN SDM MODELI SONUÇLARI	YAĞMA SUÇUNUN SDM MODELI SONUÇLARI	DOLANDIRICILIK SUÇUNUN SDM MODELI SONUÇLARI
Katsayılar Değişkenler	Katsayılar	Katsayılar	Katsayılar
rho	0.1285346 (10.19)*	0.1088814 (7.24)*	0.1498104 (14.49)*
işsizlik	0.2638215 (2.57)*	0.2572919 (1.89)***	0.0161503 (0.10)
okullaşma	-0.7982716 (-2.91)*	-1.122402 (-3.10)*	0.5395226 (1.31)
algöç	0.8134108 (8.07)*	0.7794361 (5.83)*	1.606839 (12.18)*
kbgseyih	1.465006 (6.49)*	2.028102 (6.81)*	-0.5619739 (-1.86)***
istkbgseyih	-0.0842028 (-3.59)*	-0.0561826 (-1.82)***	-
ankkbgseyih	-0.0786616 (-4.12)*	-0.0679825 (-2.73)*	-
wxişsizlik	0.1482499 (0.84)*	0.2236363 (3.32)*	0.0693941 (0.91)
wxokullaşma	0.0910212 (2.88)	-0.0010281 (-0.01)	0.4817956 (2.86)*
wxalgöç	-0.154667 (-2.88)*	-0.1543915 (-2.22)**	-0.0304684 (-0.40)
wxkbgseyih	0.0322275 (0.43)	0.0867311 (0.89)	-0.262427 (-2.39)**
wxistkbgseyih	-0.0549785 (-4.13)*	-0.0731579 (-4.14)*	-
wxankkbgseyih	-0.0379654 (-5.25)*	-0.0464882 (-4.85)*	-
Gözlem sayısı (n): 182	LR Test SDM vs. OLS (Rho=0): 103.8398 Olasılık Değeri: 0.0000	LR Test SDM vs. OLS (Rho=0): 52.3490 Olasılık Değeri: 0.0000	LR Test SDM vs. OLS (Rho=0): 210.0439 Olasılık Değeri: 0.0000

*, ** ve *** sırasıyla %1, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılıkları ifade etmektedir

Ek 3. Türkiye İkinci Düzey İBBS (26 Alt Bölge)

Türkiye'nin ikinci düzey İBBS'si (26 alt bölge) harita üzerinde kodlarla gösterilmiştir. Bu kodlardan; TR10 İstanbul, TR21 Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli, TR22 Balıkesir ve Çanakkale, TR31 İzmir, TR32 Aydın, Denizli ve Muğla, TR33 Manisa, Afyon, Kütahya ve Uşak, TR41 Bursa, Eskişehir ve Bilecik, TR42 Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu ve Yalova, TR51 Ankara, TR52 Konya ve Karaman, TR61 Antalya, Isparta ve Burdur, TR62 Adana ve Mersin, TR63 Hatay, Kahramanmaraş ve Osmaniye, TR71 Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir ve Kırşehir, TR72 Kayseri, Sivas ve Yozgat, TR81 Zonguldak, Karabük ve Bartın, TR82 Kastamonu, Çankırı ve Sinop, TR83 Samsun, Tokat, Çorum ve Amasya, TR90 Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin ve Gümüşhane, TRA1 Erzurum, Erzincan ve Bayburt, TRA2 Ağrı, Kars, Iğdır ve Ardahan, TRB1 Malatya, Elazığ, Bingöl ve Tunceli, TRB2 Van, Muş, Bitlis ve Hakkari, TRC1 Gaziantep, Adıyaman ve Kilis, TRC2 Şanlıurfa ve Diyarbakır, TRC3 ise, Mardin, Batman, Şırnak ve Siirt'i göstermektedir.

Ek 3'te yer alan haritada bölgelerin gelişmişlik dereceleri altı derecede (altı farklı renkle) gösterilmiştir. Bölgelerin gelişmişlik dereceleri dikkate alındığında, Türkiye'nin 26 alt bölgesi içerisinde birbirine sınır komşusu olan bölgelerin bölgesel gelişmişlik düzeylerinin birbirine yakın olduğu görülmektedir. Bu durumda sınır komşu olan bölgelerin ekonomik ve sosyal özelliklerinin birbirine benzediği ve bu bölgelerin birbirinden etkilendikleri söylenebilmektedir. Böylece ağırlıklı olarak ekonomik nedenlerle işlenen malvarlığına karşı işlenen suçların sınır komşusu olan bölgeler arasında yayılma etkisi göstermesi, beklenen bir durumdur.



Mao Zedong'un Kült Liderlik Propagandasında Kullanılan Posterlerin Göstergebilimsel Analizi

The Semiotics Analysis of Posters Used in Mao Zedong's Cult Leadership Propaganda

Caner Çakır¹

Başvuru Tarihi: 10.04.2019

Kabul Tarihi: 01.05.2019

Öz

Mao Zedong, 1949 yılında Çin'de milliyetçi lider Çan Kay Şek'i iç savaşta yenerek Komünizm ideolojisi altında Çin Halk Cumhuriyeti kurmuştu. Mao'nun ülke yönetimini ele geçirmesinden sonra Çin propagandası Mao'yu ülke genelinde kült lider olarak inşa etmeye başlamıştı. Böylece Mao'nun kurduğu rejiminin ülkede sağlam temellere oturması amaçlanmıştı. Mao'nun kült liderlik propagandasında dönemin kitle iletişim araçları yoğun bir şekilde kullanılmıştı. Dönemin en etkili kitle iletişim araçlarından biri olan posterlerden de Mao'nun kült liderlik propagandasında etkin bir şekilde yararlanılmıştı. Bu çalışmada Çin propagandası tarafından Mao'nun kült liderlik inşasında posterleri nasıl ve ne yönde kullandığı ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu amaçla çalışma kapsamında amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen 8 propaganda posterleri, nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz metodu kullanılarak incelenmiştir. Çalışmada belirlenen Çin propagandasına ait posterler Fransız dilbilimci Roland Barthes'in göstergebilim kavramları ışığında analiz edilmiştir. Çalışma elde edilen bulgular ışığında, Çin propaganda posterlerinde Mao'nun Çin Halk Cumhuriyeti'nin ekonomik refahının artmasında, sosyal adaletin sağlanması ve iç huzurun sağlanmasında temel aktör olarak inşa edildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kült Liderlik, Propaganda, Mao, Poster, Göstergebilim

Abstract

Mao Zedong founded the People's Republic of China under the Communism ideology, defeating the nationalist leader Chiang Kai-Shek in the civil war in 1949. After Mao came to power in the country, the Chinese propaganda began to build Mao as a cult leader throughout the country. Thus, Mao's regime was intended to ensure its legitimacy. In Mao's cult leadership propaganda, the mass media tools of that period were used extensively. The posters, one of the most influential mass media tools in that time, were effectively used in Mao's cult leadership propaganda. In this

¹ İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi, caner.caki@inonu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9091-5957

study, it was tried to find out how and in what way the posters were used in Mao's cult leadership construction by Chinese propaganda. For this purpose, 8 propaganda posters, which were determined by using purposive sampling method, were examined by using semiotic analysis method in qualitative research methods. In the study, Chinese propaganda posters were analyzed in the context of semiotics concepts of the French linguist Roland Barthes. In light of the findings obtained, it was concluded that Mao was constructed as the main actor in increasing the economic prosperity, ensuring social justice and ensuring inner peace of the People's Republic of China in Chinese propaganda posters.

Keywords: *Cult Leadership, Propaganda, Mao, Poster, Semiotics*

Giriş

20. yüzyılda Komünizm, Nazizm ve Faşizm ideolojileri altında yönetilen ülkelerde propaganda yoluyla Vladimir Lenin, Adolf Hitler, Benito Mussolini gibi devlet adamları kitleler karşında kült liderler olarak inşa edilmeye çalışılmıştır. Kült liderlik propagandası özellikle Komünizm ideolojisi altında yönetilen ülkelerde sıklıkla görülmektedir. Bu ülkelerin başında da Çin Halk Cumhuriyeti gelmektedir. Çin Halk Cumhuriyeti'nin kuruluşundan itibaren ülkede Çin Komünist Partisi lideri Mao Zedong'un kült liderlik propagandası hakim olmaktadır. Komünizm ideolojisinde kitlelere ilk kült lider olarak sunulan kişi Lenin olmuştu (Tumarkin, 1997, s.3). Mao da, Çin'de Lenin kültüne benzer bir şekilde kült lider olarak inşa edilmişti. Mao'nun portreleri ülkenin dört bir yanına asılmakta, resimleri paraları ve posta pullarını süslemekte, devrimleri ders kitaplarında yer almakta, heykelleri şehirlerin en görkemli alanlarına konulmaktadır. Mao'nun Çin kamuoyunda kült lider olarak inşa edilmesinde kitle iletişim araçları etkili bir şekilde kullanılmıştır. Özellikle Mao'nun iktidarı döneminde (1949-1976) ülkedeki en etkili kitle iletişim araçlarından biri olan posterlerden kült liderlik propagandasında etkili bir şekilde yararlanılmıştır. Mao'nun kült liderlik propagandası 1976 yılında ölümünden sonra da sürmüş, Çin halkının Mao'nun öğretileri doğrultusunda yaşamalarını sürdürmeleri telkin edilmeye devam etmiştir. Mao kültü, günümüzde Çin Halk Cumhuriyeti'nde hala etkisini sürdürmektedir.

Türkiye'de son yıllarda kült liderlik propagandası üzerine alanda önemli akademik çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Bunlar içerisinde; Çakı (2018a), "Adolf Hitler'in Kült Lider İnşasında Kullanılan Propaganda Posterlerinin Göstergibilimsel Analizi" adlı çalışmada eski Alman Devlet Başkanı Adolf Hitler'in kült liderlik propagandasında posterler üzerinden ne şekilde sunulduğunu analiz etmiştir. Çalışmada elde edilen bulgularda, posterlerde Hitler olmadan Almanya'nın büyük bir devlet olamayacağı üzerinde durulduğu ve bu nedenle Hitler'in emirlerinin Alman kamuoyunda tartışmasız kabul edilmesi için çalışıldığı ortaya konulmuştur. Çakı (2018b), "Komünizm İdeolojisinde Kült Lider Olgusu: Berlin'in Düşüşü Propaganda Filmi'nin Alımlama Analizi" adlı çalışmada eski Sovyet Devlet Başkanı Joseph Stalin'in kült liderlik propagandasında kullanılan Berlin'in Düşüşü filmi üzerine alımlama analizi yapmıştır. Çalışma sonucunda Sovyet lider Stalin'in kült liderlik propagandasında genel olarak gri ve kara propagandadan yararlandığı sonucuna ulaşılmıştır. Gazi vd. (2018a), "İkinci Dünya Savaşı'nda

Sovyet Kült Lider Propagandasında Vladimir Lenin ve Joseph Stalin'in Sunumu" adlı çalışmada Sovyet liderleri Lenin ve Stalin'in kült liderlik propagandasındaki sunumları posterler üzerinden incelemiştir. Çalışmada Lenin'in kült liderlik propagandası üzerinden Stalin'in kült lider olarak inşa edilmeye çalışıldığı sonucuna varılmıştır. Karaca (2018), "İtalyan Propagandasında Kült Lider Olgusu: Il Duce Benito Mussolini" adlı çalışmada eski İtalyan başbakanı Benito Mussoli'nin propaganda posterlerinde kült lider olarak nasıl inşa edildiği ele almıştır. Çalışma sonucunda İtalyan propaganda posterlerinde İtalyan halkının Mussolini'ye kayıtsız şartsız bağlı olduğu mitinin inşa edildiği, aynı zamanda Mussolini liderliğinde İtalya'nın Roma İmparatorluğu'ndaki gibi büyük bir imparatorluk olacağı algısının meydana getirildiği ortaya çıkarılmıştır. Çakı ve Gülada (2018) "Duvar Resimleri Üzerinden Kült Liderlik Propagandası: Irak Devlet Başkanı Saddam Hüseyin Üzerine İnceleme" adlı çalışmada da eski Irak devlet başkanı Saddam Hüseyin'in kült liderlik inşasında duvar resimlerinin propaganda amaçlı nasıl kullanıldığını analiz etmiştir. Elde edilen bulgularda, posterlerde Irak'ın geçmişteki zaferlerinin Saddam ile tekrar kazanılacağına yönelik bir algının inşa edildiği ve Saddam'ın ulusal kahraman olarak sunulduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Türkiye'de ulusal akademik çalışmalar içerisinde yapılan literatür taraması sonucunda, Çin örnekleme özelinde kült liderlik propagandası ile ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Çalışma kapsamında Mao'nun kült liderlik inşasında propaganda disiplininin ne şekilde yararlandığı açıklanmaya çalışılmıştır.

Kült Liderlik Propagandasına Genel Bakış

Propaganda, bir ideal, düşünce, fikir veya ideolojiyi kaynaktan alıcıya tek yönlü bir iletişim çerçevesinde kitle iletişim araçlarından yararlanarak, kitlelere kabul ettirmeyi ve beraberinde kitleleri harekete geçirmeyi amaçlayan ikna odaklı bir iletişim biçimidir (Çakı, 2018c, s.16). Propaganda kavramı diğer bir tanımla, kitlelerin fikirlerini manipüle etme, algılarını şekillendirme ve propagandacı tarafından arzulanan bir niyet üzerine tepki oluşturmayı amaçlayan kasıtlı ve sistematik bir girişimi ifade etmektedir (Jowett ve O'donnell, 2014, s.7). 20. yüzyılda farklı ideolojik söylemler dünyada etkili olmaya başlamıştı (Zorlu vd., 2017, s.69). Bu süreçte siyasal propaganda kavramı ideolojilerin dünyaya hakim olmaya başladığı dönemde ön plana çıkmıştı (Çakı, 2018d, s. 79). Nitekim Komünizm, Faşizm ve Nazizm gibi farklı ideolojilere sahip partilerin iktidarı yakalamalarında propaganda önemli bir rol oynamıştır (Domenach, 2003, s.15). Çünkü propaganda kitlelerin belirli bir ideolojiyi kabul etmesinde ve o ideolojinin öğretileri doğrultusunda hareket etmesinde önemli bir araç olarak kullanılabilir (Stanley, 2018, s.27-28). Diğer yandan propagandanın demokratik olmayan ülkelerde daha etkili olduğu söylenebilmektedir. Özellikle tek partili sistemlerin olduğu ülkelerde propaganda, kitlelerin kontrol altında tutulmasında önemli bir araç olmaktadır (Aziz, 2007, s.15). Propagandanın tarihi insanlık tarihi kadar eskidir. Buna karşın 20. yüzyılda propaganda disiplini tarihte hiç olmadığı kadar etkili bir şekilde kullanılmıştır. Yine bu yüzyılda kült liderlik propagandası da önem kazanmaya başlamıştır.

Kült olmak bir kavramın, nesnenin veya bir kişinin kitleler nezdinde popülerlik kazanması ve belirli bir dönem onun hakkında konuşulmasını ifade etmektedir. Kült haline getirilen kavram üzerinde kitlelerin hayranlığının veya sevgi gösterisinin ön plana çıkarılması amaçlanmaktadır.

Kült kavramındaki hayranlık kimi zaman tapınmaya kadar ileri gidebilmektedir. Liderlik kültürü veya diğer bir kullanımıyla kültür liderlik ise bir liderin veya devlet başkanının kahraman veya efsanevi bir kişilik olarak kitleler nezdinde inşa edilmesini ifade etmektedir. Kültür liderlik ya da kişilik kültürü ise siyasi bir liderin propaganda yoluyla övülmesi ve kitlelere efsanevi bir kahraman olarak sunulmasıdır. Kültür liderler, kitlelerin hayatlarında tamamen yönlendirici bir etkiye sahiptir. Kültür liderlerin hâkim olduğu yerlerde bireyler görüşlerini ortaya koyamazlar, kendi başlarına karar alamazlar (Schwartz, 1983, s.171). Kültür liderlik propagandası da liderin, kültür lider olarak inşa edilmesi amacıyla yapılan propaganda faaliyetlerini ifade etmektedir. Kültür liderlik propagandası okullardaki müfredattan, kamu mimarisine kadar oldukça geniş bir olguyu temsil etmektedir (Gundle vd., 2015, s.2). Kültür liderlik propagandasında lidere ait resim ve fotoğrafların sürekli olarak ön plana çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu nedenle lidere ait resim ve fotoğraflar, resmi dairelerde, paralarda, pullarda, posterlerde, afişlerde ve kartpostallarda sık sık kullanılmaktadır. Benzer şekilde şehirlerin en görkemli meydanlarında liderlerin farklı açılardan heykellerine yer verilmektedir. Bu şekilde kitlelerin sürekli olarak liderler ile temas halinde olması istenmektedir. Diğer yandan okullardan hastanelere, fabrikalardan hapishanelere kadar pek çok farklı resmi kurumun duvarına liderlerin slogan haline getirilen sözleri yazılmaktadır. Liderin hayatı, iktidara gelişi, kazandığı zaferler ve devrimler ders kitaplarına konu edilmekte, böylece daha çocukluk dönemlerinde kitlelerin kültür lideri tanımaları ve ona hayranlık beslemeleri amaçlanmaktadır.

Kültür liderlik propagandasında, lider yaşayan efsanevi bir kişilik olarak kitlelere sunulmaktadır. İktidardaki egemen güçler tarafından yapılan propagandada kültür liderin, hayatını yalnızca halkına adadığı, kişisel zevklerden uzak, halkının mutluluğu için sürekli olarak çalıştığı algısının oluşturulması amaçlanmaktadır (Gill, 1980, s.167). Bu şekilde kitlelere; kültür liderlerin halkı için en doğru karar alan kişiler olduğu, diğer insanların kültür liderler kadar doğru karar veremeyeceği ve bu yüzden kitlelerin kültür liderin kararlarına doğrudan uymaları gerektiği aktarılmaktadır. Kültür lider olarak inşa edilen liderin aldığı kararların kitleler tarafından sorgulanması, eleştirilmesi ve hatta yorumlanmasının bile önüne geçilmesi amaçlanmaktadır. Bu yolla iktidarın meşruiyetinin güçlendirilmesi hedeflenmektedir.

Kültür lider olarak inşa edilen devlet başkanları, kendi rejimlerine ait öğretileri veya ideolojik söylemleri topluma dikte ettirmede önemli bir avantaj elde edebilmektedir. Bu açıdan kültür liderlik propagandasının kitleler üzerinde kontrol kurulmasında önemli bir araç olduğu söylenebilmektedir (Goldberg, 1997, s.72). Kültür liderlik, yalnızca liderin değil mevcut rejimin de meşruiyetinin sağlanması amacıyla kullanılabilir. Çünkü liderin savunduğu ideolojinin ülke yönetiminde uygulanabilecek olan en doğru idare biçimi olduğu düşüncesi kitlelere arasında hakim olmaktadır. Böylece kitleler, ideolojinin kendilerine telkin ettiği fikirleri benimseyerek hareket etmekte ve liderlerine duydukları güven ve sadakati ideolojiye yönelik de gösterebilmektedir (Koch, 2016, s.337-338). Kültür liderlik kimi zaman ülke içerisinde bağımsız şekilde oluşabilirken, kimi zaman da başka ülkelerin etkisinde kalınabilmektedir. Örneğin Kuzey Kore lideri Kim İl-sung'un kültür liderliği iktidarının ilk dönemlerinde Stalin'in etkisi altında kalmış, buna karşın ilerleyen dönemde Kim İl-sung Kuzey Kore'de tamamen bağımsız kendi kültür liderliğini inşa etmiştir (Tertitskiy, 2015, s.209). Benzer şekilde Çin Halk Cumhuriyeti lideri Mao Zedong'un kültür liderlik propagandası iktidarının ilk yıllarında Stalin'in

etkisi altında kalmış, buna karşın ilerleyen süreçte Çin propagandası tarafından tamamen Mao'ya özgü "Mao kültürü" inşa edilmeye çalışılmıştır. Mao kültürünün inşası dünya tarihindeki en etkili kült liderlik propagandalarından birinin sonucu olarak meydana gelmiştir.

Mao Zedong 'un Kült Liderlik Propagandası

20. yüzyıldan kült liderlik propagandasının en sık kullanıldığı ülkelerin başında Sovyetler Birliği gelmiştir. Sovyetler Birliği'nde ilk kült liderlik propagandası, Sovyetler Birliği'nin kurucusu Vladimir Lenin'e yönelik yapılmıştır. Sovyetler Birliği, Lenin'den sonra yönetime gelen Joseph Stalin için de yoğun bir kült liderlik propagandasına girişmiştir. Stalin'in ölümünden sonra Sovyetler Birliği'nin başına geçen Nikita Kruşçev, Lenin kültürünün devam etmesine izin vermiş, buna karşın Stalin'e yönelik uygulamış olduğu sert muhalefet nedeniyle Stalin kültürünün ülke genelinde sürmesine izin vermemiştir. Böylece Lenin kültürü Sovyetler Birliği'nin 1991 yılında yıkılmasına kadar kullanılan en etkili kült liderliği olmuştur. Günümüzde ise Rusya'da kült liderlik propagandasının doğrudan Vladimir Putin üzerine yoğunlaştığı görülmektedir (Sperling, 2016, s.13). Sovyetler Birliği'nde uygulanan kült liderlik propagandası Komünizm ideolojisi ile yönetilen diğer ülkeleri de etkisi altına almıştı. Bu ülkelerden biri de Çin Halk Cumhuriyeti olmuştur.

Mao'nun liderliğindeki Çinli komünistler, 1949 yılında milliyetçi lider Çan Kay Şek'i yenilgiye uğratmış ve 1 Ekim 1949 tarihinde Çin Halk Cumhuriyeti'nin kurulduğunu ilan etmişti. Çan Kay Şek liderliğindeki milliyetçiler de Çin'i terk ederek, Tayvan'da kendi devletlerini kurmuştu (Mcmahon, 2013, s.58-59). Mao, Çin'de yönetimi tamamen ele geçirmesine karşın, Tayvan'da bulunan Çan Kay Şek ile sürekli olarak rekabet içerisinde olmuştur. Diğer yandan Mao'nun iktidarı sırasında farklı kanallardan Mao'nun yönetimini eleştiren gruplar da olmuştur. Yaşanan tüm bu süreç Mao'nun dünyanın en kalabalık ülkesi olan Çin Halk Cumhuriyeti'ndeki meşruiyet sorununu da beraberinde getirmişti. Çin yönetimi, ülke genelinde Mao kültürünü inşa ederek, Mao'nun baş rakibi Çan Kay Şek'in karşı propagandasını ortadan kaldırmayı amaçlamıştı. Nitekim Tayvan'da Çan Kay Şek'in yoğun şekilde kült liderlik propagandası yapılmakta, Çan Kay Şek'in şerefine sokaklara ismi verilmekte, hayatı ders kitaplarına konu edilmekte ve kimi zaman kendisine doğrudan insanüstü güç ve bilgelik atfedilmekteydi (Taylor, 2006, s.97). Mao, Çin İç Savaşı'nı kazanması nedeniyle Çin halkının kurtarıcısı olarak sunulmakta, liderliği altında ülkede uygulanan devrimlerin Çin'i müreffeh bir devlet yapacağı kitlelere aktarılmaktaydı.

Çin yönetimi tarafından, Mao'nun kült liderlik propagandasında görseller etkili bir şekilde kullanılmaktaydı. Ülkenin dört bir yanında Mao'ya ait portreler asılmaktaydı. Mao'nun portreleri diğer ülke devlet başkanlarının portrelerinin aksine yalnızca resmi dairelere değil, evlere, iş yerlerine asılmakta hatta araçların içine bile yerleştirilmekteydi. Böylece Çin halkının sürekli olarak Mao'yu hatırlamaları ve onun öğretilerini takip etmeleri telkin edilmekteydi. Mao'nun görselleri aynı zamanda Çin paralarını da süslemekteydi. Bu aşamada Mao'nun farklı bağlamlar içerisinde resim ve fotoğraflarına yer verilmekte, Mao'nun kültürü farklı açılardan Çin halkına sunulmaktaydı (Lago, 1999, s.49). Çin propagandasının Mao kültürü konusunda özenle durduğu bir diğer konu heykellerdi. Mao'nun heykelleri Çin'de kitlelerin en yoğun olduğu alanlara dikilmişti. Bunlardan en bilineni Çin Halk Cumhuriyeti'nin başkenti Pekin'deki

Tiananmen Meydanı'nda bulunan Mao heykelidir. Mao'nun heykeli günümüzde hala bu meydana bulunmaktadır (Priestland, 2017, s.15). Mao kültü çerçevesinde Mao'nun düşüncelerinin kitleler tarafından öğrenilebilmesi amacı ile de "Mao Zedong Düşüncesi" adlı eser oluşturulmuş ve Çin halkının bu kitabı okuması teşvik edilmişti (Priestland, 2017, s.282). Böylece Çin propagandası, kitlelerin Mao'yu daha iyi tanıyabilmelerini, yalnızca Mao'nun düşünceleri altında hareket etmelerini ve farklı liderlerin kitaplarındaki farklı ideolojik söylemlerin etkisi altında kalmamalarını amaçlanmıştır.

Mao, ülkesinde tüm yetkileri elinde bulunduran kimi zaman sert önlemler alabilen bir liderdi (Kissinger, 2010, s.705). Çin propagandası tarafından Mao kültürünün inşa edilmesi ile Mao'nun ülkedeki otoritesi de daha da güç kazanmıştı. Mao'nun kült liderliği, Mao'nun Çin içerisinde Komünizm ideolojisinin öncüsü olmasının da bir temsili olarak yansıtılmaktaydı. Bu şekilde Çin halkının Sovyet liderlerinin etkisi altında kalması engellenerek Komünizm ideolojisinin doğrudan Çin içerisinde Mao ile özdeşleştirilmesi amaçlanmaktaydı. Diğer bir deyişle Mao ve onun düşüncesi, Marksizm-Leninizm'in soyut teorilerinin Çin gerçeklikleriyle başarılı bir şekilde birleştirilmesinde sembol olarak hizmet etmişti. Bu yolla Çin halkı üzerindeki kontrolün Sovyet liderleri Stalin veya Kruşçev kültü üzerinde yoğunlaşması engellenmekteydi (Leese, 2007, s.627). Mao, iktidara geldiği dönemde yoğun olarak Çin'in Sovyetler Birliği ile yakın ilişki içerisine girmesini sağlamıştı. Bu aşamada Stalin'in Mao'nun politikalarında önemli bir rolü bulunmaktaydı.

Mao ve Stalin'in kült liderliği çok farklı koşullar altında oluşmuştu (Paltiel, 1983, s.49). Buna karşın kült liderlik kavramı, 1950'li yıllarda yaşanan Çin-Sovyet anlaşmazlığının evriminde önemli bir rol oynamıştı. Kruşçev'in, 1956'da parti kongresindeki konuşmasında Stalin'i resmi olarak kınanması, Stalin kültürünün ülke genelinde telafisi zor bir şekilde zarar görmesine neden olmuştu. Kruşçev'in Stalin ile ilgili açıklamaları Komünist dünyasının bütününde şok dalgaları oluşturmuş ve etkileri günümüzde de hala belirgin şekilde hissedilmisti (Melnick, 1976, s.129). Sovyetler Birliği'nde Stalin kültürünün zarar görmesi, Çin'de Mao kültürünün daha etkili olabileceği bir ortamı şekillendirmişti. Bu süreçte Mao kültürünün Stalin'in ölümden sonra yalnızca Çin sınırlarında değil, uluslararası komünist hareketin içerisinde de etkili olması teşvik edilmişti. Mao, Stalin'in ölümden sonra komünist hareketin en saygın ve deneyimli temsilcisi olarak ön plana çıkarılmaya çalışılmış ve Mao'ya yönelik saygı ve hayranlığın duyulması amaçlanmıştır. Nitekim Mao, Kruşçev'in iktidarında Sovyetler Birliği'ni devrimin ruhundan uzaklaşmakla suçlamıştı. Mao'ya göre Çin gerçek devrim ülkesini temsil etmekteydi (McMahon, 2013, s.101-102). Mao'nun Kruşçev karşıtı açıklamaları, iki dost ve müttefik ülke olan Çin ve Sovyetler Birliği'nin farklı çizgilere doğru yönelmesine yol açmıştı. Bu süreç beraberinde Mao kültürünün tamamen bağımsız bir nitelik kazanmasını sağlamıştı.

Çin propagandası Mao'yu Çin halkı nezdinde yüceltmeyi ve bu yolla Mao'nun liderliğinin meşruluğunu sağlamayı amaçlamıştı (Leese, 2011, s.38; Landsberger, 1996, s.196). Böylece Çin Halk Cumhuriyeti tarihinde, Mao Zedong partiyi ve ülkeyi yönetmek için bir kişilik kültürünü kullanan ilk ve potansiyel olarak son lider olmuştu (Luqiu, 2016, s.291). Çünkü Mao'dan sonra gelen Çinli liderler Mao kültürünün korunmasını ve ülke genelinde sürmesini sağlamıştı. Bu nedenle Mao'nun kült liderlik propagandası, Mao'nun ölümünden sonra da devam etmişti. Bu

şekilde Çin halkının Mao'ya olan sevgi ve saygısının sürdürülmesi hedeflenmişti. Diğer yandan Mao'nun öğretileri, Mao kültürü ile birlikte ölümünden sonra da ülkede hakim olmaya devam etmişti (Barmé, 2016, s.14).

Metodoloji

Çalışmanın Amacı

Çin Halk Cumhuriyeti'nde Mao'nun kültür liderlik propagandasında kullanılan posterlerde Mao'nun nasıl ve ne şekilde sunulduğunu ortaya koymak çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu yolla Mao özelinde kültür liderlik propagandasında posterlerin rolünün açıklanması amaçlanmıştır.

Çalışmanın Önemi

Çalışma;

- Çin Halk Cumhuriyeti dönemindeki propaganda faaliyetleri hakkında bilgi vermesi,
- Mao'nun kültür liderlik propagandasında posterlerin rolünü ortaya çıkarması,
- Mao'nun kültür lider olarak sunumunda hangi mitlerin inşa edildiğini açıklaması,
- kültür liderlik ve propaganda kavramları arasındaki ilişkiyi göstermesi bakımından önem taşımaktadır.

Çalışmanın Evreni ve Örneklemi

Çin Halk Cumhuriyeti'nde Mao'nun kültür liderlik propagandasında kullanılan tüm posterler çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Buna karşın tüm posterlere ulaşmanın güçlüğünden dolayı çalışmada örneklem kullanılmıştır. Bu yolla çalışma kapsamında amaçlı örneklem metodu kullanılarak Uluslararası Sosyal Tarih Enstitüsü'nden (ISSH) seçilen sekiz propaganda posterleri çalışmanın örnekleme olarak belirlenmiştir (ISSH, 2019).

Çalışmanın Sınırlılıkları

Çalışmada Mao'nun kültür liderlik propagandasında posterlerin ne şekilde kullanıldığını ortaya koymak için yalnızca sekiz posterin analiz edilmesi ve elde edilen bulgular kapsamında genellemelerde bulunulması çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır.

Çalışmanın Soruları

Çalışmada aşağıdaki sorulara yanıt aranması amaçlanmıştır;

Mao'nun kültür liderlik propagandasında kullanılan Çin propaganda posterlerinde;

- hangi konular ön plana çıkarılmaktadır?
- Mao ile ilgili Çin kamuoyunda hangi propaganda mitleri inşa edilmektedir?
- hangi metafor, metonimi ve kodlardan yararlanılmıştır?

Çalışmanın Yöntemi

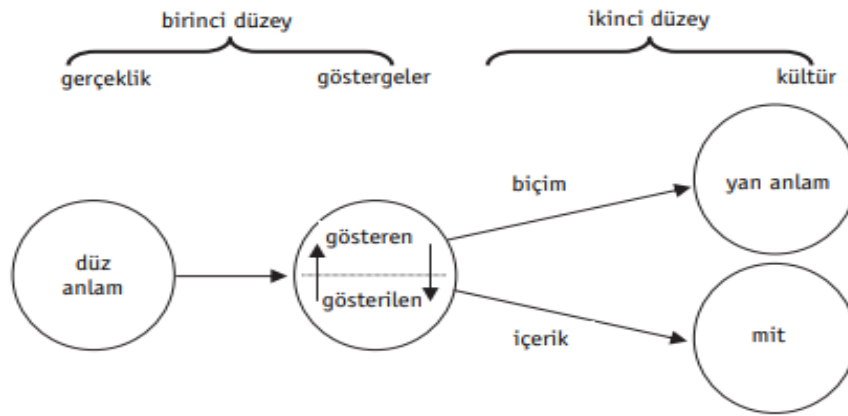
Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada seçilen sekiz Çin propaganda posterleri Fransız dilbilimci Roland Barthes'ın düzanlam, yananlam, mit, metofor, metonimi kavramları üzerinden analiz edilmiştir.

Gösterge, bir kavramın başka bir kavramı temsil etmesi ve onun yerine kullanılmasını ifade etmektedir. Gösterge, insanların zihinlerinde temsil edilen kavram ile ilgili bir imaj oluşturmaktadır. Göstergebilim ise göstergeler yoluyla inşa edilen anlamlandırmaları inceleyen bir bilim dalıdır. İlk göstergebilim çalışmaları dilbilimciler Ferdinand de Saussure ve Charles Sanders Peirce'in birbirlerinden habersiz olarak yaptığı çalışmalar ile ortaya çıkmıştır (Gazi vd., 2018b, s.15). 20. yüzyılda ortaya çıkan göstergebilimin ilk başlarda dilbilimi içerisinde sınırlı bir alanı kapsadığı düşünülmekteydi. Fakat zaman içerisinde Saussure ve Peirce'in çağdaşları tarafından yapılan çalışmalar ile göstergebilimin dilbilimi alanında sınırlı bir etkisinin olmadığı ortaya çıkmış, hatta dilbilimin göstergebilim içerisinde bir alan olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu süreçte Fransız dilbilimci Roland Barthes'ın (1915-1980) göstergebilim alanındaki çalışmaları göstergebilimin sinema, resim, fotoğraf, müzik gibi farklı disiplinlerde kullanılmasını sağlamıştır (Rıfat 2013, s.40-41). Saussure'ün etkisinde kalan Barthes, göstergebilim alanında Saussure'ün ortaya koyduğu kavramlara yeni kavramlar ekleyerek alanın gelişmesinde önemli rol oynamıştır.

Barthes, göstergebilim alanına pek çok yeni kavram kazandırmıştır. Bunlar içerisinde en öne çıkanlar düzanlam ve yananlam kavramları olmuştur (Barthes, 2016a, s.84). Düzanlam bir kavramın evrensel olarak hitap ettiği anlamı ifade etmektedir. Düzanlamda göstergenin ortaya koyduğu anlam herkes tarafından ortak kabul görmektedir (Barthes, 2016b, s.19). Örneğin, bir kedi düzanlam açısından incelendiğinde herkes tarafından hayvan olarak nitelendirilmektedir. Ya da bir elma düzanlam boyutunda genel kanı olarak mevte olarak adlandırılmaktadır. Yananlam ise düzanlamın ikinci boyutunu meydana getirmektedir. Yananlamda göstergenin anlamının kültürden kültüre değiştiği, öznel olduğu savunulmaktadır (Barthes, 2014, s.25). Örneğin, terazi düzanlam boyutunda bir ölçü birimini, yananlam açısından ise adalet kavramını temsil etmektedir. Bu süreçte yananlamın bir kültür içerisinde doğru okunabilmesi için göstergebilimsel analizin yapıldığı kültürün temel dinamiklerine hakim olunması gerekmektedir. Barthes, göstergebilimde göstergenin insanlar tarafından nasıl yorumlandığını ön plana çıkarmaktadır (Barthes, 2017, s.127). Diğer bir deyişle Barthes'ın göstergebilim anlayışında insanların gösterge üzerindeki yorumuna önem verilmektedir.

Barthes, bu aşamada mit kavramı üzerinde durmaktadır. Mit kelime anlamı olarak bir kültürün çevresinde şahit olduğu değişimleri ve gelişimleri yorumlayarak oluşturduğu hikayeleri ifade etmektedir. Örneğin, erkelerin evin geçimini sağlamakla yükümlü olduğu düşüncesi toplum içerisinde zamanla inşa edilmiş olan en bilinen mitlerden biridir. Mitler, zamanla kültür içerisinde kendiliğinden oluşabilirken kimi zamanda egemen güçlerin ideolojik söylemlerini hakim kılmak için medya yoluyla oluşturulabilmektedir. Medya yoluyla oluşturulan bu mitler egemen söylemin dili içerisinde hareket ederek kitleler üzerinde kontrol kurmayı amaçlamaktadır. Egemen ideolojiler bu süreçte kitle iletişim araçlarını etkili bir şekilde kullanarak neyi yapıp yapmamaları, kimi destekleyip, kime karşı olmalarına kadar pek çok

konuda kitleleri yönlendirebilmektedir (Çakı, 2018e, s.23). Bu aşamamda ideolojik mitlerin inşasında medyanın kontrolünün kimin elinde olduğu önemli bir konudur. Nitekim medya üzerinde etkili olanlar, toplum içerisindeki mitlerin inşasında da doğrudan etkili olabilmektedir. Barthes, bu süreçte göstergebilimin egemen ideolojinin toplumdaki dilini analiz ettiğini savunmaktadır (Barthes, 2015, s.57). Barthes, yananlam ve mit kavramlarını, düzanlamın ikinci düzeyi olarak nitelendirmektedir. Bu aşamada, Barthes Saussure'ün Göstergeler Modeli'nde yer alan gösteren ve gösterilen kavramlarına da aracı bir rol vermektedir. Gösteren, bir kavramın nesnel anlamını, gösterilen ise öznel içeriğini ifade etmektedir (Kalkan Kocabay, 2008, s.16). Örneğin, bir kişinin başka bir kişiye sunduğu gül gösteren açıdan bakıldığında sıradan bir çiçek olarak değerlendirilebilirken, gösterilen açıdan aşk ve sevgi kavramlarını temsil edebilmektedir. Diğer yandan Barthes'ın göstergebilim anlayışı özelinde yapılan analizlerde metafor ve metonimi kavramları da ön plana çıkabilmektedir (Çakı vd., 2019, s.59). Metafor, bir kavramın başka bir kavramın yerine eğreti biçimde kullanılmasını; metonimi ise birbirleri ile az veya çok bağlantı bulunan iki kavramdan birinin diğeri yerine kullanılmasını ifade etmektedir (Guiraud, 2016, s.145-146).



Şekil 1. Roland Barthes'in Anlamlandırma Modeli

Kaynak: Fiske, 2017: 186

Çalışma kapsamında incelenen Çin propaganda posterlerinde ülkede egemen olan ideolojinin Barthes'ın göstergebilim anlayışı çerçevesinde Mao'yu kült lider olarak nasıl inşa etmeye çalıştığı detaylı olarak analiz edilmeye çalışılmıştır.

Analiz

Çalışmanın bu bölümünde ""Sanayi", "Aile", "Asker", "Kültür", "Sevgi", "Büyük Lider", "Kitap" ve "Rapor" konulu sekiz propaganda posterini göstergebilimsel açıdan analiz edilmiştir.

"Sanayi" Konulu Propaganda Posterini

"Sanayi" konulu propaganda posterini 1954 yılına aittir. Poster düzanlam açısından incelendiğinde, posterde Mao'nun Çin'deki fabrikaların önünde olduğu aktarılmaktadır. Görsel kodlar içerisinde Mao'nun neşeli olduğu, bir elinde bir kağıt rulosunu tuttuğu, diğeri elini de

havaya kaldırdığı görülmektedir. Mao'nun arkasında aynı zamanda bir tren ve askeri araçların olduğu da aktarılmaktadır. Mao'nun hemen önünde başak taneleri ve çeşitli meyvelerin bulunduğu resmedilmektedir. Posterin hemen altında "Çin'i, Komünist Parti ve lider Mao'nun önderliğinde müreffeh, zengin ve güçlü bir sanayileşmiş sosyalist ülkeye dönüştürün!" yazılı kodu bulunmaktadır.



Resim1. "Sanayi" Konulu Propaganda Poster

Kaynak: IISH, 2019

Poster yananlam boyutunda analiz edildiğinde, posterde Mao liderliğinde Çin halkının refah bir yaşama kavuşacağı mesajı verilmektedir. Posterde yer alan başak taneleri ve meyve görselleri Çinli köylülerin, fabrika ve tren görselleri Çinli işçilerin ve askeri araçlar da Çinli askerlerin metonomi olarak postere yansıtılmaktadır. Çin'in posterin merkezine konumlandırılması ile Mao'nun Çinli köylülere, işçilere ve askerlere liderlik yaptığı mesajı verilmeye çalışılmaktadır. Posterdeki görsel kodlarda Mao liderliğindeki Çin, zengin bir tarım ülkesi, gelişmiş teknolojiye sahip sanayi ülkesi ve güçlü bir orduya sahip dünya gücü olarak yansıtılmaktadır. Posterde Mao bu açıdan doğrudan refah metaforu olarak ön plana çıkarılmaktadır. Posterdeki yazılı kodlarda da Komünist Parti'ye ve sosyalizme vurgu yapılması ile Mao'nun ideolojik söylemler üzerinden kült lider olarak inşa edilmesi amaçlanmıştır. Posterdeki yazılı ve görsel kodlar bir bütün olarak değerlendirildiğinde, posterde "Çin, Mao liderliğinde refah içerisinde yaşamaktadır" şeklinde propaganda mitinin inşa edilmeye çalışıldığı ortaya çıkmaktadır. Böylece Çin propagandası, Çin halkının refah bir ülkede yaşayabilmesi için Mao'nun liderliğinde hareket etmesi gerektiğini telkin etmiştir.

Tablo 1. "Sanayi" Konulu Propaganda Poster

Düzanlam	Fabrikaların önünde Mao'nun el sallaması
Gösteren	Çin'deki fabrikalar ve Mao
Gösterilen	Refah, mutluluk, huzur, gelişme
Yananlam	Mao liderliğinde Çin halkının refah bir yaşama kavuşacağı düşüncesi
Mit	Çin, Mao liderliğinde refah içerisinde yaşamaktadır
Metafor	Mao, refah metaforu olarak kullanılmaktadır
Metonimi	Posterde yer alan fabrikalar, Çin'deki tüm üretim tesislerinin metonimi olarak kullanılmaktadır

"Aile" Konulu Propaganda Posterleri

"Aile" konulu propaganda posterleri 1954 yılına aittir. Poster düzenlem boyutunda ele alındığında, posterde yemek yemekte olan bir Çinli ailenin resmine yer verilmiştir. Görsel kodlarda ailenin yemek yediği salonun merkezinde de Mao'nun resmi yer almaktadır. Posterde tüm aile üyeleri neşeli olarak yansıtılmaktadır. Posterin hemen üstünde "Lider Mao bize mutlu bir hayat veriyor" yazılı kodu bulunmaktadır.



Resim 2. "Aile" Konulu Propaganda Posterleri

Kaynak: IISH, 2019

Yananlam açısından incelendiğinde, posterde Çin halkının Mao'nun liderliğinde mutlu ve huzurlu yaşadığı mesajı verilmeye çalışılmaktadır. Çinli aile tüm Çin halkının metonimi olarak kullanılmaktadır. Bu açıdan Çinli ailenin evinin baş köşesinde Mao'nun resminin bulunması ile Çin halkının Mao'ya büyük önem atfettiği aktarılmaktadır. Posterde "Mao'nun öğretileri doğrultusunda hareket eden Çin halkı mutluluğa ulaşır" şeklinde propaganda miti inşa edilmeye çalışılmaktadır. Bu şekilde Mao, posterde huzur metaforu olarak yansıtılmaktadır. Çin halkının Mao'nun liderliğinden ayrılmadan onun koyduğu kurallar çerçevesinde yaşaması istenmektedir. Çin propagandası, Çinli ailelerin günlük yaşantılarında bile, hatta mahremleri olarak kabul edilen evlerinde bile Mao'nun öğretileri doğrultusunda yaşadığı ve Mao'ya olan sevgi ve saygılarından dolayı Mao'nun resmini evlerinin baş köşesine astığı şeklinde bir algı oluşturmaya çalışılmaktadır. Yazılı kodlar üzerinden de görsel kodlar desteklenmekte ve Çin halkının huzur ve mutluluğundan dolayı Mao'ya minnet duyduğu aktarılmaktadır.

Tablo 2. "Aile" Konulu Propaganda Posterleri

Düzanlam	Çinli ailenin Mao'nun resmi altında yemek yemesi
Gösteren	Çinli bir aile ve Mao
Gösterilen	Huzur, Mutluluk, Neşe
Yananlam	Çinli aile Mao'nun liderliğinde mutlu bir hayat sürmektedir
Mit	Mao'nun öğretileri doğrultusunda hareket eden Çin halkı mutluluğa ulaşır
Metafor	Mao, huzur metaforu olarak kullanılmaktadır
Metonimi	Çinli aile tüm Çin halkının metonimi olarak kullanılmaktadır

"Asker" Konulu Propaganda Posterleri

"Asker" konulu propaganda posterleri 1966 yılına aittir. Poster düzenlemesi açısından incelendiğinde, posterde elinde Mao'nun kitabı bulunan Çinli bir asker resmedilmektedir. Sunum kodları içerisinde askerin kararlı bir şekilde bir yöne doğru baktığı aktarılmaktadır. Askerin çevresinde de farklı açılardan başka Çinli askerlere yer verilmiştir. Bunlardan ilkinde Mao'nun kitabını okuyan askerler, diğerinde tarlada çalışan askerler, sonuncusunda da kırmızı bayrak ile bir yöne doğru saldırıya geçen askerler yansıtılmaktadır. Posterin arka fonunda da kırmızı renk kullanılmaktadır. Posterin hemen altında "Savaşçılar, lider Mao'nun kitaplarını okumayı çok seviyor" yazılı kodu bulunmaktadır.

**Resim 3. "Asker" Konulu Propaganda Posterleri**

Kaynak: IISH, 2019

Poster yananlam boyutunda analiz edildiğinde, posterde Çin ordusunun Mao'ya olan bağlılığının yansıtılmaya çalışıldığı görülmektedir. Posterde resmedilen Çinli asker, tüm Çin ordusunun metonimi olarak kullanılmaktadır. Çinli askerin Mao'nun kitabını sıkı sıkıya tutması, Çin ordusunun Mao'nun ideolojik söylemleri doğrultusunda hareket ettiğini yansıtmaktadır. Posterin merkezindeki asker görselinin çevresinde bulunan diğer asker görselleri üzerinden de üç temel mesaj verilmeye çalışılmaktadır. Bunlardan ilk Çinli askerlerin Mao'nun öğretilerini sürekli olarak hatırladıkları, ikincisi Çinli askerlerin aynı zamanda üretime de katıldığı, üçüncüsü ise Çinli askerlerin komünizm ideolojisi için savaştığı şeklindedir. Posterde Çinli askerlerin savaşçı yapılarının Mao'nun düşünceleri çerçevesinde şekillendiği aktarılmaktadır. Bu açıdan posterde "Çin ordusu Mao'nun öğretileri doğrultusunda hareket etmektedir" şeklinde propaganda miti inşa edilmektedir. Çin propagandası, poster üzerinden Çin ordusunun doğrudan Mao'yu rehber aldığı ve Mao'ya sonuna kadar sadık olduğu mesajını vermeye çalışılmaktadır.

Tablo 3. "Asker" Konulu Propaganda Posterleri

Düzanlam	Mao'nun kitabına sarılan Çinli bir asker
Gösteren	Çinli asker ve Mao'nun kitabı
Gösterilen	Güç, zafer, otorite, başarı
Yananlam	Çin ordusunun Mao'ya sadakatle bağlı olması
Mit	Çin ordusu Mao'nun öğretileri doğrultusunda hareket etmektedir
Metafor	Mao, zafer metaforu olarak kullanılmaktadır
Metonimi	Çinli asker, tüm Çin ordusunun metonimi olarak kullanılmaktadır

"Kültür" Konulu Propaganda Posterleri

"Kültür" konulu propaganda posterleri 1966 yılına aittir. Poster düzenlam boyutunda ele alındığında, posterde farklı etnik ve kültürel yapıdaki Çin vatandaşlarının kızıl bayraklar altında yürüdükleri yansıtılmaktadır. Posterde resmedilen herkesin mutlu olduğu aktarılmaktadır. Posterin merkezinde ise Mao'nun gülerken yer aldığı bir resmine yer verilmiştir. Posterin sol üst köşesinde "Mao Zedong düşüncesinin güneş ışığı, büyük proleter Kültür Devrimi'nin yolunu aydınlatıyor" yazılı kodu bulunmaktadır.

**Resim 4. "Kültür" Konulu Propaganda Posterleri**

Kaynak: IISH, 2019

Yananlam açısından incelendiğinde, posterde Mao'nun gerçekleştirdiği Çin Kültür Devrimi'nin ülkedeki iç huzuru sağladığı mesajının verilmeye çalışıldığı görülmektedir. Posterdeki görsel kodlarda, Çin'de yaşayan farklı etnik grupların bir araya geldiği aktarılmaktadır. Tüm etnik grupların bir araya gelmesini sağlayan unsur olarak da Mao gösterilmektedir. Posterde Mao'nun devasa boyutta yer verilen resmi, Mao'nun Çin halkına liderlik ettiği algısını oluşturmaktadır. Diğer yandan posterde resmedilen kızıl bayraklar ile de Çin halkının doğrudan komünizm ideolojisi altında yaşadığı vurgusu yapılmaktadır. Posterde Çin halkının ellerinde Mao'nun kitapları ile resmedilmesi, Çin halkının Mao'nun öğretileri doğrultusunda hareket ettiği düşüncesini meydana getirmektedir. Posterdeki yazılı kod üzerinden verilen mesaj, görsel kodlarla birlikte "Mao'nun Kültür Devrimi'nden tüm Çin halkı memnundur" şeklindeki propaganda mitini inşa etmektedir. Böylece Mao'nun gerçekleştirdiği devrimin toplumun her kesiminden destek gördüğü belirtilerek, devrimin ülkede meşruiyetinin sağlanması amaçlanmaktadır.

Tablo 4. "Kültür" Konulu Propaganda Posterleri

Düzanlam	Çin'in farklı etnik ve kültürel yapısını temsil eden insanların kızıl bayraklar ile ilerlemesi
Gösteren	Kızıl bayraklar, Çin halkı ve Mao
Gösterilen	Güç, otorite, mutluluk, barış
Yananlam	Mao'nun başlatmış olduğu Kültür Devrimi ile ülkede birlik, barış ve huzur sağlanmıştır
Mit	Mao'nun Kültür Devrimi'nden tüm Çin halkı memnundur
Metafor	Mao, güç metaforu olarak kullanılmaktadır
Metonimi	Posterde yer alan kişiler tüm Çin halkının metonimi olarak kullanılmaktadır

"Sevgi" Konulu Propaganda Posterleri

"Sevgi" konulu propaganda posterleri 1968 yılına aittir. Poster düzanlam açısından incelendiğinde, posterde Mao'nun bir tarlanın önünde yer aldığı aktarılmaktadır. Görsel kodlarda Mao'nun asker üniforması içerisinde olduğu yansıtılmaktadır. Mao'nun hemen arkasında da güneş resmedilmektedir. Posterin hemen altında "Saygılarımla, lider Mao'nun ebedi hayatını diliyorum" yazılı kodu bulunmaktadır.

**Resim 5. "Sevgi" Konulu Propaganda Posterleri**

Kaynak: IISH, 2019

Poster yananlam boyutunda analiz edildiğinde, posterde iki temel mesajın verildiği aktarılmaktadır. Birincisi Çin halkının Mao'ya olan derin sevgisi, ikincisi ise Mao liderliğinde Çin'de meydana gelen refah ve bolluk mesajlarıdır. Bu açıdan posterde "Çin halkının Mao'ya olan sevgisi sürekli" şeklinde propaganda miti inşa edilmeye çalışılmaktadır. Posterde Mao'nun güneşin önünde resmedilmesi, Mao liderliğinde Çin'in güçlü ve refah bir devlet olduğuna vurgu yapmaktadır. Posterdeki yazılı kodlar üzerinden Çin halkının tümüyle Mao'ya sadık olduğu ve Mao'nun liderliğinden memnun oldukları mesajları verilmektedir. Böylece Çin propagandası, Mao'yu milyonların sevdiği efsanevi bir lider olarak sunmaya çalışılmaktadır.

Tablo 5. "Sevgi" Konulu Propaganda Posterleri

Düzanlam	Mao'nun tarlanın önünde durması
Gösteren	Tarla ve Mao
Gösterilen	Sevgi, Bağlılık, Sadakat
Yananlam	Çin halkının tümü Mao'yu sevmektedir
Mit	Çin halkının Mao'ya olan sevgisi süreklidir
Metafor	Mao, bolluk metaforu olarak kullanılmaktadır
Metonimi	Tarla, tüm Çin'deki üretimi temsil etmektedir

"Büyük Lider" Konulu Propaganda Posterleri

"Büyük Lider" konulu propaganda posterleri 1969 yılına aittir. Poster düzenlam boyutunda ele alındığında, posterde kırmızı bayraklar ile bir yöne doğru ilerlemekte olan Çin halkı ve Çin askerleri resmedilmektedir. Posterin merkezinde ise Mao'nun resmine yer verilmektedir. Görsel kodlar içerisinde Çin halkının ve askerlerinin resimleri oldukça küçük aktarılırken, Mao'nun resmi devasa olarak gösterilmektedir. Mao'nun kararlı bir şekilde bir yöne doğru baktığı yansıtılmaktadır. Posterin hemen altında "Büyük lider Mao'yu takip ederken cesurca yol gösterici olmak!" yazılı kodu yer almaktadır.

**Resim 6. "Büyük Lider" Konulu Propaganda Posterleri**

Kaynak: IISH, 2019

Yananlam açısından incelendiğinde, posterde Çin halkının Mao liderliğinde hareket ettiği mesajı verilmektedir. Posterdeki görsel kodlarda Çin halkının kırmızı bayraklar taşıması, Çin halkının komünizm ideolojisi doğrultusunda hareket ettiğini vurgulamaktadır. Posterde Mao'nun devasa görseline yer verilmesi ve Çin halkının uzaktan küçük olarak aktarılması, Mao'nun Çin halkı üzerindeki gücü ve otoritesinin bir yansıması olarak sunulmaktadır. Çin halkının demokratik bir rejimden ziyade tamamen Mao'nun kült liderliği altında yönetildiği mesajı verilmektedir. Bu şekilde Mao'nun ülkede tüm kontrolü elinde bulundurduğu aktarılmakta, Çin halkının da bunu gönülden istediği şeklinde bir algı inşa edilmeye çalışılmaktadır. Bu çerçevede poster üzerinden "Mao, Çin halkına liderlik yapacak tek kişidir" propaganda miti oluşturulmak istenmektedir. Çin propagandası yazılı kodlar üzerinden de Mao yönetiminin ülkedeki meşruluğunu sağlamayı hedeflemektedir.

Tablo 6. "Büyük Lider" Konulu Propaganda Posterleri

Düzanlam	Kızıl bayraklar taşıyan Çin halkının Mao'nun arkasından ilerlemesi
Gösteren	Kızıl bayraklar, Çin halkı ve Mao
Gösterilen	Liderlik, cesaret, güç, otorite
Yananlam	Çin halkının Mao'nun liderlik gücüne inanması
Mit	Mao, Çin halkına liderlik yapacak tek kişidir
Metafor	Mao, cesaret metaforu olarak kullanılmaktadır
Metonimi	Posterde yer alan kişiler tüm Çin halkının metonimi olarak kullanılmaktadır

Kitap" Konulu Propaganda Posterleri

"Kitap" konulu propaganda posterleri 1970 yılına aittir. Poster düzenlam açısından incelendiğinde, posterde ellerinde Mao'nun kitabı bulunan Çin halkının bir yöne doğru baktığı aktarılmaktadır. Görsel kodlar içerisinde hepsinin de yüzünün güldüğü yansıtılmaktadır. Posterin arkasında da kızıl bayraklar konumlandırılmaktadır. Posterin hemen altında "Yaşasın lider Mao! Çok uzun yaşa!" yazılı kodu bulunmaktadır.

**Resim 7. "Kitap" Konulu Propaganda Posterleri**

Kaynak: IISH, 2019

Poster yananlam boyutunda analiz edildiğinde, posterde Mao'nun öğretilerinin Çin halkı tarafından benimsendiği mesajının verilmeye çalışıldığı görülmektedir. Posterde resmedilen Çin halkının yüzündeki gülümseme ve ellerindeki Mao'nun kitapları, Mao liderliğinde Çin halkının huzur ve mutluluğa ulaştığı algısını oluşturmaktadır. Diğer yandan Çin halkının sadakatle Mao'ya bağlı oldukları mesajının da verilmeye çalışıldığı görülmektedir. Nitekim posterde Çin halkının Mao'nun öğretileri doğrultusunda hareket ettikleri ve yazılı kodlar da belirtildiği gibi Mao'nun çok daha uzun bir süre liderlik yapmasını istedikleri mesajı verilmektedir. Posterde bu nedenle Mao, sevgi metaforu olarak kullanılmaktadır. Çalışma kapsamında incelenen diğer propaganda posterlerinde olduğu gibi Çin propagandası bu posterde de Mao yönetiminin meşruluğunu sağlamaya çalışmaktadır.

Tablo 7. "Kitap" Konulu Propaganda Posterleri

Düzanlam	Çin halkının Mao'nun kitabını taşıması
Gösteren	Çin halkı ve Mao'nun kitabı
Gösterilen	Mutluluk, sevgi, inanç, bağlılık
Yananlam	Çin halkının Mao'nun liderliğinden mutlu olması
Mit	Çin halkı Mao'ya sadakatle bağlıdır
Metafor	Mao, sevgi metaforu olarak kullanılmaktadır
Metonimi	Posterde yer alan kişiler tüm Çin halkının metonimi olarak kullanılmaktadır

"Rapor" Konulu Propaganda Posterleri

"Rapor" konulu propaganda posterleri 1974 yılına aittir. Poster düzenlam boyutunda ele alındığında, posterde Mao'nun Çinli çocukların yanında olduğu ve bir kağıdı okuduğu aktarılmaktadır. Görsel kodlar içerisinde çocukların mutlu olduğu ve topladıkları sebzeleri Mao'ya gösterdikleri yansıtılmaktadır. Posterde "Lider Mao'ya rapor vermek" yazılı kodu bulunmaktadır.

**Resim 8. "Rapor" Konulu Propaganda Posterleri**

Kaynak: IISH, 2019

Yananlam açısından incelendiğinde, posterde Çin'deki gelecek nesillerin de Mao'nun liderliğinde hareket edeceği mesajı verilmeye çalışılmaktadır. Mao'nun sade bir kıyafetle Çinli çocukların yanında durması ve elindeki kağıtla onları denetlemesi, Çin halkının Mao'nun öğretileri doğrultusunda hareket edip etmediğinin incelendiğini aktarmaktadır. Çocukların, Mao'nun yanında mutlu sunulması ile "Çinli gelecek nesiller, Mao'nun öğretileri doğrultusunda hareket etmektedir" şeklinde propaganda miti posterde inşa edilmektedir. Çinli çocukların Mao'ya sadakatle bağlı oldukları aktarılmakta ve onun öğretileri doğrultusunda eğitim aldıkları belirtilmektedir. Çin propagandası bu şekilde, Mao'nun öğretilerinin ölümünden sonra da Çin'de etkili olacağı ve Çin halkının Mao'nun öğretileri doğrultusunda çalışacağı mesajlarını vermektedir.

Tablo 8. "Rapor" Konulu Propaganda Posterleri

Düzanlam	Mao'nun Çinli çocukların yanında durması
Gösteren	Çinli çocuklar ve Mao
Gösterilen	Sevgi, bağlılık, neşe
Yananlam	Çinli çocuklar Mao'yu sevmektedir
Mit	Çinli gelecek nesiller, Mao'nun öğretileri doğrultusunda hareket etmektedir
Metafor	Mao, bağlılık metaforu olarak kullanılmaktadır
Metonimi	Posterde yer alan çocuklar tüm Çinli çocukların metonimi olarak kullanılmaktadır

Sonuç

Çalışma kapsamında incelenen propaganda posterlerinde, Çin propagandasının doğrudan Mao'nun liderlik kültürünün ülke genelinde meşruluğunun sağlanması için çalıştığı sonucunu ortaya çıkarılmıştır. Posterler üzerinden resmedilen kişilerin tüm Çin halkının metonimi olarak kullanılması amaçlanmış ve kullanılan metonimler üzerinden Çin halkının Mao'nun liderliğine sadakatle bağlı olduğu aktarılmıştır. Posterlerdeki görsel kodlarda Çin halkının Mao'nun yönetiminde refah, huzur, barış ve bolluk içerisinde yaşadıkları belirtilmiştir. Yine görsel kodlarda Mao'nun posterlerde devasa boyutta gösterilmesi, Mao'nun Çin halkı üzerindeki otoritesi ve gücünün temsili olarak yansıtılmıştır. Diğer yandan kullanılan yazılı kodlar üzerinden de sıklıkla "Çin halkı Mao'yu sever ve ona sadıktır" mesajının verilmeye çalışıldığı görülmüştür.

Posterler üzerinden yapılan analizlerde Çin propagandası tarafından, "Çin halkı, Mao liderliğinde refah içerisinde yaşamaktadır", "Mao'nun öğretileri doğrultusunda hareket eden Çin halkı mutluluğa ulaşır", "Mao, Çin halkına liderlik yapacak tek kişidir", "Çin halkı Mao'ya sadakatle bağlıdır" vb. şeklinde propaganda mitlerinin inşa edilmeye çalışıldığı görülmüştür. Çin propagandası inşa edilen propaganda mitleri üzerinden Mao'nun ülke genelinde büyük bir halk desteğine sahip olduğu mesajını vermeye çalışmaktadır. Böylece Mao'ya karşı oluşabilecek herhangi bir muhalefetin marjinalleştirilerek ortadan kaldırılması amaçlanmıştır. Mao kültürü ile ülkede tek sesliliğin gelmesi ve yönetime karşı olabilecek hiç bir kişi veya grubun muhalefetine izin verilmemesi hedeflenmiştir.

Posterlerde Çin'in yalnızca Mao'nun yönetimi ile güçlü ve refah bir ülke olabileceği aktarılmaya çalışılmıştır. Bu aşamada Mao kültürünün etkisinin yayılabilmesi için de Mao'nun "Kırmızı Kitap"ının Çinliler tarafından okunması gerektiği telkin edilmiştir. Nitekim posterlerdeki Mao'nun kitabını okuyan Çinlilerin mutlu, huzurlu ve başarılı olduğu mesajları verilmiştir. Çin propagandası bu şekilde Mao yönetiminin Çin halkı üzerinde tamamen kontrol kurmasını amaçlamış ve Çin halkının Mao'nun emirlerini sorgulamadan uygulamasını istemiştir. Böylece Mao yönetimince alınan kararlarda halk desteğinin sağlanması ve Mao'nun ülkeyi çok daha kolay bir şekilde yönetmesi amaçlanmıştır.

Mao'nun posterler üzerindeki kült liderlik propagandasında dinsel söylemlere yer verilmediği görülmüştür. Bu açıdan çalışmada elde edilen bulgular, "kült liderlik propagandasında dinsel söylemler kullanılmaktadır" şeklinde sonuç bildiren çalışmaları (Çakı, 2018a; Çakı ve Gülada,

2018) desteklememektedir. Buna karşın Çin'in resmi ideolojisi olan komünizmin posterlerde sıklıkla yer aldığı saptanmıştır. Buradan hareketle çalışma "kült liderlik propagandasında ideolojik söylemler etkili olarak kullanılır" şeklinde sonuç bildiren çalışmaları destekler mahiyette bulgulara ulaşmıştır (Çakı, 2018b; Karaca, 2018; Gazi vd., 2018).

Çalışmada Çin'de kullanılan propaganda posterlerinde Mao'nun kült lider olarak nasıl inşa edilmeye çalışıldığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Gelecek çalışmalarda Mao'nun kült liderlik propagandasının farklı kitle iletişim araçları üzerindeki yansımalarının, mevcut çalışmada elde edilen bulgular ile karşılaştırmalı olarak incelenmesinin alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Aziz, A. (2007). *Siyasal İletişim*. (2. Baskı). Ankara: Nobel.
- Barmé, G. (2016). *Shades of Mao: The Posthumous Cult of the Great Leader: The Posthumous Cult of the Great Leader*. The Great Britain: Routledge.
- Barthes, R. (2014). *Çağdaş Söylenler*. Tahsin Yücel (Çev.), (4. Baskı). İstanbul: Metis.
- Barthes, R. (2015). *Bir Deneme Bir Ders: Eiffel Kulesi ve Açılış Dersi*. Mehmet Rifat, Sema Rifat (Çev.), (2. Baskı). İstanbul: Yapı Kredi.
- Barthes, R. (2016a). *Göstergebilimsel Serüven*. Mehmet Rifat, Sema Rifat. (Çev.), (8. Baskı). İstanbul: Yapı Kredi.
- Barthes, R. (2016b). *S/Z*. Sündüz Öztürk Kasar (Çev.). İstanbul: Sel.
- Barthes, R. (2017). *Görüntünün Retoriği, Sanat ve Müzik*. Ayşenaz Koş, Ömer Albayrak (Çev.), (2. Baskı). İstanbul: Yapı Kredi.
- Çakı, C. (2018a). Adolf Hitler'in kült lider inşasında kullanılan propaganda posterlerinin göstergebilimsel analizi. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3(6), 24-38.
- Çakı, C. (2018b). Komünizm ideolojisinde kült lider olgusu: "Berlin'in Düşüşü" propaganda filmi'nin alımlama analizi. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, (9), 94-113.
- Çakı, C. (2018c). Propaganda. Mustafa Karaca ve Caner Çakı (Ed.), *İletişim ve Propaganda* içinde (s. 13-44). Konya: Eğitim.
- Çakı, C. (2018d). Birinci Dünya Savaşı'ndaki Alman Propaganda Kartpostallarında Kullanılan Karikatürlerde Türklerin Sunumunun Göstergebilimsel Açından İncelenmesi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (29), 73-94.

- Çakı, C. (2018e). İran-İrak Savaşı'nda Kullanılan İran Propaganda Posterlerinin Göstergebilimsel Analizi. *İran Çalışmaları Dergisi*, 2(1), 11-39.
- Çakı, C., Gülada, M. O., & Çakı, G. (2019). Balkanlarda Bir Nazi Ordusu: Nazi Propaganda Afişlerinde Hançer Tümeni. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(2), 55-77.
- Çakı, C., & Gülada, M. O. (2018). Duvar Resimleri Üzerinden Kült Liderlik Propagandası: Irak Devlet Başkanı Saddam Hüsseyin Üzerine İnceleme. *Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi*, 1(2), 7-24.
- Domenach, J. M. (2003). *Politika ve Propaganda*. Tahsin Yücel (Çev.). İstanbul: Varlık.
- Fiske, J. (2017). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Süleyman İrvan (Çev.), (5. Baskı). Ankara: Bilim ve Sanat.
- Gaddins, J. L. (2018). *Soğuk Savaş, Pazarlıklar, Casuslar, Yalanlar, Gerçek*, Dilek Cenkçiler (Çev.), (3. Baskı), İstanbul: Yapı Kredi.
- Gazi, M. A., Çakı, C., & Gülada, M. O. (2018a). İkinci Dünya Savaşı'nda Sovyet Kült Lider Propagandasında Vladimir Lenin ve Joseph Stalin'in Sunumu. *Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi*, 1(2), 25-42.
- Gazi, M. A., Çakı, C. & Gülada, M. (2018b). İspanya 2000 Partisi'nin Göçmen Karşıtı Propaganda Faaliyetleri Üzerine İnceleme. *Ankara Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 11-22.
- Gill, G. (1980). The Soviet Leader Cult: Reflections on the Structure of Leadership in the Soviet Union. *British Journal of Political Science*. 10(2). 167-186.
- Goldberg, L. (1997). A Psychoanalytic Look at Recovered Memories, Therapists, Cult Leaders, and Undue Influence. *Clinical Social Work Journal*. 25(1), 71-86.
- Guiraud, P. (2016). *Göstergebilim*. Mehmet Yalçın (Çev.), (3. Baskı). Ankara: İmge.
- Gundle, S., D. C. & Pieri, G. (2015). *The Cult of the Duce: Mussolini and the Italians*. United Kingdom: Oxford University Press.
- IISH (2019). Çin Propaganda Posterleri, <https://search.socialhistory.org/Search/Results?&format=%3A%22Visual+documents%22&lookfor=China+poster+Mao+Tse-Tung>, Erişim Tarihi: 21.03.2019.
- Jowett, S. G. & O'donnell, V. (2014). *Propaganda & Persuasion*. USA: Sage.
- Kalkan Kocabay, H. (2008). *Tiyatroda Göstergebilim*. İstanbul: E.

- Karaca, M. (2018). İtalyan propagandasında kült lider olgusu: "Il Duce" Benito Mussolini. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 1203-1220.
- Kissinger, H. (2010). *Diplomasi*. İbrahim H. Kurt (Çev.), (9. Baskı). İstanbul: Türkiye İş Bankası.
- Koch, N. (2016). The "Personality Cult" problematic: Personalism and mosques memorializing the "Father of the Nation" in Turkmenistan and the uae. *Central Asian Affairs*, 3(4), 330-359.
- Lago, F. D. (1999). Personal Mao: Reshaping an icon in contemporary Chinese art. *Art Journal*, 58(2), 46-59.
- Landsberger, S. R. (1996). Mao as the Kitchen God: Religious aspects of the Mao cult during the cultural revolution. *China Information*, 11(2-3), 196-214.
- Leese, D. (2007). The Mao cult as Communicative Space. *Totalitarian Movements and Political Religions*, 8(3-4), 623-639.
- Leese, D. (2011). *Mao cult: Rhetoric and Ritual in China's Cultural Revolution*. The United Kingdom: Cambridge University.
- Luqiu, L. R. (2016). The reappearance of the cult of personality in China. *East Asia*, 33(4), 289-307.
- Mcmahon, J. R. (2013). *Soğuk Savaş*, Sinem Gül (Çev.). Ankara: Dost Kültür.
- Melnick, A. J. (1976). Soviet Perceptions of the Maoist cult of personality. *Studies in Comparative Communism*, 9(1-2), 129-144.
- Paltiel, J. T. (1983). The cult of personality: Some comparative reflections on political culture in Leninist regimes. *Studies in Comparative Communism*, 16(1-2), 49-64.
- Priestland, D. (2017). *Kızıl Bayrak Bir Komünizm Tarihi*, Ali Çakıroğlu, Egemen Yılığür (Çev.). İstanbul: İletişim.
- Rifat, M. (2013). *Açıklamalı Göstergebilim Sözlüğü: Kavramlar, Yöntemler, Kuramcılar, Okullar*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür.
- Schwartz, L. L. (1983). Family therapists and families of cult members. *International Journal of Family Therapy*. 5(3). 168-178.
- Sperling, V. (2016). Putin's Macho personality cult. *Communist and Post-Communist Studies*, 49(1), 13-23.
- Stanley, J. (2018). *Demokrasilerde Propaganda Oyunu*, Başak Karal (Çev.). İstanbul: The Kitap.

- Taylor, J. E. (2006). The production of the Chiang Kai-Shek personality cult, 1929–1975. *The China Quarterly*, 185, 96-110.
- Tertitskiy, F. (2015). The ascension of the ordinary man: How the personality cult of Kim Il-sung was constructed (1945-1974). *Acta Koreana*, 18(1), 209-231.
- Tumarkin, N. (1997). *Lenin Lives! the Lenin Cult in Soviet Russia*. USA: Harvard University.
- Zorlu, Y., Çakı, C. & Karaca, M. (2017). Türk Sinemasında Nazizm İdeolojisi: “Kırımlı” Filmi ve Göstergebilimsel Analizi. *Sosyoloji Konferansları*, (56), 67-95.



Türkiye’de Sosyoloji Bölümleri Arasında İstihdam Örüntüleri: Sosyal Ağ Analizi Üzerinden Bir Değerlendirme

Employment Patterns Among Sociology Departments in Turkey:
An Evaluation Through Social Network Analysis

Emin Baki Adaş¹

Başvuru Tarihi: 06.02.2018

Kabul Tarihi: 09.04.2019

Öz

Bu makale, Türkiye’de sosyolojinin kurumsal gelişmesini bölümler arası istihdam örüntüleri üzerinden değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Yazı, Türkiye’de salt akademik istihdam piyasasının niteliğini anlamanın ötesinde bir amaç taşımaktadır. Sıklıkla Türkiye sosyolojisi için dile getirilen “bölmelenmişlik” veya “süreksizlik” gibi tespitlerin işaret ettiği akademik okul/ekollerin veya akademik bir habitus oluş(a)maması sorununa bölümler arası akademik üretim ve istihdam örüntülerinin sosyal network analizi üzerinden bir katkı yapmayı hedeflemektedir. Son yıllarda, bölümler arası etkileşim ve istihdam örüntüsü, özellikle merkezdeki bölümler ile çevrede yer alan bölümler arasındaki artan akademik hareketlilik ve etkileşimin, “bölmelenmişlik sorununu” aşması yönünde maddi bir altyapının imkanlarını barındırmakla birlikte, ne ‘merkez’de konumlanan üniversiteler ve bölümler, ne de ‘çevre’deki üniversite ve bölümler açısından akademik bir gelenek veya “epistemik cemaat” oluşması yönünde bir niteliğe dönüşmemiştir. Ne merkezdeki görece yüksek homojen yapı, ne de çevredeki farklı istihdam modellerinin sonucunda oluşan heterojen yapı bölmelenmişlik sorununu aşamamıştır. Bu niteliğiyle Türkiye’de sosyoloji, artan etkileşime rağmen bölmelenmişlik sorununu aşabildiğini söylemek mümkün görünmemektedir. Bu durum bir anomaliden ziyade cari akademik işleyişin bir sonucu olarak değerlendirilmelidir: Bunun en önemli nedeni ise, sosyoloji bölümlerinin kuruluşundan itibaren akademik üretim ve istihdam süreçlerinde bölümlerin özerkliğinin olmaması ve iktidarın müdahalelerine sürekli açık olmasının bir sonucudur.

Anahtar Kelimeler: Türkiye’de Sosyoloji, Akademik İstihdam, Sosyal Network Analizi, Bölmelenmişlik

¹ Adnan Menderes Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, eminadas@gmail.com, ORCID: 0000-0002-9360-5804

Abstract

This article aims to analyze institutional development of sociology through academic employment patterns among sociology departments in Turkey. The article is not simply concerned with the nature of academic labor market but it rather aims to contribute to the debates within Turkish sociology on “compartmentalization” and “discontinuity” which conceptualizes the lack of academic traditions, schools, or habitus in Turkish sociology through social network analysis. The article demonstrates that even though the material infrastructure of sociology networks provides potentiality to overcome the “compartmentalization problem” as a result of increased interactions among departments through academic mobility in last two decades, neither in the universities at the center, nor those in the periphery, have been able to translate this possibility to create an “epistemic community” or academic schools/traditions. Neither high homogeneity of academic institutional background of academics at the center, nor heterogeneity of academic institutional background of academics at the periphery has been able to overcome this “compartmentalization”. The article argues that the question of compartmentalization is not an “anomaly” but it is institutional outcome of the state interferences in academic employment and academic production since the establishment of sociology departments which undermined the academic autonomy of the departments and universities.

Keywords: *Sociology in Turkey, Academic Employment, Social Network Analysis, compartmentalization*

Giriş

Üniversite yapısı içinde akademik bir disiplin olarak kurulan sosyolojinin Türkiye’deki tarihi yüzyıllık bir geçmişe sahiptir. Bu uzun geçmişe rağmen Türkiye sosyolojisinde “bölmelenmişlik” veya “süreksizlik” olarak da tarif edilen düşünce geleneklerinin veya akademik bir habitusun oluş(a)madığı yaygın kabul gören tezlerinden biridir (Akşit, 1986; Kayalı 1997; 2000). Bölmelenmişlik sorunu, hem kuşaklar arasında, hem bölümler arasında ve hem de aynı bölüm içinde akademisyenler arasındaki epistemik kopukluk ya da süreksizlik olarak tanımlanabilir (Akşit 1986). Son yıllar akademik kurumlar arasında artan akademik hareketlilik ve etkileşimlerin bu bölmelenmişlik sorununu aşma yönünde maddi bir altyapı oluşturmaktadır. Zira, son yıllarda kurulan yeni devlet ve vakıf üniversitelerinde açılan sosyoloji bölümlerinin öğretim elemanı ihtiyacını karşılamaya dönük gerek yurt-dışına burslu öğrenci göndermek şeklinde, gerek ülke içinde doktora programlarının teşvik edilmesi ve desteklenmesi ile birlikte sosyoloji bölümleri arasında eleman ve öğrenci değişimlerinin ve etkileşimlerinin arttığı gözlemlenmektedir. Diğer taraftan, sayıları hızla artan vakıf ve özel üniversitelerin bünyesinde kurulan bölümlerin rekabetçi istihdam politikaları merkezde konumlanan üniversitelerden yeni kurulan üniversitelere doğru kıdemli öğretim elemanı transferi ve hareketliliğini de arttırmıştır. Ayrıca, son dönemde sayıları hızla artan konferans ve kongre gibi akademik organizasyonlar öğretim üyeleri arasında hem kişisel hem de akademik iş birliklerinin gelişmesi yönünde imkân ve potansiyelleri geçmiş yıllara göre arttırmıştır. Tüm bu gelişmeler bölümler arası etkileşim ve istihdam örüntüsü, özellikle merkezdeki bölümler ile

çevrede yer alan bölümler arasındaki artan akademik hareketlilik ve etkileşim karmaşık bir bölümler arası ilişki ağının ortaya çıkmasına yol açmıştır.

Bu çalışma, Türkiye’de kamu ve özel/vakıf üniversiteleri bünyesinde kurulan sosyoloji bölümlerinde aktif olarak çalışan öğretim üyelerinin lisans ve doktora derecelerini aldıkları ve görev yaptıkları kurumlar bazında ortaya çıkan karmaşık istihdam örüntüleri üzerinden Türkiye sosyolojisinde bölümler arasındaki istihdam örüntüsünün yapısal bir analizini yapmayı hedeflemektedir. Makale sosyal network analiz yöntemini kullanarak, hem Türkiye sosyolojisine ilişkin yaygın olarak dile getirilen “bölmelenmişlik sorunu” üzerine yapısal bazı değerlendirmeler yapmayı, hem de Türkiye’de sosyoloji özelinde ortaya çıkan akademik istihdam örüntülerindeki temel eğilim ve yönelimleri ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Çalışma dört ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, çalışmada kullanılan yöntem ve veri ele alınmaktadır. Sosyal network analizi, ilişkisel verilerden hareketle sosyal yapıların ampirik olarak ortaya konmasına ve analiz edilmesine uygun bir yöntem olması nedeniyle tercih edilmiştir. İkinci bölüm bugüne kadar zengin bir araştırma alanı olarak ortaya çıkan Türkiye sosyolojisinin sosyolojisi üzerine yapılan çalışmaları kısaca özetlemekte ve bu çalışmalarda ortaya çıkan temel tespitleri değerlendirmektedir. Üçüncü bölüm, Türkiye’de sosyolojinin yüzyıllık kurumsal gelişmesinin ana hatlarını ortaya koymaktadır. Dördüncü bölümde ise, Türkiye’deki farklı akademik istihdam modelleri ve sosyoloji bölümleri arasında ortaya çıkan istihdam örüntüsünü veriler ve verilerin ortaya koyduğu bulgular ışığında analiz etmektedir.

Çalışmanın Yöntemi ve Veri

Bu çalışma, 93 sosyoloji bölümünde toplam 750 öğretim üyesini kapsayan, bölümler arası akademik istihdam örüntüsünü sosyal network analizi üzerinden değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Çalışmada kullanılan veriler, 2015 yılında farklı sosyoloji bölümlerinde aktif olarak görev yapan 750 öğretim üyesinin lisans ve doktoralarını yaptıkları bölüm ve/veya ülkelere ilişkin verilerin akademik özgeçmişler üzerinden derlenmesine dayanmaktadır. Sosyal network analizi, klasik istatistikî analiz tekniklerin farklı bir metodoloji ve analiz tekniğine dayanır. Klasik istatistikî analizler, değişkenler ve değişkenler arası ilişkilerin yığınsal analizine dayanır. Sosyolojide ya da diğer toplumsal araştırmalarda kullanılan ampirik araştırma yöntemlerinde veriler, kişilerin veya kurumların birtakım özelliklerini tarif eden değişkenler üzerinden gerçekleştirilir. Dolayısıyla, analiz aktörler arası ilişkiden daha ziyade aktörlerin bir dizi özelliklerini tarif eden değişkenler arası ilişkiyi betimler. Toplumsallık yani aktörler arası ilişkisellik ampirik olarak gösterilemez. İlişkisellik teoriktir veya varsayımsaldır (Dépelteau ve Powell, 2013).

Buna karşılık, sosyal network analizi ilişkisel veriye dayanır. Aktörlerin veya kurumların toplumsal uzaydaki konumları ve ilişkilerinin ampirik verisi üzerinden aktörlerin ilişkileri, konumları ve özellikleri analize tabi tutulur. Burada toplumsallık salt teorik olmaktan daha ziyade, ampiriktir. Sosyal network analizi, aktörler arasında ilişki, ilişkinin niteliği, sıklığı, yönü

ve aktörlerin özelliklerinin tümünü matris şeklinde düzenlenen ve maddi ya da bilişsel/sembolik yönelimlerin haritalarının ortaya konmasına olanak tanıyan bir analiz tekniğidir (Scott, 2000; Wasserman ve Faust, 1994). Sosyal Ağ analizinde, düğümler (nodes) aktörleri temsil ederken, çizgiler (edges) ise aktörler arasındaki ilişkiyi gösterir. Bu çalışmada ağ analizi, UCINET 6.0 ve Gephi 9.0 network programları kullanılarak yapılmıştır.

Türkiye Sosyolojisi Üzerine Çalışmalar

Türkiye’de sosyolojinin gelişimi üzerine oldukça kapsamlı ve zengin bir literatür mevcuttur. Bu çalışmaları dört ana başlık altında sınıflandırmak mümkündür. Bu literatür içinde nicelik olarak en fazla paya sahip olan birinci gruptaki çalışmalar, “entelektüel biyografi” niteliği taşımaktadır. Sosyoloji tarihi içinde öne çıkan önemli kişilerin ele alındığı bu çalışmalar, kişilerin içinde yaşadığı tarihsel-toplumsal çevre, etkilendiği düşünce akımları, sosyoloji gelenekleri, Türkiye’de sosyolojiye katkıları ve etkileri şeklindedir (Kongar, 1998; Özdemir, 2008). İkinci gruptaki çalışmaları ise “dönem incelemeleri” olarak tanımlayabiliriz. Türkiye toplumunun ekonomik, siyasal ve kültürel değişimleri bağlamında sosyolojiyi ele alan bu çalışmalar, dönemsel olarak öne çıkan farklı tema ve çalışma alanlarının hem tematik analizi hem de bu dönemde başat sosyal bilimcilerin sosyolojiye yaklaşım ve katkıların değerlendirildiği incelemelerdir (Kaçmazoğlu, 2003; 2010; Akpolat, 2013; Ergun, 1985). Üçüncü gruptaki çalışmalar, bölüm tarihçelerinin ele alındığı monografiler olarak tanımlanabilir. Bölüm tarihçeleri üzerine çalışmalar oldukça sınırlı sayıdadır (Çoşkun, 1991; Kaya, 2008; Kasapoğlu, 1999). Dördüncü grupta yer alan çalışmalar ise, son yıllarda Türkiye sosyolojisinin bütüncül bir değerlendirmesini yapmaya çalışan, başat eğilim ve sorunların tespit edilmesine dönük meta-analiz çabalarının ön plana çıktığı inceleme ve araştırmalardır (Akşit, 1986; Kayalı, 2000; Aktay, 2013; Alver, 2014).

Bir kategori olarak genelde Türkiye’de entelektüellerin, özelde ise sosyologların bilgi ve düşünceye dönük yaklaşım ve tutumlarının niteliğini ortaya koymaya çalışan bu analizler, Türkiye’de sosyolojiye ve entelektüellere dair bir dizi genel tespitler yapmaktadır. Örneğin Akşit, Türkiye sosyolojisinde son dönemde çalışılan konular ve alanlar itibariyle bir çeşitlenme ve farklılaşma –ki bu olumlu bir gelişme iken–yaşandığını belirtirken, “bölmenmişlik,” yani bölümler arasında, hatta aynı bölümdeki kişiler arasında var olan kopukluğun, sosyolojinin temel sorunlarından biri olduğunu vurgulamaktadır. Benzer bir biçimde, Kayalı, Türkiye’de aydınlar arasında her işi kendiyile başlatıp, kendiyile bitirmek gibi bir eğilimin egemen olduğunu belirtmektedir. Kayalı’nın “süreksizlik” ve “hafızasızlık” olarak nitelendirdiği bu durum, Türkiye’de sosyal bilim araştırmalarının ve ürünlerinin birbiriyle ilişkilendirilememesine yol açan bir düşünsel kopukluk yaratmaktadır. Aktay da benzer bir tespitte bulunmaktadır. Aktay’a göre, Türk sosyolojisi veya akademisi içindeki pozitivist tutum (aşırı depolitizasyon), sosyolojinin hem kendi içinde hem de kendisi ile toplum arasında kurulan sınırlar bağlamında sorunlu yapı arz etmektedir. Bu durum, Türkiye’de büyük kuramsal gelenek ve okulların/ekollerin oluş(a)mamasının en önemli nedenlerinden biridir (Aktay, 2013). Türkiye sosyolojisine ilişkin bir diğer önemli tespit ise, devletin veya siyasal iktidarların entellektüel alanı belirleme inisiyatifini her daim elinde tutma çabasının, akademik alanı sınırlandırmada ve biçimlendirmedeki rolüdür. Siyasal iktidarların, genelde üniversite ile, özelde sosyolojiyle

başlangıcından günümüze kadar kurduğu ilişki ve müdahale biçimleri de, sosyal bilimlerin Türkiye’de kurumsallaş (ama)ması üzerinde çok yönlü etkilere sahip olmuştur (Çelebi, 2016; Toprak, 2015). Türkiye’de entelektüellerinin güncel olana “aşırı ilgi duyması,” “aşırı ampirisizm,” “aşırı pozitivizm,” “aşırı teorik-spekülatif,” veya “aşırı depolitizasyon” (Aktay, 2013), “Batı’ya/dışa aşırı bağlı-bağımlı,” veya “yerelden kopuk,” “aktarmacı” gibi birçok ‘aşırılıklar’dan mustarip olduğu yaygın bir biçimde kabul görmektedir (Kayalı, 2000; 2003; Zorlu, 2008; Sezer, 1991).

Bu çalışmalar ve tespitler, Türkiye sosyolojisinin tarihini ve entelektüel birikimini anlamak açısından oldukça değerli ve önemli katkılar sunmakla birlikte, Türkiye’de sosyolojinin nasıl ve niçin böyle bir niteliğe büründüğü konusunda süreç ve mekanizmaların yapısal bir analizini sunmaktan uzaktır. Entelektüellerin salt düşünsel üretimlerine odaklanmak, sosyolojik üretimin gerçekleştiği yapısal alanı gözardı etmek anlamına gelir. Türkiye’de sosyolojinin sosyolojisini yapmaya dönük çabanın başlangıç noktalarından biri, Türkiye’de akademik habitusun üretim ve yeniden üretim mekanizmalarının analizine odaklanmak olmalıdır. Bu bağlamda, akademik bir geleneğin oluşması toplumsal (makro düzlem), kurumsal/kurumlar arası etkileşim (orta düzlem) ve kurum-içi (mikro) düzlemde gerçekleşen ilişki ağlarının oluşturduğu bağlamların karşılıklı etkileşimi içinde şekillendiği söylenebilir. Toplumsal ve siyasal makro bağlam, akademik kurumların ve alanların içinde yer aldığı sosyo-kültürel ve siyasal yapıları; kurumsal bağlam, her bir kurumun tarihçesi ve kurumlar arası etkileşimin düzlemini; mikro bağlam ise, akademik alanın en küçük birimi olan bölüm veya kurum-içi ilişkilerin düzlemi olarak tarif edilebilir. Bu bağlamda, Türkiye’de sosyologların sosyoloji yapma tarzlarına ilişkin tespit edilen sorun alanları, sosyologların üretimi ve istihdam biçimlerinin hem mikro hem de makro ve orta düzlemlerinin etkileşimlerden bağımsız anlaşılamaz.

Türkiye’de Sosyolojinin Akademik Kurumsallaşması

Türkiye’de sosyolojinin akademik bir disiplin olarak başlangıcı 1900 yıllarında başına kadar gitmektedir. Sosyolojinin Türkiye’deki tarihçesi Ziya Gökalp’in 1914’de Darülfünun bünyesinde açılan İçtimaiyat kürsüsünü kurmasıyla başlar². Ancak, Birinci Dünya Savaşı ve Cumhuriyet’in ilk yıllarında yaşanan kesintiler nedeniyle sosyolojinin bağımsız bir akademik disiplin ve kürsü olarak, 1939’da Ankara Dil Tarih ve Coğrafya Fakültesi (DTCF) bünyesinde ve 1941’de İstanbul Üniversitesi bünyesinde yeniden kurulmasıyla başlar. Genelde İstanbul ekolu ve Ankara ekolu olarak tanımlanan sosyoloji gelenekleri, siyasal iktidarların müdahaleleri ve kesintileriyle, 1960’lara gelindiğinde yeni üniversitelerin bünyelerinde açılan sosyoloji bölümleriyle çeşitlenmeye ve gelişmeye devam etmiştir. 1959’da Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) bünyesinde kurulan sosyal bilimler programı, 1967’de Hacettepe Üniversitesi olarak kurumsallaşacak üniversite bünyesinde 1964 yılında başlayan sosyoloji eğitimi, 1971’de Boğaziçi Üniversitesi ile devam eden sosyoloji bölümlerine, 1977-1979 yılları içinde Ege Üniversitesi’nde kurulan Sosyoloji Bölümü ve daha sonra İnönü, Mimar Sinan, Atatürk, Cumhuriyet, Fırat ve Selçuk Üniversiteleri’nde kurulan sosyoloji bölümleri de dahil olmuştur.

² Sosyoloji kürsüsünün kuruluş tarihi konusunda farklı başlangıç tarihleri tanımlanmakla birlikte, 1914 yaygın olarak kabul edilen tarihtir (bkz. Kaya, 2008).

1991’de 12 olan sosyoloji bölüm sayısı, 1991’den sonra hızlı bir artış sergilemiştir. Yeni kurulan kamu ve vakıf üniversiteleriyle birlikte Türkiye’de sosyoloji bölümlerinin sayısı hızlı bir ivme sergilemiştir. 2011 verisine göre, 102 devlet üniversitesinin 48’inde lisans, 34’ünde yüksek lisans ve 21’inde doktora düzeyinde; 52 vakıf üniversitesinin 10’unda lisans, 6’sında ise yüksek lisans sosyoloji eğitimi verilmektedir (Bulut, 2011: 12). Türkiye’de sosyoloji bölüm sayısı 2015 itibarıyla, devlet ve vakıf üniversiteleri olmak üzere, 93’e çıkmıştır. 1991 yılında Kasapoğlu tarafından Türkiye’de sosyoloji eğitimi üzerine yapılan çalışmada, öğretim elemanı sayısı 58’i okutman ve araştırma görevlisi statüsünde olmak üzere toplam 108 olarak belirtilmektedir. Günümüzde ise, asistan ve okutmanlar hariç doktoralı öğretim üyesi sayısı 800’ü aşmaktadır.

Türkiye sosyolojine ilişkin ifade edilen “bölmelenmişlik,” “süreksizlik” gibi kavramlarla tanımlanan akademik habitusu anlamak, bu habitusu var eden akademik alanın nasıl şekillendiğini anlamakla mümkün olabilir. Bourdieu, habitus kavramını, toplumsal uzayın içinde yer alan aktörlerin pratiklerinin, normlarının ve eğilimlerinin yapılandığı zihinsel yatkinlikler seti olarak tanımlar (Bourdieu, 1995, 1996; Asimaki, ve Koustourakis, 2014; Tatlıcan ve Çeğin, 2007). Habitus hem bilincinde olduğumuz pratiklerin hem de bilincinde olmadığımız, bir tarz güdülere dönüşmüş, yani yaptığımız ama neden yaptığımız konusunda üzerinde fazlaca düşünmediğimiz pratiklerin bir bileşimidir (Waquant, 2016). Habitus kavramının analitik gücü, aktörlerin düşünsel yatkinliklerinin oluşumunda mekân, toplumsal uzayın ve tekrar edegelen pratiklerin, norm ve değerlerin sürekli etkileşimlerinin yapılandığı bir yapı olarak çok boyutlu faktörleri analize katmasından ileri gelmektedir. Bu bağlamda, akademik habitus, salt akademik disiplinin bilgi, beceri ve yöntemlerinin edinildiği formel bir eğitim sürecinden çok daha fazlasını içerir. Akademik habitus, akademiye dair edinilen yazılı olmayan kurallar, değerler, mesleki incelikleri, kısaca akademisyen kimliğinin ve kültürünü içeren ve kuşaklar arası etkileşimlerin bir ürünü olduğu söylenebilir. Kısaca, akademik habitusun oluşumu kolektif bir üretdir. Akademik habitusun inşasında öğrencilik, temel sosyoloji formasyonunun alındığı aşama, ileri düzeyde akademik çalışma (doktora) ve akademik istihdamın niteliği iki önemli alanı oluşturmaktadır. Bu bağlamda, akademik üretimin en önemli mekanlarının bölümler olduğu söylenebilir. Bölümler hem sosyolojik bilgi üretme mekanları hem de sosyolog üretiminin ve akademik istihdamının gerçekleştiği mekanlardır. Akademik geleneğin üretimi akademik mekanların niteliklerinden bağımsız düşünülemez. Bölümler, hem disiplinin geçmiş ve güncel bilgi birikiminin aktarıldığı, hem de akademik habitusun, “sosyolog olma” ve “sosyolog gibi davranmanın” biçimlendirildiği ve öğrenildiği mekanlardır. Bölümlerin nasıl şekillendiği ise, akademik istihdamın niteliği ve nasıl biçimlendiği ile yakından ilintilidir.

Türkiye’de Akademik İstihdam Modelleri

Merton (1968), akademinin evrensel bilimsel normlara dayanan niteliğinden ötürü, akademik kurumların işleyişinin ve ödüllerin dağıtımının da bu evrensel norm çerçevesinde, yani meritokratik normlar ekseninde şekilleneceğini belirtir (Burris, 2004). Zira, Merton’a göre bilimsel topluluk “dünyevi, maddi ödüller ve kişisel kazançlarla “lekelenmemiş”, nesnel, tarafsız ve kamu desteği alacak derecede güvenilir” bir topluluktur (Gönç Şavran, 2011, s.34). Ancak, Avrupa ve ABD’de akademik kurumlar arasındaki istihdam örüntüleri üzerine yapılan

çalışmalar, akademik dünyanın Merton'ın idealize ettiği bu ethosun oldukça uzağında olduğunu göstermektedir (Burris, 2004; Crane, 2016). İstihdam tercihlerinde rasyonel bir biçimde işleyen bir piyasadan daha ziyade, Weber'in statü gruplarına ilişkin kuramında dile getirdiği "toplumsal kapanma" temelinde işleyen bir mekanizma daha gerçekçi bir model görünmektedir. Burris, ABD'deki akademik kurumlar arasındaki istihdam örüntüsü üzerine yaptığı çalışmada, akademik kurumlar arasında sembolik kaynakların ve prestijin dağıtımında bir tarz "toplumsal kapanma" stratejisine uygun bir işleyişin söz konusu olduğunu belirtir. Sembolik kaynak ve yaşam tarzlarının, gruba dahil olma/dışarıya kapatma gibi mekanizmaların, Bourdieu'nun işaret ettiği kültürel ve sosyal sermayelerin dağılımında ve yeniden üretiminde güç ve eşitsizliğe dayalı bir statü hiyerarşisini meşrulaştıran bir yapının akademik alanda da egemen olduğu görülmektedir (Burris, 2004). Buna göre, ABD'deki sosyoloji bölümleri arasındaki istihdam örüntülerini inceleyen Burris, prestijli kurumların prestijli kurumlardan öğretim elemanı istihdam eden bir prestij hiyerarşisini yeniden üreten bir yapının, istihdam ağının varlığını ortaya koymaktadır. Elit kurumlar sadece elit kurumlardan eleman istihdam ederken, sıralamada altta yer alan kurumlardan eleman almamakta; ancak kendi etki alanını genişletmek için kendi yetiştirdiği akademisyenleri daha düşük kurumlara transfer etmektedir.

Türkiye'de akademik bölümlerin oluşumunda ve akademik istihdamın niteliğini belirlemede üç modelin başat olduğunu belirtmek gerekir. Birincisi, devletin yüksek öğretim alanını hızlı bir biçimde şekillendirmesinin bir sonucu olarak, yurt-dışına burslu statüde ve zorunlu hizmet karşılığında doktora eğitimine gönderilen akademisyenlerin istihdamına dayanan model; İkincisi, bölümlerin kendi bünyesinde doktora programlarından mezun olan ve çoğunlukla doktora yaptığı bölümde asistan statüsünde görev yapan akademisyenlerin istihdamı dayanan istihdam modeli ve son olarak, Öğretim Elemanı Yetiştirme Programı (ÖYP) olarak tanımlanan ve Türkiye'de "merkezi" konumda yer alan üniversitelerde doktora eğitimini tamamladıktan sonra ülke içinde yeni kurulan üniversitelerde zorunlu hizmet dayalı olarak akademik istihdam modeli. Türkiye'deki akademik istihdam modeli, Batı'daki üniversitelerin istihdam modellerinden oldukça farklı bir niteliğe sahiptir. Birincisi, devletin ve merkezi iktidarın akademik istihdam sürecine müdahale etme biçimi ve belirleme gücü akademik alanın inşasında önemli bir paya sahiptir. Gerek yurt-dışında öğretim elemanı yetiştirme, gerek ÖYP modeli³ çerçevesinde gerçekleştirilen istihdam modelinde akademik kurumların veya bölümlerin tercihlerinden daha ziyade merkezi olarak belirlenen bir seçim ve istihdam modelinin başat olduğu görülmektedir. Bu model, akademik birimlerin özerk işleyişini sınırlandırma ve akademik alanı biçimlendirme konusunda cumhuriyetten günümüze devletin akademik alana "aşırı hassas" olmasının bir göstergesidir.

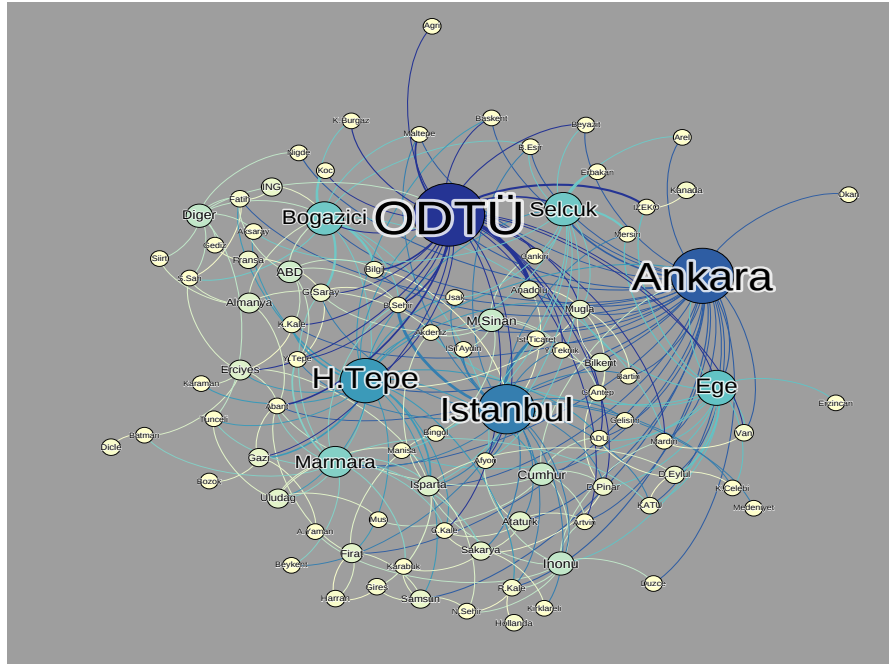
Diğer taraftan, doktora programı olan üniversiteler ve bölümler arasında ana eğilimin, 'usta-çırak ilişkisi' olarak adlandırabileceğimiz model çerçevesinde lisans-yüksek lisans-doktora

³ ÖYP uygulaması 2002 yılında ilk olarak Orta Doğu Teknik Üniversitesinde başlatılmıştır. Daha sonra, Hacettepe, Ankara, Ege, Gazi, Boğaziçi ve İstanbul Teknik üniversitelerinde yürütülmüştür. ÖYP aslında yurt içi ve yurt dışı lisansüstü eğitim programlarının harmanlanmasıyla elde edilmiş bir model ile öğretim üyesi yetiştirilmesini amaçlamaktadır. ÖYP modeli, başlangıçta öğretim elemanı kadrosu talep eden akademik kurumun yönetiminin görevlendirdiği kişilerin, ÖYP programı olan üniversitelerdeki yüksek lisans ve doktora yapan öğrenciler arasından gerçekleştirilen seçime katılımları ile söz konusu iken, daha sonraki düzenlemeler bu seçimi Yüksek Öğretim Kurulu'na devredilmiş ve merkezi seçime dayalı bir modele geçilmiştir.

aşamalarının çoğunlukla tümünün aynı kurumda gerçekleşmesine dayalı, 'iç-beslenmenin' (in-breeding) norm olduğu bir istihdam modelinin başat olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'de akademik kurumlar arasındaki istihdam ağı yakın zamana kadar dışardan öğretim elemanı istihdamına kapalı bir niteliğe sahiptir. Görece erken dönemde kurumsallaşmasını tamamlamış merkezi konumdaki üniversitelerin sosyoloji bölümlerinde tercih kendi mezununu istihdam etmek şeklindedir. Dolayısıyla, lisans, lisansüstü öğrencilikle birlikte yürütülen asistanlık sonrası öğretim üyeliği gibi tüm akademik aşamaların aynı kurumda gerçekleştiği bir akademisyen üretim tarzının yakın zamana başat model olduğu söylenebilir. 1990'dan sonra sayıları hızla artan devlet ve vakıf üniversitelerinde istihdam örüntüsü, merkezdeki üniversitelerden farklılık göstermektedir. Bu bölümlerde öğretim üyelerinin lisans ve lisansüstü eğitimleri farklı kurumlarda gerçekleştiği için kurumsal çeşitlilik yüksektir. Ancak, gelişimini hızlı tamamlayan ve doktora programı açma koşullarını sağlayan yeni akademisyen üretim mekanlarının da var olan başat istihdam modeline (iç-beslenme) kayma yönünde bir eğilim göstermektedir.

Sosyoloji Bölümleri Arasında İstihdam Ağı

Aşağıdaki grafik sosyoloji bölümlerinde aktif olarak çalışan öğretim üyelerinin lisans derecelerini aldıkları üniversitelere göre istihdam ağını göstermektedir. Grafikteki kurumları temsil eden düğmelerin büyüklüğü ve renk skalası (koyu maviden sarıya) akademisyen olarak istihdam edilen sosyoloji lisans mezunlarının kurumlara göre payını oransal olarak göstermektedir. Ayrıca, kurumlardan diğer kurumlara ilişki ağını gösteren okların rengi ve kalınlıkları ilişkinin yoğunluğunu ve etki alanlarını göstermektedir.



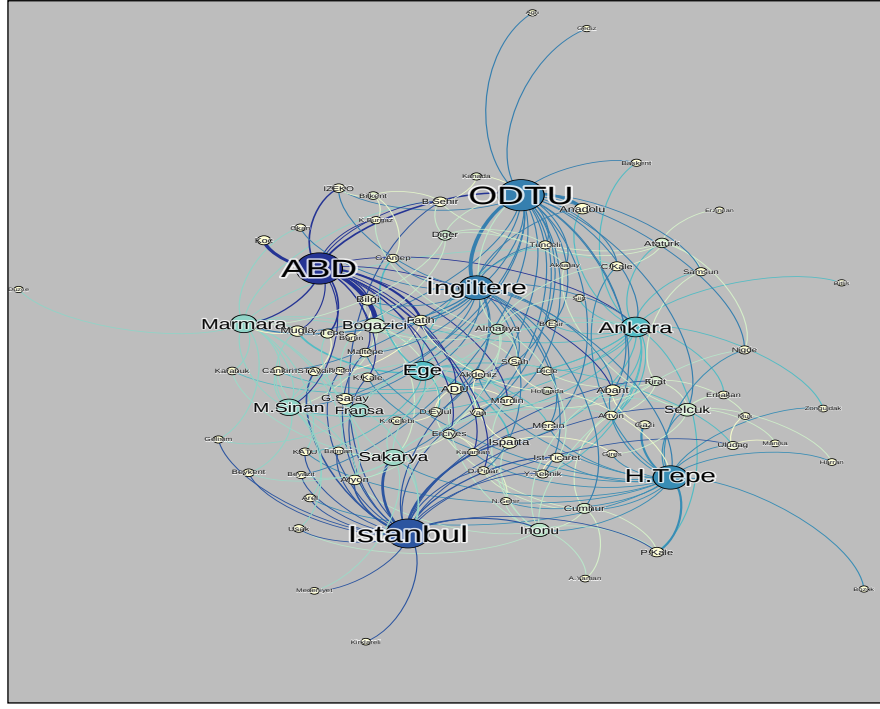
Şekil 1. Akademisyenlerin Lisanslarını Aldıkları ve İstihdam Edildikleri Bölümlere Göre İlişki Ağları

Buna göre, Türkiye’de sosyoloji bölümlerinde çalışan akademisyenlerin lisans derecelerini aldıkları bölümler itibari ile, bekleneceği üzere, en yüksek paya ODTÜ, Ankara, İstanbul ve Hacettepe Üniversitelerinin sahip olduğu görülmektedir. Bu merkezi konumdaki üniversiteleri Ege, Selçuk, Boğaziçi ve Marmara Üniversiteleri takip etmektedir. Üçüncü halkada ise, İnönü, Cumhuriyet ve Mimar Sinan Üniversiteleri gelmektedir. Merkezi konumdaki bölümlerin kendi etki alanlarında çevre üniversitelere kendi mezunlarını yerleştirdikleri görülmektedir. Bir anlamda, merkez üniversiteler bağlı uydu bölümlerin ortaya çıktığı söylenebilir.

Buna göre, ODTÜ’nin en güçlü ilişki ağları içinde Anadolu, Abant, Maltepe, Bilgi, Kemerburgaz, İzmir Ekonomi, Bahçeşehir, Muğla ve Adnan Menderes Üniversiteleri yer alırken, İstanbul Üniversitesi’nin en güçlü bağlarını, İstanbul Ticaret, İstanbul Aydın, Bahçeşehir, Sakarya, Cumhuriyet, Isparta ve Atatürk üniversiteleri ile tesis ettikleri görülmektedir. Hacettepe Üniversitesi ise, Gazi, Isparta SDÜ, Pamukkale, Fırat, Aksaray, Fatih ve Samsun Ondokuz Mayıs Üniversiteleri; Buna karşılık, Ankara Üniversitesi ise, Samsun, Pamukkale, Atatürk, Arel ve Okan Üniversiteleri ile daha yoğun ilişki içinde olduğu görülmektedir. İkinci halkada yer alan Boğaziçi Üniversitesi mezunlarının Bilgi, Koç ve Galatasaray Üniversitelerinde; Ege Üniversitesi mezunları ise, Dokuz Eylül, Mersin, Muğla, Akdeniz, Adnan Menderes ve İzmir Ekonomi Üniversitelerinde; Selçuk Üniversitesi’nin mezunları ise Erbakan, Mersin ve Çankırı Üniversitelerinde yoğunlaştıkları görülmektedir.

Tarihsel olarak kurumsallaşmasını görece erken dönemde tamamlamış bölümlerden lisans derecesini almış olanların akademisyenliğe geçiş oranlarının yüksek olması anlaşılır bir durumdur. Ancak, burada dikkate çekilmesi gereken en önemli husus, merkez konumdaki üniversitelerin birbirleri arasında yok denecek düzeyde sınırlı bir ilişkinin varlığıdır. Merkezi konumdaki bölümlerin kendi mezunlarını farklı üniversitelere yerleştirirken, kendi lisans mezunları dışında öğretim elemanı alma konusunda oldukça isteksiz oldukları görülmektedir. Dışarıdan istihdama en kapalı üniversiteler sırasıyla, İstanbul, Hacettepe ve Ege, dışarıya en açık üniversitenin ise Boğaziçi olduğu görülmektedir.

Doktora derecelerine göre istihdam örüntülerine bakıldığında (bkz. Şekil 2) bazı belirgin farklılıklar ve benzerlikler ortaya çıkmaktadır. Lisans dağılımında olduğu gibi, doktora açısından İstanbul, ODTÜ, Hacettepe ve Ankara ön plana çıkmaktadır. İkinci halkada ise, Ege, Mimar Sinan, Marmara ve Sakarya Üniversiteleri gelmektedir. Ancak, lisans dağılımından farklı olarak, yurt-dışı doktoralı öğretim üyelerinin payı Türkiye sosyolojisi içinde azımsanmayacak bir orana sahip olduğu görülmektedir.



Şekil 2. Akademisyenlerin Doktoralarını Aldıkları ve İstihdam Edildikleri Bölümler Göre İlişki Ağları

Akademisyenlerin başta ABD, İngiltere ve Fransa olmak üzere Kanada, Almanya ve Hollanda gibi Batılı ülkelerden doktora derecesini aldıkları belirtilmelidir. ABD ve İngiltere menşeli doktoralı akademisyenlerin çalıştıkları kurum açısından ilişki ağlarına baktığımızda, Boğaziçi, Bilgi, Koç, Fatih Üniversiteleri küresel sosyoloji bağlantıları en güçlü bölümleri arasındadır. Bunları, ODTÜ, Yeditepe, Maltepe, İzmir Ekonomi ve Muğla izlemektedir. Fransa ve Galatasaray arasındaki ilişki özel bir konuma işaret etmektedir ve kurumsal uzamda neredeyse üst üste bir çakışma söz konusudur. Diğer taraftan bir diğer önemli doktora üretim merkezi İngiltere'dir. İngiltere'den doktora derecesini alanlar içinde ODTÜ en yüksek paya sahip olduğu görülmektedir. ODTÜ'yü, Fatih, Bilgi, Marmara, Akdeniz, Muğla ve Adnan Menderes Üniversiteleri izlemektedir. İstanbul Üniversitesi, Hacettepe, Ankara ve Ege Üniversiteleri yurtdışı ile en zayıf bağlara sahip üniversiteler arasında gelmektedir. ODTÜ ve Boğaziçi Üniversiteleri ile İstanbul Üniversitesi'nin ağ üzerinde konumlanmaları küresel ve yerel arasındaki karşıt konumlamaları göstermektedir. Ankara ve Ege'nin konumu ise bu konumlanmaların ortasında bir yerde yer almaktadır. Ancak, her durumda merkez konumdaki sosyoloji bölümlerinin birbirleri ile ilişki ağının son derece sınırlı ve zayıf olduğu görülmektedir.

Lisansa dağılımına benzer bir örüntü doktora açısından da belirginleşmektedir. Merkez konumdaki bölümler ve bu bölümlerle güçlü bağları olan uydu sosyoloji bölümleri ortaya çıkmaktadır. Örneğin, İstanbul Üniversitesi, Sakarya, Isparta, Afyon, İnönü, İstanbul Aydın, İstanbul Ticaret ile görece güçlü bağlara sahipken, Hacettepe ise, Pamukkale, Gazi, Selçuk, Niğde, Cumhuriyet ve İnönü Üniversiteleri ile ilişkilerinin güçlü olduğu görülmektedir. Buna karşılık, Ankara ise, Artvin, Samsun, Atatürk, Dicle ile, Ege sosyoloji ise, Akdeniz, Muğla, Adnan Menderes, Dokuz Eylül, Katip Çelebi, Gaziantep ve Isparta ile güçlü bağlantılara sahip

olduğu görülmektedir. Lisans da olduğu gibi burada da temel yönelimin kendi mezununu tercih etmenin bir norm olarak karşımıza çıkmasıdır. Merkezde konumlanan bölümler arasında farklı bölümlerden doktoralarını alan öğretim üyelerini tercih etmek konusunda isteksizlik başat eğilimdir. Bu hususta, ODTÜ bir istisna gibi durmaktadır. Kendi doktora programı olduğu halde, dışarıdan istihdama en açık sosyoloji bölümü ODTÜ görünmektedir. Ancak, istisna gibi görünen bu durum, aslında istisna saymamak gerek; Zira, ODTÜ'nün istihdam tercihinde ortaya çıkan temel eğilim, kendi lisans öğrencilerini yurt-dışında doktora özendirme ve yine kendi lisans mezunları arasından doktora yapmış öğretim üyelerini istihdam etmektedir.

Sonuç

Türkiye'de son yıllarda sayıları hızla artan üniversitelerin bünyesinde kurulan sosyoloji bölümleri farklı istihdam modelleri ve tercihleri ile karmaşık bir kurumlar arası ilişki ağlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu artan karmaşık etkileşime rağmen, bazı yapısal süreklilikler ve yeni etkileşimlerin ortaya çıktığını veriler belirgin bir biçimde ortaya koymaktadır. Bu bağlamda analizlerden çıkan birkaç tespiti tekrar belirtmekte fayda var. Hem öğretim üyelerinin lisans ve doktora derecelerini aldıkları ve çalıştıkları kurumlar arasındaki etkileşimler haritası çok net bir biçimde Türkiye sosyolojisi içinde iki kutbun varlığını ortaya koymaktadır. Birincisi, ODTÜ, Boğaziçi ve İstanbul ve Hacettepe Sosyoloji bölümleri hem yüksek etki gücüne sahip hem de akademik uzayın iki karşıt kutbunda küresel-yerel bir aksta konumlanmaktadır. ODTÜ, Boğaziçi gibi küresel sosyoloji bağlantıları güçlü, özellikle ABD ve İngiltere gibi önemli akademik merkezlerden doktoralı öğretim üyelerini istihdam etmekte ve yabancı dilde eğitim veren özel/vakıf üniversitelerine öğretim elemanı transfer etmektedir. Buna karşılık, İstanbul ve Hacettepe yerel ve ulusal ölçekte güçlü bağlantılara sahip görünmektedir. İstanbul ve Hacettepe'nin etki alanlarının, Sakarya, İnönü, Gazi, Cumhuriyet, Pamukkale gibi üniversiteler olduğu görülmektedir.

Türkiye'de sosyoloji bölümleri arasında istihdam ağları açısından belirtilmesi gereken bir diğer husus ise, merkez ve çevre açısından iki farklı temel örüntü ortaya çıkmaktadır. Birincisi, İstanbul, Ankara, ODTÜ, Hacettepe, Boğaziçi ve Ege gibi merkezde konumlanan bölümler, kendi içinde görece yüksek homojenite ve merkezde konumlanan bu üniversitelerdeki bölümler arasındaki geçişkenliğin son derece düşük olduğu bir yapı ortaya çıkmaktadır. İkincisi, çevrede yeni kurulan, yer yer merkezdeki üniversitelerin uydusu görüntüsünde olan ve görece daha heterojen bir akademik kadro barındıran çevredeki kurumlar yer almaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'de "bölmelenmişlik ve süreksizlik" sorunu ilginç bir muammayı barındırmaktadır. Merkezde lisans ve doktora formasyonun özellikleri ile istihdam örüntüsünün yüksek homojenliği ve düşük geçişkenlik düzeyinin akademik bir habitusu aktarmak ve dolayısıyla bir akademik gelenek oluşturabilmesinin maddi altyapısına sahip olduğu söylenebilse dahi, bu durum bölümler içinde böylesi bir geleneğin üretilmesine yol açmamıştır. Diğer taraftan, çevrede yeni kurulan ve hızlı bir artış sergileyen bölümler görece daha heterojen bir nitelik sergilerken, merkezdeki bölmelenmişliği yeniden üreten bir nitelik sergilemektedir.

Türkiye’de sosyoloji, Fransa ve Birleşik Devletler gibi gelişmiş ülkelerdeki kurumsallaşmaya paralel, eş zamanlı ve erken bir dönemde üniversite sisteminin bir parçası olarak gelişme gösteren sosyolojinin, kendine özgü bir akademik geleneğe sahip olup olmadığı konusu üzerine bir ittifak olmamakla birlikte, cumhuriyetten günümüze siyasal iktidarların akademik alana müdahale etme biçimlerinin, genelde üniversitelerin, özelde ise sosyal bilimlerin görece özerk bir gelenek oluşturmaya ket vurduğu söylenebilir. Türkiye’de akademik istihdamın ana örüntülerine bakıldığında, hükümetlerin belirleyici bir paya sahip olduğu görülebilir. Diğer taraftan, bölümlerin kendi tercihleri söz konusu olduğunda ise, içten-beslenme ana eğilim olarak ortaya çıkmaktadır⁴. Türkiye’de akademisyen üretme tarzının, özellikle içten beslenmeye dayalı modelin, kuşaklar arası bir süreklilik ve yoğun etkileşimin varlığı düşünüldüğünde, akademik bir gelenek üretmeye uygun bir yapı arz ettiği düşünülebilir. Ancak, ne merkezde konumlanan bölümlerdeki yüksek homojenite ne de çevredeki bölümlerdeki yüksek kurumsal farklılık bölümler bazında epistemik geleneklerin inşasına elverişli yapı ortaya çıkaramamıştır. Bu durumu üreten en önemli faktör, bölümlerin gelenek oluşturma ve aktarmanın maddi ve kurumsal altyapısına sahip olmasına rağmen, sosyoloji bölümlerinin kuruluşundan itibaren akademik üretim ve istihdam süreçlerinde bölümlerin özerkliğinin olmaması ve iktidarın müdahalelerine sürekli açık olmasının bir sonucu olarak kurumlar arası ve bölüm içi rekabetin “episteme”lere dayalı akademik bir rekabet ve dayanışmadan ziyade, iktidar ile eklemlenme ve dışlanma süreçlerinin belirleyici olmasından ileri geldiği söylenmelidir.

Sosyoloji bölümlerinin oluşumları ve ilişki ağları bağlamında, Osmanlı’dan cumhuriyete geçişle birlikte, sosyoloji “ulusal toplumun” ideolojik altyapısını oluşturma görevi üstlenmiştir (Toprak, 2012). Dolayısıyla, Türkiye’de “bölmelenmişlik” ve “süreksizlik” olarak tanımlanan durum, aslında bir sorun olmaktan daha ziyade cari akademik habitus’un olağan işleyiş biçimidir. Bu bir patoloji veya anomaliden daha ziyade, iktidar seçkinlerinin akademik alana müdahale etme biçimlerinin yapılandığı bir süreçtir. Türkiye’de epistemik cemaatlerden ziyade, dar anlamıyla siyasallaşan bir akademik rekabetin yeniden üretimine dayalı bir kurumsallaşmanın varlığından söz edilebilir. Kısacası, iktidarların akademik alana çok yönlü müdahaleleri, dışa kapanma ve içten beslenmeyi derinleştirmekte ve bu durum alanın özerkliğini ve akademik geleneklerin oluşmasını zayıflatan bir etkiye sahip olmaktadır.

Teşekkür:

Araştırmanın verilerinin derlenmesinde ve Türkiye sosyolojisi üzerine entelektüel katkıları için Berivan Binay, Uğur Binici, Resul Taşçı’ya; emek ve ayrıntılı eleştirel katkıları için anonim hakemlere; Her aşamada yazı konusunda teşvik, entelektüel katkısı ve desteği için Roza’ya; teşekkürlerimi sunarım. Yazıdaki eksiklik ve hata elbette yazara aittir.

⁴ Kuşkusuz akademik istihdam konusunda, diğer akademik alanlar bağlamında da daha geniş ölçekli çalışmaların yapılması gereklidir. Böylesine genişletilmiş ve kapsamlı bir çalışma, bize Türkiye’deki akademik istihdam ilişki ağları ve bilim kurumlarının inşasında başat aktör ve yapıların neler olduğunu ortaya koymaya elverişli veriler sunacaktır. Zira, son yıllarda her kente bir üniversite açma politikasının bir yansıması olarak, üniversite üzerinde yerel güç ağlarının, nüfuzlu ailelerin akademik istihdam ve akademik kurumsallaşma tercihleri üstünde ne tür etkilere sahip olduğu başlı başına ilginç bir araştırma sorusu olabilir. Bu çalışmada sosyoloji özelinde böylesi bir veri elde bulunmamakla birlikte, bu konunun daha ayrıntılı ve sistematik araştırmalar ile araştırılması önem arz etmektedir. Bu bağlamda, bu konuya dikkatimi çeken anonim hakeme görüş ve eleştirileri için teşekkürlerimi belirtmek isterim.

Kaynakça

- Akpolat, Y. (2013). Erken Cumhuriyet Döneminde Türk Sosyolojisi. M. Çağatay Özdemir (Ed.), *Türkiye'de Sosyoloji* içinde (s. 75-95). Eskişehir 2013.
- Akşit, B. (1986). Türkiye'de Sosyoloji Araştırmaları: Bölmelenmişlikten Farklılaşma ve Çeşitlenmeye. Sevil Atauz, (Der), *Türkiye'de Sosyal Bilim Araştırmalarının Gelişimi* içinde (s. 195-232). Ankara: Türk Sosyal Bilimler Derneği.
- Aktay, Y. (2013). *Türk Sosyoloji Tarihine Eleştirel Bir Katkı*. İstanbul: Küre.
- Alver, K. (2014). Türk sosyolojisi: Tarzlar, İçerikler, Sınırlar. *Sosyoloji Divanı*, 2(4), 25-38.
- Asimaki, A. & Koustourakis, G. (2014). Habitus: An attempt at a thorough analysis of a controversial concept in Pierre Bourdieu's theory of practice. *Social Sciences*, 3, 121-131.
- Bourdieu, P. (1996). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Londra: Rourledge.
- Bourdieu, P. (1995). *Pratik Nedenler*. H. Tufan (Çev.). İstanbul: Kesit.
- Bulut, Y. (2011). Türkiye'de Sosyoloji Eğitimi. *Sosyoloji Dergisi*, 23(3), 1-18.
- Burris, V. (2004). The academic caste system: Prestige hierarchies in PhD exchange networks. *American Sociological Review*, Vol. 69 (2): 239-264
- Coşkun, I. (1991). Sosyoloji Bölümünün Tarihine Dair. I. Coşkun (Yay. Haz.). *75. Yılında Türkiye'de Sosyoloji* içinde (s. 13-23). Ankara: Bağlam.
- Crane, D. (2016). Sosyal Sınıf Kökeni ve Akademik Başarı: İki Tabakalaşma Sisteminin Akademik Başarı Üzerine Etkisi. B. Balkız ve V. S. Öğütle (Ed), *Bilim Sosyolojisi İncelemeleri: Temel Yaklaşımlar, Kavramlar ve Tartışmalar* içinde Ankara: Doğu-Batı.
- Çelebi, N. (2016). Sosyoloji Tarihimize Kısa Bir Bakış. *Sosyoloji Konferansları*, (52), 0-0. Doi: 10.18368/Iu/Sk.62303.
- Dépelteau, F. & C. Powell. (Eds). (2013). *Applying Relational Sociology: Relations, Networks, and Society*. New York: Palgrave MacMillan.
- Ergun, D. (1985). Türkiye'de Cumhuriyet Dönemi'nde Sosyoloji ve Gelişmesi. *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi C. 8* içinde s. 2161.
- Gökçe, B. (2000). Türkiye'de Sosyolojinin Gelişimi ve Örgütlenme Süreci. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, (1-2), Ankara 2000, s.74.
- Gönç-Şavran, T. (2011). İşlevselcilik-II: Parsons Sonrası İşlevselcilikte Gelişmeler. Serap Suğur (Haz.), *Modern Sosyoloji Tarihi*. Eskişehir: Açıköğretim.
- Kaçmazoğlu, H. B. (2003). *Türk Sosyoloji Tarihi II: II. Meşrutiyetten Cumhuriyete*. Ankara: Anı.

- Kaçmazoğlu, H. B. (2010). *Türk Sosyoloji Tarihi Üzerine Araştırmalar*. İstanbul: Kitabevi.
- Kasapoğlu, A. (1999). *60 Yıllık Gelenek DTCF'de Uygulamalı Sosyoloji: (Berkes- Boran-Çağatay-Güler-Nirun)*. Ankara: Ümit.
- Kaya, T. (2008). İçtimaiyat'tan sosyolojiye: İÜEF Sosyoloji Bölümü'nün tarihine ve sosyoloji dergisine dair. *Türkiye Araştırmaları Literatürü Dergisi*, 6(11): 713-730.
- Kongar, E. (1998). *Türk Toplum Bilimcileri*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Kayalı, K. (2003). *Türk Düşünce Dünyasında Yol İzleri*. İstanbul: İletişim.
- Kayalı, K. (2000). *Türk Düşünce Dünyasının Bunalımı*. İstanbul: İletişim.
- Memis, P. & Sağır, A. (2013). Yükseköğretimde yeni(lenmiş) istihdam örneği olarak ÖYP. *International Journal of Human Sciences*, 10(1), 74-100.
- Merton, R. (1968). The matthew effect in science. *Science*, 159, 56-63.
- Merton, R. (1973). The Normative Structure of Science. Norman W. Storer (Ed.), *The Sociology of Science* içinde. Chicago: University of Chicago.
- Özdemir, M. Ç. (Haz.). (2008). *Türkiye'de Sosyoloji*. Ankara: Phoenix.
- Scott, J. (2000). *Social Network Analysis: A Handbook*. New York: Sage.
- Sezer, B. (1991). Türk Sosyolojisinin Önündeki Sorunlar. I. Coşkun (Haz.), *75. Yılında Türkiye'de Sosyoloji* içinde. Ankara: Bağlam.
- Şahin, M. C. (2017). Türk Sosyolojisinin Kısa Tarihi: Dönemler, Şahıslar ve Ana Yönelimler. *İslâmi İlimler Dergisi*, 12(1), 7-41.
- Tatlıcan, Ü. & Çeğin, G. (2007). Bourdieu ve Giddens: Habitus veya Yapının İkiliği. Güney Çeğin, Emrah Göker, Alim Arlı, Ümit Tatlıcan (Haz.) *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi* içinde. İstanbul: İletişim.
- Toprak, Z. (2012). *Darwinden Dersime: Cumhuriyet ve Antropoloji*. İstanbul: Doğan Kitap.
- Wacquant, L. (2016). A concise genealogy and anatomy of habitus. *The Sociological Review*, 64(1), 64-72.
- Wasserman, S. & Faust, K. (1994). *Social Network Analysis: Methods and Applications*. New York: Cambridge University.



Sağlık Çalışanlarında Duygusal Emek ile İlgili Yapılan Çalışmalara Yönelik Bir İnceleme

An Examination For Studies Related to Emotional Labour on Health Personnel

Arş. Gör. Birol Yetim¹ - Doç. Dr. Gülsün Erigüç²

Başvuru Tarihi: 05.03.2018

Kabul Tarihi: 09.04.2019

Öz

Bu çalışmanın amacı, duygusal emek kavramı ile ilgili Türkiye’de ve sağlık alanında yapılmış olan araştırmaları incelemek; araştırmaların yapıldığı hedef grupları ortaya koymak; kullanılan ölçekleri tespit etmek ve bundan sonraki çalışmalarda yol gösterici olabilmektir. Duygusal emek ile ilgili yapılmış çalışmalara ulaşabilmek için YÖK Tez Arama Merkezi, Ulakbim, Google Akademik, Science Direct, Scopus ve EBSCOhost elektronik veri tabanları taranmıştır. Ulaşılan araştırmalar bu çalışma için belirlenen kriterlere göre elenmiş ve 19 araştırma çalışmaya dâhil edilmiştir. Elde edilen tanımlayıcı bulgular, çalışmaların yaklaşık % 73’ünün araştırma makalesi; % 21,6’sının yüksek lisans tezi ve % 5,25’inin ise doktora tezi olduğunu göstermektedir. Çalışmalarda duygusal emek kavramıyla birlikte en çok incelenen kavramlar ise sırasıyla, tükenmişlik, işten ayrılma niyeti ve çalışan davranışlarıdır.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Emek, Sağlık Çalışanları, Literatür İncelemesi

Abstract

The aim of this study is to examine related studies with emotional labour carried out in Turkey and in health field; to identify target groups of the studies, to determine scales that have been used and to be a guidance for further studies. Electronic databases of YÖK Thesis Search Center, Ulakbim, Google Academic, Science Direct, Scopus, and EBSCOhost were scanned in order to reach to studies related to emotional labour. Studies were eliminated by considering elimination criteria for this review and 19 studies were included in this study. Descriptive study findings show that 73 % of the studies were research articles, 21.6 % of them are master’s thesis and 5.25 % of them are doctorate thesis. The most examined concepts in the studies, together with the concept of emotional labour, are burnout, turnover intention and employee behaviours, respectively.

Keywords: Emotional Labour, Health Personnel, Literature Review

¹ Hacettepe Üniversitesi İİBF, birolyetim@hacettepe.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1294-1874

² Hacettepe Üniversitesi İİBF, geriguc@hacettepe.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5186-9345

Giriş

Son yıllarda hizmet sektörünün hızla büyümesi ile birlikte, “*insanın bilinçli olarak girdiği çalışma sürecinin, kendi iç dünyasında uyandırdığı izlenim*” olarak tanımlanan duygusal emek kavramı, birçok mesleğin ve hizmet alanının vazgeçilmez bir bileşeni olmuştur (Basım ve Beğenirbaş, 2012, s.2). Zira teknolojik gelişmeler ve yoğun çalışma temposu nedeniyle, çalışanlar çoğu zaman stresli, yorgun ve mutsuzdur. Bunlara rağmen örgüt yöneticileri, çalışanlarından işlerini en iyi şekilde yapmalarını beklemektedirler. Bunun bir sonucu olarak da, çalışanlardan hissettikleri olumsuz duyguları karşı tarafa yansıtılmaları hatta işlerinin gerektirdiği duyguları sergilemeleri istenmektedir (Kafadar ve Kaygın, 2017, s.78). Bu istek, çalışanların müşteriler ile daha fazla temas kurmalarına ve beraberinde bir takım özelliklerini de ön plana çıkarmalarına neden olmaktadır. Günümüzde sadece işin doğru yapılması çoğu zaman yeterli görülmemekte aynı zamanda çalışanlardan doğru davranışlar sergileyerek onlardan hizmet alan kişilerin taleplerini yerine getirecek duygular ile işlerini yapmaları ve böylelikle müşteri memnuniyetini olabildiğince iyileştirmeleri istenmektedir (Çelik ve Turunç, 2011, s. 228). İşte tam burada ifade edilen “duygular ile işlerini yapmak” yapılacak işten kaynaklanan ya da işe karşı hissedilen bir duygu ile hareket etmek değildir. Aksine işi belirlenmiş bir duygu ifadesi takınarak yapmak ve hizmet alan kişilerde o hissi uyandırmaktır. Bu çabaya ise “duygusal emek” denilmektedir (Seçer, 2005, s. 814).

İşgören ve müşteri ilişkilerinde sadece doğru davranış sergilemenin yeterli görülmediği, işgörenlerden hizmet alanlara karşı duygusal davranışlar göstermeleri beklendiği günümüzde, duygusal emek kavramı, özellikle hizmet sektörü için oldukça önemlidir. Ancak bu durum hizmet sektöründe bir takım olumlu ve olumsuz durumları beraberinde getirebilir. Verimlilik artışı, sunulan hizmetin kalitesinin yükselmesi ve müşteri memnuniyetinin artması, duygusal emek sonucu ortaya çıkan olumlu durumlar arasında sayılabilir. Ancak işgörenin psikolojik ve fizyolojik rahatsızlıklar yaşaması, tükenmişlik ve yabancılaşma gibi durumlar meydana gelebilmektedir (Oral ve Köse, 2011, s. 465).

Duygusal Emek

Literatür incelendiğinde duygusal emek kavramını ilk olarak 1979 yılında Arlie Russell Hochschild’in “The Managed Heart” adlı kitabında ele aldığı görülmektedir (Hochschild, 1979). Takip eden yıllarda duygusal emek konulu yeni çalışmalar yapılmış ve duygusal emek kavramı farklı bakış açılarıyla ele alınmıştır. Üzerinde çok sayıda araştırma yapılmış olsa da, duygusal emek kavramı sıklıkla dört yaklaşım ile incelenmektedir (Tunç, 2012, s. 43). Bunlar araştırmaların yapıldıkları yıllara göre sırasıyla; Hochschild yaklaşımı (1979), Ashforth ve Humphrey yaklaşımı (1993), Morris ve Feldman yaklaşımı (1996), ve Grandey yaklaşımıdır (2000).

Hochschild’in Duygusal Emek Yaklaşımı

Bu yaklaşımlardan Hochschild’in (1983, s.7) yaptığı tanıma göre duygusal emek, çalışanların duygularını yöneterek, gözlemlenebilir yüz ve beden hareketleriyle karşı tarafa yansıtması demektir. Ayrıca Hochschild’e göre duygusal emek bir ücret karşılığında yapılmaktadır ve bu nedenle değişim değeri vardır. Öte yandan duygusal emek kavramını derinlemesine ve yüzeysel

davranışlar olmak üzere iki temel mekanizma olarak ele almaktadır. Hochschild derinlemesine davranışı, işgörenin gösterdiği bir çabanın ürünü olmayıp duyguların doğal bir şekilde ifade edilmesi olarak tanımlarken yüzeysel davranışı, işgörenin davranışlarını değiştirerek aslında hissetmediği bir duyguyu hissediyormuş gibi davranması olarak ifade etmektedir.

Hochschild, meslek gruplarını duygusal emek gerektiren ve gerektirmeyen meslekler olarak ikiye ayırmıştır. Hochschild'in yaptığı sınıflandırmaya göre duygusal emek gerektiren meslek gruplarının başında; avukatlar, doktorlar ve öğretmenler, yöneticiler, satış görevlileri, memurlar, çocuk bakıcıları ve garsonlar gelmektedir. Ayrıca Hochschild çalışma sonucunda bu meslek gruplarında çalışan kadınların erkeklere göre duygusal emek davranışı sergileme konusunda daha başarılı olduklarını bulmuştur (Hochschild, 1983, ss. 244-251).

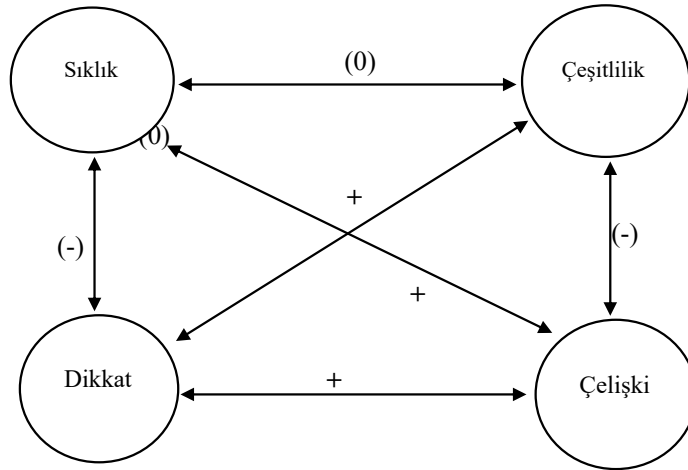
Ashforth ve Humphrey'in Duygusal Emek Yaklaşımı

Duygusal emek kavramını, hizmet süreci boyunca örgütün arzulamış olduğu davranışların örgütten hizmet alanlara yansıtılması olarak tanımlayan Ashforth ve Humphrey, Hochschild'in iki boyutlu duygusal emek kavramına ek olarak samimi davranış kavramını da kullanmışlardır ve duygusal emeği, derinlemesine davranış, yüzeysel davranış ve samimi davranış olmak üzere 3 temel mekanizmada ele alıp incelemişlerdir (Ashforth ve Humphrey, 1993, s. 88). Yazarlar, derinlemesine davranış ve yüzeysel davranış gösteren işgörenlerin bu davranışlar için bir çaba içinde oldukları için belirli bir zaman sonra bu davranışların artık kendiliğinden gerçekleşebileceğini ileri sürmektedir. Ancak samimi davranışı, işgörenlerin gerçekten hissettiklerini yansıtması olarak tanımlamaktadırlar. Yani samimi davranış türünde işgörenlerin işin ya da örgütün isteklerine göre rol yapmasına gerek yoktur.

Bu yaklaşımı Hochschild'in (1983) duygusal emek yaklaşımından ayıran en önemli özellikse, yaklaşımın çalışan davranışlarının nedenlerinden ziyade doğrudan davranışın kendisine odaklanmasıdır. Çünkü Ashforth ve Humphrey'e göre hizmet sunumunda önemli olan şey dışarıdan gözlemlenebilen davranışlardır (Pugh, 2001, s. 1024).

Morris ve Feldman'ın Duygusal Emek Yaklaşımı

Morris ve Feldman (1996, s. 987) ise, duygusal emeği kişiler arası ilişkilerde örgütün istediği duyguları sergileyebilmek için sarf edilen çaba, planlama ve kontrol olarak tanımlamaktadır. Diğer yaklaşımlardan farklı olarak bu yaklaşıma göre, işgörenin o anda hissettikleri duygu ile sergilemesi gereken davranış bir uyum içinde olabilir ancak örgütün istediği davranışın tam anlamıyla sergilenmesi için işgörenin bir çaba sarf etmesi gerekmektedir.



Şekil 1. Duygusal Emek ve Boyutları Arasındaki İlişki

Kaynak: Morris ve Feldman (1996, s.993)

Bu yaklaşımda duygusal emek, birbirini etkileyen 4 boyutta ele alınmıştır (bkz. Şekil 1). Bunlar (Morris ve Feldman, 1996, ss. 989-994);

Uygun duygusal davranışın gösterilmesindeki sıklık; duygusal emek davranışın işgörenlerin müşteri ile ne kadar sık iletişime geçtiği ile yakından ilgilidir. Bu sıklık arttıkça işgörenler örgüt kurallarını daha çok sergilemek zorunda kalacak ve bu durum işgörenler için daha çok duygusal emek ihtiyacını ortaya çıkaracaktır. Ayrıca davranış sıklığı ile duygusal çelişki arasındada pozitif bir ilişki vardır. Yani işgörenlerin müşteriler ile iletişimi uzadıkça ve davranış sıklığı arttıkça daha fazla duygusal çelişki yaşayacaktır.

Gerekli davranış kurallarına gösterilen dikkat; işgörenler örgütün belirlediği kurallara daha çok dikkat ettikçe hem psikolojik olarak hem de fiziksel olarak daha çok çaba harcamak zorunda kalacaklar.

Duyguların çeşitlilik ise bir diğer boyuttur. İşgörenler müşterilerine ne kadar çok duygu yaşatmak zorunda kalırsa o kadar çok duygusal emeğe ihtiyaç duyacaktır. Bu durum ise davranışların çeşitlenmesine neden olmak ile beraber işgörenlerin davranışlarını daha çok kontrol altında tutmaya zorlanmasına neden olacaktır.

Duygusal çelişki ise dördüncü boyut olarak karşımıza çıkmaktadır. Duygusal çelişki ise, işgörenden sergilemesi istenilen davranış ile işgörenin sergilediği davranış arasındaki fark olarak tanımlanabilir.

Grandey'in Duygusal Emek Yaklaşımı

Bir diğer yaklaşım ise; Grandey'in (2000) yaklaşımıdır. Yazara göre duygusal emek, işgörenlerin örgütün talep ettiği şekilde duygularını ayarlama sürecinde harcadıkları çaba olarak tanımlanmıştır (Grandey, 2000). Ayrıca yazar, çalışanların duygusal emek davranışları üzerinde etkili olan dört temel faktör üzerinde durmaktadır. Bu faktörler; iletişimin türü ve içeriği, iletişimin geçiciliği, etkileşim sürecindeki otonomi ve etkileşimin karmaşıklık düzeyidir (Grandey ve Diamond, 2010, s. 339).

Yazar, konu hakkında yapılmış önceki çalışmalarını bütünleştirerek yeni bir duygusal emek modeli geliştirmiştir. Bu model öncelikle, eski çalışmaların bir birleşimi niteliğindedir. Bu çalışmanın önemi ise, yazar işgörenlerin yeni bir durum ile karşılaştığında duygularını kontrol etmesi olarak tanımladığı duygu düzenlemesi kavramını yeni modele eklemesidir (KöseOral ve Türesin, 2011, s. 170).

Duygusal Emek Davranışları

Önceleri derinlemesine ve yüzeysel davranış olarak ele alınan duygusal emek davranışları Ashforth ve Humphrey'in 1993 yılında yaptıkları çalışmalarında bu iki davranışa ek olarak samimi davranış eklemeleriyle birlikte üç alt başlıkta ele alınmaya başlanmıştır.

Yüzeysel Davranış

Yüzeysel rol yapma olarak da ifade edilen yüzeysel davranış, çalışanların örgüt tarafından istenilen duyguları yüz ifadelerinde, jest ve mimiklerinde ya da ses tonlarında değişiklik yaparak hissediyormuş gibi yansıtılmaları olarak tanımlanabilir (Chu ve Murrman, 2006, s.1182). Zira çalışanlar kendi duygularına değil işlerinin gerektirdiği davranışlara odaklanmaktadır (Hochschild,1983). Aslında bu durum çalışanların gerçek duyguları ile yansıttıkları hisler arasında bir uyumsuzluk olduğu anlamına da gelir. Bu nedenle yüzeysel davranış için duygusal uyumsuzluk/çelişki kavramı da kullanılmaktadır (Grandey, 2003, s.87). Yüzeysel davranış, olumsuz duyguların bastırılıp olumlu duygular içindeymiş gibi davranmak olarak da tanımlanabilir. Çünkü, çalışanlardan genelde müşterilerine güler yüzlü davranmaları ve onlara karşı olumlu tavırlar sergilemeleri istenir (Diefendorff vd., 2005, s.340). Ancak bu durum çalışanlarda; iş stresi, rol belirsizliği ya da duygusal tükenme gibi bir takım sorunlar doğurabilir (Pugliesi ve Karen, 1999, s.130).

Derinlemesine Davranış

Derinlemesine davranış, çalışanların beklenen davranışları gerçekten hissedebilmek için kendilerini zorlamaları olarak tanımlanabilir (Diefendorff, vd. 2005:340). Çünkü derinlemesine davranışta, yüzeysel davranışta olduğu gibi hissedilen duygu ve davranışlar arasında bir çelişki yoktur. Dahası çalışanlar bu duyguları gerçekten hissetme çabası içindedir (Kocabaş, 2014, s.13). Bu nedendir ki; literatürde derinlemesine davranış için duygusal çaba kavramı da kullanılmaktadır. Hochschild ise; derinlemesine davranış, pasif ve aktif derinlemesine davranış olarak ikiye ayırmaktadır. Yazara göre; bireyler istenilen duyguyu hissetmek için bir çaba içindeyse ve kendini o duyguyu hissetmek için ikna etmeye çalışıyorsa aktif derinlemesine

davranış içersindedir. Ancak söz konusu duygular herhangi bir çabaya ihtiyaç duyulmadan çalışanlar tarafından hissedilebiliyorsa pasif derinlemesine davranış söz konusudur (Kızanıklı,2014, s.21).

Samimi Davranış

Ashforth ve Humphrey'e göre; çalışanların onlardan beklenen davranışları yerine getirebilmeleri için her zaman rol yapmalarına gerek yoktur. Kimi zaman sergilemeleri beklenen duygular çalışanların gerçek duyguları olabilir (1993, s.94). Dolayısıyla samimi davranış, çalışanların hizmet sunarken, örgütün beklediği ya da işin gerektirdiği davranışların bir rol sonucu ya da örgüt istediği için değil de çalışanların kendi içinden geldiğinde ve samimi duygular ile hissettiğinde sergilenmesidir (Bıyık, 2014, s.24).

Veri Toplama Aracı ve Yöntemi

Bu çalışma, Türkiye'de sağlık alanında yapılmış duygusal emek ile ilgili araştırmalara yönelik bir literatür incelemesidir. Çalışma kapsamında, uygun veri kaynakları kullanılarak duygusal emek ile ilgili yapılan araştırmalar belirlenmiş ve belirlenen ölçütler doğrultusunda elemeler yapılmıştır. Elemeler sonucunda değerlendirilmeye alınan araştırmalar; yazarı, yayın yılı, örneklem seçimi, araştırma türü ve elde edilen sonuçları bakımından incelenmiştir.

Duygusal emek ile ilgili Türkiye'de ve sağlık alanında yapılan araştırmaların tamamına ulaşabilmek için arama motoru olarak; YÖK Tez Arama Merkezi, Ulakbim, Google Akademik, Scencedirect, Scopus, Ebscohost ve Asosindex kullanılmıştır. Kullanılan anahtar kelimeler, arama kriterleri ve araştırmanın sınırlılıkları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1. Araştırma Tarama Kriterleri

Veri Tabanları	<ul style="list-style-type: none"> • YÖK Tez Arama Merkezi • Ulakbim • Google Akademik • Sciencedirect • Scopus • Ebscohost • Asosindex
Anahtar Kelimeler	<ul style="list-style-type: none"> • Duygusal Emek • Emotional Labour • Emotional Labor
Arama Kriterleri	<ul style="list-style-type: none"> • Araştırmanın Türkiye’de yapılmış olması. • Türkçe ya da İngilizce yazılmış olması. • Yapılan çalışmaların sağlık alanında veya hemşireler, hekimler ya da sağlık çalışanları üzerinde yapılmış olması. • Mart 2017’ye kadar yayımlanmış bir araştırma olması. • Tez ya da yayımlanmış makale olması.

Tablo 1’de belirtilen anahtarlar kelimeler ve arama kriterleri doğrultusunda yapılan tarama sonucunda toplam 23 çalışma tespit edilmiştir. Ancak yazarları tarafından erişim kısıtlaması konulduğu için, 4 tezin tam metinlerine ulaşamamıştır. Ayrıca Türkay ve arkadaşlarının (2011, s. 210) ve Ünlü ve Yürür’ün (2011, s. 192) hizmet sektöründe duygusal emek konulu çalışmaları sağlık çalışanlarını kapsasa da sadece sağlık alanına yönelik bir çalışma olmadıkları için bu çalışmaya dahil edilmemiştir.

Çalışmaya dahil edilen ve tam metnine ulaşılan araştırmalar ise; yazarı, araştırma örnekleme ve sonuçları bakımından aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 2. Çalışma Kapsamına Alınan Duygusal Emek Konulu Çalışmalar

No	Yazar(lar)/Tarih	Araştırma İsmi	Türü	Örnekleme	Araştırma Yöntemi	Sonuç
1	(Değirmenci, 2010)	Hemşirelerin Duygusal Emek Davranışı Ve Etkileyen Faktörler	Y. Lisans Tezi	Hemşireler	Duygusal Emek Davranışları Ölçeği	Hemşirelerin en çok derinlemesine, en az ise bastırma davranışını kullandıkları ve duygusal emek davranış ölçeğinin üç alt boyutu olan derinlemesine, rol yapma ve bastırma davranışları ile bağımsız değişkenler arasında anlamlı ilişkilerin olduğu (p<0.05) saptanmıştır.

2	(Çalıdağ, 2010)	Duygusal Emek Davranışlarının Sağlık Çalışanlarında İş Sonuçlarına Etkileri	Y. Lisans Tezi	Sağlık Çalışanları	Duygusal Emek Ölçeği	Duygusal emek öncüllerinden müşteri etkileşim beklentileri, denetleyici desteği ve iş arkadaşları desteği, duygusal emek davranışları üzerinde pozitif yönde etkiye sahip bulunmuştur.
3	(Köse vd., 2011)	Duygusal Emek Davranışlarının İşgörenlerin Tükenmişlik Düzeyleri İle İlişkisi Üzerine Sağlık Sektöründe Bir Araştırma	Araştırma	Hekimler	Duygusal Emek Ölçeği; Maslach Tükenmişlik Envanteri	Kamu sektöründe çalışanların yüzeysel davranış gösterme ve duygusal çaba harcama boyutlarında özel sektördekilere oranla daha yüksek ortalamalara sahip oldukları görülmüştür.
4	(Oral vd., 2011)	Hekimlerin Duygusal Emek Kullanımı İle İş Doymu Ve Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Araştırma	Araştırma	Hekimler	Duygusal Emek Ölçeği; İş Doymu Ölçeği; Tükenmişlik Ölçeği	Buna göre, kamu sektöründe çalışanlar özel sektördekilere oranla daha fazla yüzeysel davranış göstermekte ve daha fazla duygusal çaba harcamaktadırlar. Elde edilen sonuçlar literatürle ters düşmemektedir.
5	(Onay, 2011)	Çalışanın Sahip Olduğu Duygusal Zekâsının Ve Duygusal Emeğinin, Görev Performansı Ve Bağlamsal Performans Üzerindeki Etkisi	Araştırma	Hemşireler	Duygusal Emek Ölçeği	Çalışanların özellikle iş yaşamlarında yaptıkları işe yönelik "derin davranış" sergilemeleri yönünde kendilerini geliştirmeleri ve duygusal zekâ boyutları arasında bulunan temel faktörleri etkin bir şekilde yönetme becerisine sahip olmaları durumunda "iş performanslarında da olumlu gelişmeler olacaktır.
6	(Tunç, 2012)	Yoğun Bakım Hemşirelerinin Hastalarla İlişkilerinde Duygusal Emek Olarak Empati	Y. Lisans Tezi	Hemşireler	Duygusal Emek Ölçeği; Empatik Eğilim Ölçeği	Yoğun bakım hemşirelerinin empati düzeylerinin daha yüksek olmadığı, duygusal emek stratejilerinden derinlemesine davranışı daha fazla kullanmadıkları ve yaşam kalitesi algılamalarının daha olumsuz olduğunu göstermiştir.
7	(Kaya ve Tekin, 2013)	Duygusal Emek Kavramı Çerçevesinde Sağlıkta Yeniden Yapılanma	Derleme	-	-	Duygusal emek konusunda yabancı literatürde çok sayıda kuramsal ve uygulamalı çalışmalar bulunmasına karşın ülkemizde bu alandaki çalışmalar oldukça yeni ve sınırlı sayıdadır.
8	(Yıldırım ve Erul, 2013)	Duygusal Emek Davranışının İşgörenlerin Tükenmişlik Düzeylerine Etkisi	Araştırma	Hemşireler	Maslach Tükenmişlik Ölçeği; Duygusal Emek Davranışları Ölçeği	Duygusal emek davranışı ile tükenmişlik düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.
9	(Öğüt vd., 2013)	A Research To Determine The Effects Of Emotional Labour On Emotional Exhaustion And Job Satisfaction: The Case Of Health Institutions	Araştırma	Sağlık Çalışanları	Duygusal Emek Ölçeği	Çalışanların duygusal emek ve duygusal tükenmişlikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.
10	(Çağlıyan, vd., 2013)	A Consideration On Emotional Labour, Burnout Syndrome And Job Performance: The Case Of Health Institutions	Araştırma	Sağlık Çalışanları	Duygusal Emek Ölçeği; Tükenmişlik Ölçeği	Duygusal emek seviyeleri ile çalışma performansları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.
11	(Serin, 2014)	Duygusal Emeğin Tükenmişlik Ve İş Tatminine Etkisi: Sağlık Sektöründe Bir Uygulama	Y. Lisans Tezi	Sağlık Çalışanları	Duygusal Emek Ölçeği	Cinsiyete göre duygusal emek değerlendirildiğinde kadınların erkeklere göre daha samimi davranışlar sergilediği görülmüştür.
12	(Tunç vd., 2014)	Yoğun Bakım Ve Yataklı Servis Hemşirelerinde Duygusal Emek Stratejilerinin Empatik Eğilim Açısından İncelenmesi	Araştırma	Hemşireler	Duygusal Emek Ölçeği; Empatik Eğilim Ölçeği	Yoğun bakım hemşirelerinin empati eğilimlerinin daha yüksek olmadığı ve duygusal emek stratejilerinden derinlemesine davranışı ve duygusal çabayı daha fazla kullanmadıkları bulunmuştur.
13	(Ozturk, vd., 2015)	Emotional Labor Levels Of Nurse Academicians	Araştırma	Hemşireler	Duygusal Emek Ölçeği	Çalışanların duygusal seviyeleri ve bu faktörler onların duygusal emek düzeylerini etkilemektedir.

14	(Anafarta, 2015)	Job Satisfaction As A Mediator Between Emotional Labor And The Intention To Quit	Araştırma	Sağlık Çalışanları	Duygusal Emek Ölçeği	İfade edilen duygular ile iş doyumu arasında herhangi bir ilişki bulunamamıştır. İş doyumu, duygusal emek ve iş bırakma niyeti arasındaki ilişki de önemli ölçüde aracılık rolü üstlenir.
15	(Beğenirbaş, 2015)	Psikolojik Sermayenin Çalışanların Duygu Gösterimleri Ve İşe Yabancılaşmalarına Etkileri: Sağlık Sektöründe Bir Araştırma	Araştırma	Sağlık Çalışanları	Duygusal Emek Ölçeği	Psikolojik sermayenin duygusal emek alt boyutları ile işe yabancılaşma üzerinde önemli etkilere sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca katılımcıların duygusal emeklerinin psikolojik sermaye ve işe yabancılaşma arasında anlamlı aracılık rolüne rastlanılmamıştır.
16	(Kesen ve Akyüz, 2016)	Duygusal Emek Ve Prososyal Motivasyonun İşe Gömülmüşlüğü Etkisi: Sağlık Çalışanları Üzerine Bir Uygulama	Araştırma	Sağlık Çalışanları	Duygusal Emek Ölçeği; Prososyal Motivasyon Ölçeği; İşe Gömülmüşlük Ölçeği	Duygusal emeğin derinden rol yapma ve doğal duygular boyutu çalışanların prososyal motivasyonunu artırırken yüzeysel rol yapma boyutu prososyal motivasyonu anlamlı bir şekilde etkilememektedir.
17	(Naktiyok ve Ağırman, 2016)	İş Odaklı Duygusal Emek Ve Duygusal Tükenme Arasındaki İlişkide Çalışan Odaklı Duygusal Emek Ve Mesleki Bağlılığın Aracılık Etkisi	Araştırma	Hemşireler	İş Odaklı Duygusal Emek Ölçeği	Duygusal emek ve duygusal tükenmişlik arasındaki ilişkiyi ele alan daha önceki araştırmalardan farklı olarak mesleki bağlılığın bu ilişkideki rolü vurgulanmakta ve elde edilen sonuçlar, ilgili literatür kapsamında tartışılmaktadır.
18	(Çelik ve Yıldız, 2016)	Duygusal Emek Düzeyinin İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Stresin Aracı Rolü	Araştırma	Hemşireler	Duygusal Emek Ölçeği; İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği; İş Stresi Ölçeği	Yüzeysel rol yapmanın stresi ve işten ayrılma niyetini pozitif ve anlamlı olarak etkilediği, doğal duygular sergilemenin ve stresin işten ayrılma niyetini anlamlı olarak etkilediği ve yüzeysel rol yapmanın işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde stresin aracı rolünün bulunduğu tespit edilmiştir.
19	(Değirmenci, 2016)	Hemşireler İçin Duygusal Emek Davranışı Ölçeğinin Geliştirilmesi	Doktora Tezi	Hemşireler	-	"Hemşirelerin Duygusal Emek Davranışı Ölçeği" isimli 24 madde ve 5'li Likert tipinde 3 alt boyuttan oluşan bir ölçek geliştirilmiştir.

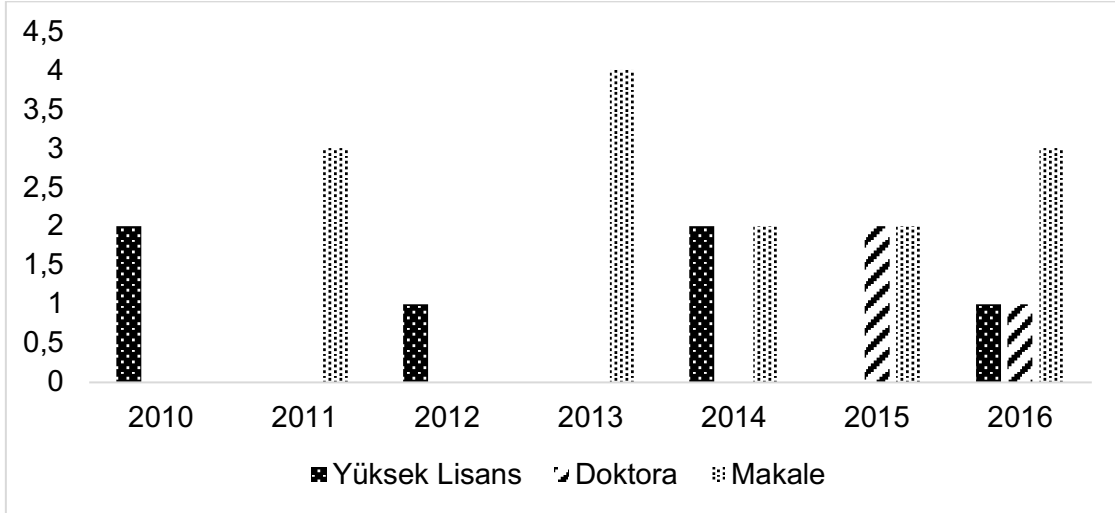
Bulgular

Bu bölümde değerlendirmeye alınan araştırmalara ilişkin bulgular yer almaktadır. Belirlenen kriterler çerçevesinde yapılan tarama sonucunda 23 çalışma bulunmuştur. Bu çalışmaların 6'sı yüksek lisans tezi, 3'ü ise doktora tezidir. Ancak 4 çalışmanın tam metnine yazarları tarafından erişim kısıtlanması konulduğu için ulaşılamamıştır. Tespit edilen çalışmaların 14'ü ise makaledir. Ancak bu makalelerin 13'ü araştırma makalesi, 1'i ise derlemedir.

Tablo 3. Araştırmaya Alınan Çalışmaların Türlerine Göre Dağılımı

Çalışma Türü	Sayı	%
Yüksek Lisans (6*)	4	21,06
Doktora (3*)	1	5,26
Makale	14	73,68
Toplam (23*)	19	100,00

* Tam metnine ulaşılamayan çalışmalar da dahil edildiğinde.



Şekil 2. Duygusal Emek Konulu Araştırmaların Türlerine ve Yıllara Göre Dağılımları

Çalışma kapsamında ele alınan araştırmaların yıllara ve türlerine göre dağılımı incelendiğinde ise (tam metnine ulaşılamayan çalışmalar da dahil olmak üzere); Türkiye’de sağlık alanında yapılmış duygusal emek konusu ile ilgili ilk çalışma 2010 yılında yüksek lisans tezi olarak yapılmıştır. 2010 yılı itibari ile her yıl en az iki çalışma yapıldığı görülmektedir (bknz. Şekil 2). Literatür incelendiğinde de duygusal emek kavramının 1980’li yıllara kadar uzandığı görülmektedir. Ancak ülkemizde sağlık alanında bu konuya yönelik ilk çalışma 2010 yılında yapılabilmektedir. Dolayısıyla sağlık alanının da duygusal emek konulu yeni ve kapsamlı araştırmaların yapılmaya ihtiyaç duyulduğu söylenebilir.

Tablo 4. Değerlendirmeye Alanına Makalelerde Kullanılan Anahtar Kelimeler

Anahtar Kelimeler	Sayı	%
Duygusal Emek (İş Odaklı Duygusal Emek, Çalışan Odaklı Duygusal Emek)	14	26,93
Tükenmişlik (Duygusal Tükenmişlik, Tükenmişlik Sendromu)	5	9,62
İşten Ayrılma Niyeti	3	5,76
Yüzeysel Davranış	3	5,76
Derinlemesine Davranış	3	5,76
Sağlık Çalışanları	2	3,85
Görev ve Bağlamsal Performans	2	3,85
İş Tatmini	2	3,85
Stres	1	1,92
Diğer	17	32,70
Toplam	52	100,00

Tablo 4’de araştırma kapsamında değerlendirmeye alınan makalelerde kullanılan anahtar kelimeler verilmiştir. İncelenen 14 makalede, % 26,93 (14) ile en çok kullanılan anahtar kelimenin duygusal emek olduğu görülmektedir. 13 kullanımdan birinde “iş odaklı duygusal emek” birinde ise “çalışan odaklı duygusal emek” kavramlarının kullanıldığı tespit edilmiştir. 14 makalede duygusal emek kavramından sonra en sık kullanılan anahtar kelimenin ise % 9,62 (5) ile tükenmişlik olduğu görülmektedir. Ayrıca işten ayrılma niyeti ve davranış çeşitlerinin de sıklıkla kullanıldığı söylenebilir.

Tablo 5. Çalışma Kapsamındaki Araştırmaların Örneklem Seçimleri

Örneklem	Sayı	%
Hemşireler	9	50,00
Sağlık Çalışanları	7	38,88
Hekimler	2	11,12
Toplam	18*	100,00

* Çalışmalardan 1’i derleme olduğu için toplam 18 olarak bulunmuştur.

Çalışma kapsamında alınan araştırmaların çalışma grupları incelendiğinde ise; çalışmaların % 50,00’sinin hemşireler üzerinde yapıldığı görülmektedir. Çalışmaların % 38,88’inde ise genel olarak sağlık çalışanları çalışmaya dahil edilmiştir. Ancak Hochschild 1983 yılında yaptığı çalışmasında duygusal emek gerektiren meslek grupları arasında yöneticileri de saymış olsa da, henüz ülkemizde sağlık alanında yapılmış ve sağlık yöneticilerinin çalışmaya dahil edildiği bir çalışma tespit edilememiştir.

Tablo 6. Araştırmalarda Kullanılan Soru Formları

Kişi	Soru Formaları	Sayı	%
Grandey (2003)	Duygusal Emek Ölçeği	6	33,33
Diefendorff (2005)	Duygusal Emek Ölçeği	5	27,77
Brotheidg and Lee (1998)	Duygusal Emek Ölçeği	2	11,11
Basım ve Demirbaş (2012)	Duygusal Emek Ölçeği	2	11,11
Pala and Tepeci (2009)	Duygusal Emek Ölçeği	1	5,57
Soru formu araştırmacı tarafından hazırlanan		2	11,11
Toplam		18*	100,0

* Çalışmalardan bir tanesi derleme olduğu için toplam 18 olarak bulunmuştur.

Çalışma kapsamında değerlendirmeye alınan 18 araştırmada duygusal emeği ölçmek için kullanılan soru formlarına bakıldığında ise (Tablo 6); % 33,33 ile (6) en çok kullanılan ölçeğin Grandey tarafından 2003 yılında geliştirilen “duygusal emek ölçeği” olduğu görülmektedir. Ayrıca çalışmaların 2’sinde kullanılan soru formları yazarları tarafından literatür incelemesi yapılarak hazırlanmıştır.

Sonuç

Literatür incelendiğinde duygusal emek kavramının, ilk kez Hochschild tarafından 1979 yılında kullanıldığı görülmektedir. Hochschild çalışmasında duygusal emek kavramını 2 temel mekanizmada ele almıştır. Ancak Ashforth ve Humphrey, 1993 yılında yaptıkları çalışmalarında, gerçek/samimi davranış dedikleri boyutu ekleyerek duygusal emeği; yüzeysel davranış, derinlemesine davranış ve samimi davranış olarak üç temel boyutta tanımlamışlardır.

Literatürde bu iki temel yaklaşımın yanı sıra kullanılan farklı duygusal emek yaklaşımları da vardır. Bunlar Morris ve Fieldman'ın (1996) ve Grandey'in (2000) yaklaşımlarıdır. Sonuç itibarıyla duygusal emek kavramı yıllar itibarıyla bir çok yazar tarafından ele alınmış ve farklı açılardan incelenmiştir. Ancak literatürde sıklıkla bu dört yaklaşıma atıf yapılmaktadır.

Her ne kadar bu alanda yapılan çalışmalar 1980'li yıllara dayansada, ülkemizde ilk duygusal emek çalışmaları 2000'li yılların başlarında yapılmıştır. Dolayısıyla söz konusu kavramın ülkemiz için henüz yeni bir kavram olduğu ve bu alanda yeni çalışmaların yapılması gerektiği söylenebilir.

Literatür incelemesi yapıldığında Türkiye'de sağlık alanında yapılmış 23 çalışma tespit edilmiştir. Ancak bu çalışmalardan 4'ünün tam metnine yazarları tarafından erişim kısıtlaması konulduğu için ulaşılamamıştır. Yine bu çalışmalar incelendiğinde ilk çalışmanın 2010 yılında yüksek lisans tezi olarak yapıldığı görülmektedir. Takip eden yıllar da ise farklı türden çalışmalar yapılmış dahi olsa henüz sağlık alanında yapılan çalışmalarında az olduğu söylenebilir.

Ayrıca ele alınan çalışmaların örneklemeleri incelendiğinde ise % 50,00 ile ilk sırada hemşireler gelmektedir. Değirmenci 2010 yılında yaptığı çalışmada, hemşirelerin en çok derinlemesine davranış gösterdiklerini tespit etmiştir. Tunç ise, 2012 yılında yaptığı çalışmada, yoğun bakımda çalışan hemşirelerin derinlemesine davranışı çok sık kullanmadıklarını bulmuştur. Dolayısıyla hemşirelerin çalışmış oldukları birime göre duygusal emek düzeylerinin ve davranışlarının değişkenlik gösterdiği görülmektedir.

Değerlendirilmeye alınan çalışma sonuçlarına bakıldığında; kadınların erkeklere göre daha samimi davranışlar gösterdiği (Serin, 2014), çalışanların duygusal seviyelerinin duygusal emek davranışlarını etkilediği (Öztürk vd, 2015), duygusal emek düzeyi ile çalışma performansı arasında bir istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu (Çağlıyan vd, 2013; Onay, 2011) ve kamu sektöründe çalışanların özel sektördekilere oranla daha yüksek yüzeysel davranış gösterme eğiliminde oldukları (Köse, 2011; Oral, 2011) görülmektedir.

Yönetim literatürü incelendiğinde, Hochschild 1983 yılında yaptığı çalışmada yöneticileri duygusal emek sergilemesi gereken meslekler arasında saymıştır. Ancak yapılan araştırma sonucunda henüz ülkemizde sağlık yöneticilerine yönelik olarak yapılmış duygusal emek konulu herhangi bir araştırma tespit edilememiştir.

Kaynakça

- Anafarta, N. (2015). Job satisfaction as a mediator between emotional labor and the intention to quit. *International Journal of Business and Social Science*, 6(2), http://ijbssnet.com/journals/Vol_6_No_2_February_2015/11.pdf.
- Ashforth, B. E. & Humphrey, R. H. (1993). Emotional labor in service roles: The influence of identity, *Academy of Management Review*, 18(1), 88-115, <http://www.jstor.org/stable/pdf/258824.pdf>.
- Basım H. & Begenirbaş, M. (2012). Çalışma yaşamında duygusal emek: Bir ölçek uyarlama çalışması yönetim ve ekonomi. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19 (1), 77-90, http://www2.bayar.edu.tr/yonetimekonomi/dergi/pdf/C19S12012/77_90.pdf.
- Beğenirbaş, M. (2015). Psikolojik sermayenin çalışanların duygu gösterimleri ve iş yabancılaşmalarına etkileri: Sağlık sektöründe bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(3), 249-263, <http://dergi.iibf.deu.edu.tr/index.php/cilt1-sayi1/article/view/485>.
- Brotheridge, C. M. & Lee, R. T. (2003). Development and validation of the emotional labour scale. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 76, 365-379, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1348/096317903769647229>.
- Bıyık, Y. (2014). *Duygusal Emek İle Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi: Bir Araştırma*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>.
- Çağlıyan, V., Fındık, M. & Doğanalp, B. (2013). A consideration on emotional labour, burnout syndrome and job performance: The case of health institutions. *Mediterranean Journal Of Social Sciences*, 4(10), 532. <http://www.mcser.org/journal/index.php/mjss/article/viewFile/1225/1254>.
- Çaldağ, M. A. (2010). *Duygusal Emek Davranışlarının Sağlık Çalışanlarında İş Sonuçlarına Etkileri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>.
- Çelik, M., & Yıldız, B. (2016). Duygusal emek düzeyinin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde stresin aracı rolü, *Journal Of International Social Research*, 9(45), http://www.sosyalarastirmalar.com/cilt9/sayi45_pdf/6iksisat_kamu_isletme/celik_mazlum_yildiz_bulent.pdf.
- Chu, K. H. L. & Murrmann, S. K. (2006). Development and validation of the hospitality emotional labor scale. *Tourism Management*, 27(6), 1181-1191, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517705001998>.
- Değirmenci, S. (2016). *Hemşireler için Duygusal Emek Davranışı Ölçeğinin Geliştirilmesi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi/Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>.

- Değirmenci, S. (2010). *Hemşirelerin Duygusal Emek Davranışı ve Etkileyen Faktörler*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi/Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>.
- Diefendorff, J. M., Croyle, M. H. & Gosserand, R. H. (2005). The dimensionality and antecedents of emotional labor strategies. *Journal of Vocational Behavior*, 66, 339–357, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0001879104000417>.
- Grandey, A. A. (2000). Emotional regulation in the workplace: A new way to conceptualize emotional labor. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(1), 95, <http://psycnet.apa.org/fulltext/1999-15533-009.html>.
- Grandey, A. (2003). When “the show must go on”: Surface and deep acting as determinants of emotional exhaustion and peer-rated service delivery. *Academy of Management Journal*, 46, 86-96, <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/30040678>.
- Grandey, A. A. & Diamond, J. A. (2010). Interactions with the public: bridging job design and emotional labor perspectives. *Journal of Organizational Behavior*, 31(2-3), 338-350, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/job.637>.
- Hochschild, A. R. (1983). *The Managed Heart*. Berkeley: CA: University Of California Press, A. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/pam.4050030365>.
- Kafadar, S. B. & Kaygın, E. (2017). Etik liderlik ve duygusal emek ilişkisi: Kafkas Üniversitesi örneği. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 21(2), <http://dergipark.gov.tr/cuiibfd/issue/34827/387721>.
- Kaya, E., & Tekin, A. (2013). Duygusal emek kavramı çerçevesinde sağlıkta yeniden yapılanma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(8), 110-119, <http://oaji.net/articles/2014/1037-1405496696.pdf>.
- Kesen, M. & Akyüz, B. (2016). Duygusal emek ve prososyal motivasyonun işe gömülmüslüğe etkisi: Sağlık çalışanları üzerine bir uygulama. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(2), <http://dergipark.gov.tr/cusosbil/issue/32037/353139>.
- Kızanlıklılı, M. (2014). *Otel İşletmelerinde Duygusal Emek Öncüllerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi/Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>.
- Kocabaş, D., (2014). *Hemşirelerde Duygusal Emek ve Örgütsel Sinizm Arasındaki İlişki: Isparta İl Merkezindeki Hastanelerde Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi/Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Isparta. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>.
- Köse, S., Oral, L. & TÜresin, H. (2011). Duygusal emek davranışlarının işgörenlerin tükenmişlik düzeyleri ile ilişkisi üzerine sağlık sektöründe bir araştırma. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 12(2), 165-185, <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/234843>.
- Morris, J. A. & Feldman, D. C. (1996). The dimensions, antecedents, and consequences of emotional labor. *Academy Of Management Review*, 21(4), 986-1010, <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amr.1996.970407186>.

- Naktiyok, A. & Ağırman, Ü. H. (2016). İş odaklı duygusal emek ve duygusal tükenme arasındaki ilişkide çalışan odaklı duygusal emek ve mesleki bağlılığın aracılık etkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 30(4), <http://e-dergi.atauni.edu.tr/atauniiibd/article/view/5000179434>.
- Onay, M. (2011), Çalışanın sahip olduğu duygusal zekasının ve duygusal emeginin, görev performansı ve bağlamsal performans üzerindeki etkisi. *Ege Akademik Bakis*, 11(4), 587, <https://search.proquest.com/openview/d702177c7e67dfbf26bbd1e9ef3923ff/1?pq-origsite=gscholar&cbl=136110>.
- Oral, L. & Köse, S. (2011) Hekimlerin duygusal emek kullanımı ile iş doyumunu ve tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişkiler üzerine bir araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 463-492, <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/sduiibfd/article/viewFile/5000122312/5000112617>.
- Ozturk, H., Bahcecik, N., Ozcelik, S. K. & Kemer, A. S. (2015), Emotional labor levels of nurse academicians. *Procedia-Social And Behavioral Sciences*, 190, 32-38, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187704281503205X>.
- Öğüt, A., Çağlıyan, V. & Fındık, M. (2013). A research to determine the effects of emotional labour on emotional exhaustion and job satisfaction: The case of health insitutions, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(10), 366, <http://www.mcser.org/journal/index.php/mjss/article/view/1200>.
- Pala, T. & Tepeci, M. (2009). *Turizm İşletmelerinde Çalışanların Duygusal Emek Düzeyi Ve Duygusal Emeğin Çalışanların Tutumlarına Etkileri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mersin Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>.
- Pugh, S. D. (2001). Service with a smile: Emotional contagion in the service encounter. *Academy of Management Journal*, 44(5), 1018-1027, <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/3069445>.
- Pugliesi, K. (1999). The consequences of emotional labor: Effects on work stress, job satisfaction, and well-being. *Motivation and Emotion*, 23(2), 125-154, <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1021329112679>.
- Seçer, H. Ş. (2005). Çalışma yaşamında duygular ve duygusal emek: sosyoloji, psikoloji ve örgüt teorisi açısından bir değerlendirme, *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi* (50), <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/9152>.
- Serin, S. (2014). *Duygusal Emeğin Tükenmişlik ve İş Tatminine Etkisi: Sağlık Sektöründe Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Türk Hava Kurumu Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>.
- Tunç, P. (2012). Yoğun Bakım Hemşirelerinin Hastalarla İlişkilerinde Duygusal Emek Olarak Empati, 19. *Ulusal Psikiyatri Kongresi, Edirne*, 05-07 Eylül 2012, <http://arelarsiv.arel.edu.tr:8080/xmlui/handle/123456789/403>.

- Tunç, P., Gitmez, A., & Krespi Boothby, M. R. (2014). Yoğun Bakım Ve Yataklı Servis Hemşirelerinde Duygusal Emek Stratejilerinin Empatik Eğilim Açısından İncelenmesi, *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 15, 45-54, <http://193.255.56.45:8080/xmlui/handle/123456789/405>.
- Türkay, O., Ünal A., Taşar O. (2011). Motivasyonel ve Yapısal Etkenler Altında Duygusal Emegin İşe Bağlılık Etkisi, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14), <http://acikerisim.kirklareli.edu.tr:8080/xmlui/handle/20.500.11857/210>
- Ünlü, O., Yürür, S. (2011). Duygusal Emek, Duygusal Tükenme ve Görev/Bağlamsal Performans İlişkisi: Yalova'da Hizmet Sektörü Çalışanları ile Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 37, 183-206, <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/erciyesiibd/article/view/5000119103>.
- Yıldırım, M. H., & Erul, E. E. (2013). Duygusal Emek Davranışının İşgörelere Tükenmişlik Düzeylerine Etkisi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(1), <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/oybd/article/view/5000145410>.
- Çelik M., Turunç Ö. (2011). Duygusal emek ve psikolojik sıkıntı: iş-aile çatışmasının aracılık etkisi, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 40(2), 226-250, <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/98188>



Political Economy of the EU Competition Policy

AB Rekabet Politikasının Ekonomipolitiği

Assoc. Dr. Hakan Cavlak¹

Başvuru Tarihi: 26.04.2018

Kabul Tarihi: 10.04.2019

Abstract

This article explores the effect of European Competition Policy as the means of the EU in global political economy. Competition policy can be identified as an important tool for the EU in its external relations. It both helps to increase the chance of domestic producers to reach foreign markets and regulates foreign firms and their products within the single market. Thus, the competition policy carries the EU up in the international political economy and helps the EU to be recognized as an international actor. Within the Single Market the EU exercise an exclusive power through competition policy. Externally, competition policy is one of the most effective international powers that EU exercises as it has the ability to regulate international mergers or even initiate cartel investigations. Alongside assessing the competition policy, this study focuses especially on some selected international cases of which the EU is a party through its competition law. It is argued, in this article, that the international power of the EU stemmed considerably from its competition policy which is integral in global political economy.

Keywords: EU External Policy, International Relations, Liberalization, Globalization, International Economics

Öz

Bu çalışma ile Avrupa Birliği'nin Rekabet Politikasının küresel ekonomi politiği nasıl etkilediği keşfedilmeye çalışılmıştır. Rekabet politikası AB'nin dış ilişkilerde kullanabildiği önemli bir araç olarak nitelendirilebilir. AB, bununla hem yerli üreticilerin yabancı pazarlara ulaşma şansını arttırmakta hem de yabancı firmaları ve onların ürünlerini tek pazarda düzenleyebilmektedir. Böylece, rekabet politikası AB'yi uluslararası ekonomi politiğe taşımakta ve AB'nin uluslararası bir aktör olarak tanınmasına yardımcı olmaktadır. Tek pazarda birlik içi rekabet konusunda AB münhasır yetkiye sahiptir. Dışarıda ise rekabet politikası AB'nin en etkin kullanabildiği dış politika aracıdır, bununla AB uluslararası şirket birleşmeleri düzenleyebilir hatta soruşturma dahi gerçekleştirebilir. Bu çalışma, rekabet politikasını incelemenin yanında, AB'nin rekabet hukuku yoluyla taraf olduğu seçilmiş bazı davalara da odaklanmaktadır. Bu çalışmanın temel iddiası, AB'nin uluslararası gücü ciddi bir oranda rekabet politikasına dayanmaktadır ve bu da küresel ekonomi politiğin çok önemli bir unsurudur.

Anahtar Kelimeler: AB Dış Politikası, Uluslararası İlişkiler, Liberalizasyon, Küreselleşme, Uluslararası Ekonomi

¹ Tekirdağ Namik Kemal University Faculty of Economics and Administrative Sciences, hakancavlak@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1119-9900

Introduction

The European Union (EU) is the largest economic and trading bloc of the world. The Gross Domestic Product (GDP) of the EU is around 19 Trillion \$. The market share of the EU in world is almost 18%. The EU operates in three different levels of market: the first level as the domestic market, which is the market of the member states, the second as the single market which is the integrated intra EU market and the third as the international or global market. The EU as a polity has influence on all three levels of markets. One of the most efficient tools of the EU in manipulating those markets is the Competition Policy. In this study, the effect of the EU through its Competition Policy on international economics would be assessed from a political economy (PE) perspective. In order to clarify the viewpoint, the contentious issue of political economy first would be elaborated.

The interaction of state and market produce political economy (Gilpin, 1987, p. 8). In other words without state or market there is no political economy. In order to prevent any ambiguity in advance, in this study the EU is considered not exactly as a state but with its well-integrated single market and harmoniously functioning economics it is deliberated as a state-like political entity. Although some analysts, for mainly research reasons, focus only on economic factors such as price mechanisms and market forces, or focus only on political factors and excluding market forces and considering the states as the sole resource allocator, to explain the functioning of the world's economic and political system. These two pure forms of world never exists however, the effect of market or states changes due to change in the time and different circumstances.

Apart from the vague definition of political economy, there is hardly an academic consensus on what the political economy is, what it is dealt with, what its methodology is etc. For instance, Adam Smith and classical economist used as the science of economics of today. Recently, it is defined as a methodology in which the rational actor model of economics is used to explain all human behavior (Cohn, 2012, p. 9). Some others simply define it as applying of a specific economic theory to describe a social action (Cohn, 2012, p. 9). Still some other scholars explain political economy as a set of questions generated through the interactions between economic and political activities (Cohn, 2012, p. 10). Although, most scholars consider political economy as a state – market interaction political economy may also deal with the interaction between the state and Multinational Corporation a major non-state actor (Cohn, 2012, p. 11). Whether it focuses on state market or state Multinational Corporations interactions, the political economy is an interdisciplinary approach and borrows perspectives, theories and methodologies from political science, economics, sociology, history, geography etc. From time to time it may be criticized as for being too economist i.e. emphasizing economics too much compared to politics or for being too politician i.e. focusing on politics and overseeing economics. In either way political economy seems an efficient way to deal real cases both have influence on politics and economics.

The Competition Policy of the EU is a politically driven tool which has direct effect on domestic markets of the member states, single market and global market. Thus, any case related to Competition Policy suits to be researched from a viewpoint of political economy.

The competition policy of the EU consists of three major objectives. The first one is similar to any other competition authority: ensuring that competition to be the driving force of the economy and pursuing of open market through anti-trust regulations. The second, preservation of Single Market, this is unique to the European Union. Although it has been paid less attention in the treaties, the third objective has gained considerable importance recently that is bilateral and multilateral international cooperation in economic activities as the consequence of globalization (Damro, 2001, p. 209).

The force of competition in the Single Market and in the international economy obliged the EU to increase the efficiency of the competition policy. An extraterritorially use of competition policy would mainly be beneficial for the domestic producers by enhancing their access to foreign markets (De Bièvre & Eckhardt, 2010). So the competition policy can be identified as an important tool for the EU in its external relations by increasing the chance of domestic producers to reach foreign markets. Thus, the competition policy carries the EU up in the international political economy and helps the EU to be recognized as an international actor. Therefore, the EU actively participates in international competition policy negotiations as leading advocate of global competition coordination. Within the Single Market the EU exercise an exclusive power through competition policy. Externally, competition policy is one of the most effective international powers that EU exercises as it has the ability to regulate international mergers or even initiate cartel investigations. However, the use of competition policy power in international arena may cause some disagreements with trading partners and the EU which can produce tensions. So, it can be argued that the international power of the EU stemmed from competition policy is integral in global economic order.

Competition in the EU

Since the signing of the Treaty of Rome the EU's competition policy has been one of the most essential parts of EU policies. Rome Treaty formed a system in which fair competition in the common market is ensured. The main objective of such a system was to institute some well-developed and efficient competition rules for guaranteeing proper functioning of European market and providing a consumer friendly market. Competition policy can be defined basically as setting and applying rules to ensure firms compete fairly which encourages companies to be more efficient and provides more opportunities for consumers (Jones & Sufrin, 2011, p. 98). This helps decrease in prices and increase in quality. Moreover, competition within the EU would provide EU firms a stronger position in global markets. Usually, if a break in competition rules occurs in one country, it is handled by the national competition authorities. However, as the single market deepens and grows, together with the effects of globalization, the impact of illegal actions, such as abusing a dominant position, are typically felt EU wide even beyond. In such cases the European Commission has the powers of investigation, taking binding decisions and imposes penal charges (Jones & Sufrin, 2011, p. 102). The Commission generally acts together with the national competition authorities of the member states of the EU in enforcing competition rules.

The EU competition policy is an integral part of the single market. The basic focus areas of the competition policy are struggling against all sorts of cartels, preventing dominant companies

to abuse their position, scrutinizing of planned mergers and monitoring the state aids that may distort competition (Jones & Sufrin, 2011, p. 99). These basic duties and authority of the EU comes directly from the founding treaties. These rules are designed in the Treaty on the Functioning of the EU (TFEU) as follows:

- *“Companies cannot agree to fix prices or divide up markets amongst themselves (Article 101 TFEU);*
- *Companies cannot abuse a dominant position in a particular market to squeeze out smaller competitors (Article 102 TFEU);*
- *Companies are not allowed to merge if that would put them in a position to control the market. Larger companies that do a lot of business in the EU cannot merge without prior approval from the European Commission — even if they are based outside the EU (the merger regulation).*
- *EU rules also cover government assistance to businesses (state aid), which is monitored by the Commission (Article 107 TFEU). The following, for example, are forbidden unless they comply with certain criteria: loans and grants; tax breaks; goods and services provided at preferential rates; government guarantees which enhance the credit rating of a company compared to its competitors. Also, no state aid in any form may be given to ailing businesses that have no hope of becoming economically viable.” (European Commission Directorate-General for Communication, 2014, p. 4)*

The competition policy, as it can be observed above, has four basic branches. These are: Antitrust, State aid, Mergers, Liberalization.

In terms of competition policy, antitrust means avoiding or controlling trusts or other monopolies. The main aim of antitrust actions is to promote competition in market. One of the renowned means of forming trusts or monopolies is to make anticompetitive agreements, which refer to all agreements reducing competition regardless of the parties intended to restrict competition such as cartels where companies decide to evade competing with each other, or settle the prices at which their products will be sold. However, this does not mean restricting any kind of agreements among companies. For instance, agreements to collaborate in creating a technical standard for the market are allowed by the Commission. Moreover, Research and development agreements and technology transfer agreements usually tolerated by the Commission as those kinds of agreements often serve to the interests of the consumers and they are too expensive to be afforded by one company (European Commission Directorate-General for Communication, 2014, p. 8). Furthermore, cooperation among the small businesses may also be tolerated by the Commission if they increase their competitiveness against larger companies. TFEU bans anticompetitive agreements with the article 101. The antitrust rules on anticompetitive agreements can be found in various regulations some of which deal with particular type of conduct and others deal with specific sectors (European Commission Directorate-General for Communication, 2014, p. 9). The Commission’s powers to investigate businesses are also defined in these regulations.

Abuse of a dominant position is an important component of the European Competition Policy. Competition can be restricted by a company if it is strong enough to control a particular market. Every company that holds a dominant position cannot be directly considered anticompetitive; however, if the company uses its position to restrict or remove competition then an abusive behavior is on place. Abuse of dominant position is prohibited by Article 102 of the TFEU. An abuse of dominant position is usually revealed if a major player in a particular market pushes its competitors out of the market which results in removing competition in the given market that reduce choice and cause higher prices for consumers (European Commission Directorate-General for Communication, 2014, p. 11). Moreover, abuse of dominant behavior can be traced in conducts as, for example, asking irrationally high prices, charging extremely low prices to harm or eliminate its competitors from the market, making compulsory to buy a product to use another related product for excluding alternatives for both types products, refusing to deal with certain customers or selling one product only on the condition of selling another product (Whish & Bailey, 2015, p. 729).

The Commission has the right to investigate anticompetitive conducts if it suspects or a complaint is made. The powers of the Commission in investigating are encompassing entering any company premises, land or mean of transport; assess the business records, obtain copies from those records; seal companies premises, books or records within the period of investigation; and the Commission can ask explanations from representatives or employees of the firm about the facts or documents relating to the case and record the answers.

State Aids are one of the most important issues that the Commission deals with concerning competition. The competition could be damaged by national governments' supports to local industries or businesses through public money. The Article 107 of the TFEU prohibits this kind of policies. The Article 108 authorizes the Commission to prevent such actions. The national governments are only allowed to support local businesses if it is clearly in the wider public interest. The Commission judges the state aids through several criteria whether they infringe the competition rules or not. Firstly, the Commission hears if any state aid is given, for example, in the form of grants, interest or tax relief, guarantees etc. The most decisive condition that mobilizes the Commission is if the aid likely to has impact on trade among the EU countries. Then the Commission evaluates if the measures taken are selective namely, do they provide an advantage to a specific company or sector in a specific region. Finally, the Commission analyzes the situation if it distorts competition. On these grounds, the Commission, can interfere and has the power to prohibit such actions (Cini & McGowan, 1998, p. 137).

Mergers are also one of the main areas concerning competition related issues. The Merger Regulation, which contains the main rules to evaluate concentrations, authorizes the European Commission to ban acquisitions and mergers that may considerably reduce competition. The mergers or acquisitions may increase efficiency through developing new products, reducing production or distribution costs that make the market more competitive and consumers may benefit from it. However, some mergers may reduce competition through

consolidating a major company that potentially detriment consumers by higher prices, reduced choices or less innovation. Thus, if companies that operate cross-border are planning to merge they have to first ask permission from the Commission and provide any information it needs to analyze and make a decision (Motta, 2004, p. 36). Competition authorities have to be sure that joining of forces of the two or more businesses will not result in creating a dominant position in the market.

The rules concerning competition set by the EU and monitored by the Commission have some serious consequences. The Commission examines if companies infringe or will infringe the rules of competition to pursue a competitive market in the EU. So, the Commission has the power of banning a certain behavior, ask for corrective action or impose a fine according the particular situation. In other words, the Commission either prevents or punishes competition violations. The EU competition rules are directly applicable in all EU members. The national competition authorities can choice between their national rules and EU competition laws. The Commission can act only if an anticompetitive behavior has an impact on Single Market. The Commission is quite powerful on competition issues, the decisions of the Commission are binding on both businesses and national authorities which infringes EU competition laws; however, the decisions can be appealed to the General Court of the EU and can be furthered to the Court of Justice.

The solid results on good of consumers, for example, about prohibiting cartels were estimated around € 4.89 to 5.66 billion in 2013 (European Commission Directorate-General for Communication, 2014). The money received as fines do not increase the budget of the EU but decrease the amount of member countries' contribution to the EU budget. The famous and big scaled cases that the Commission pursued in previous years about anticompetitive conducts benefited the European consumer. One of the most famous and great cases of the EU concerning competition has been against the US software giant, Microsoft. Microsoft has been fined by the Commission on the grounds of bundling several kinds of software in a single set. The decision called that Microsoft had been uncompetitive by decreasing choice of consumers, setting prices deliberately high and becloud innovation in the sector of software (European Commission, 2015a). In 2012, again an important case had been held against Asian television and computer monitor producers by the EU and they are fined €1.47 billion as they formed a two decade long cartel. It had been found out that those particular producers had agreed on prices and exchanging important information on large screens and computer monitors, which had direct impact on consumers of the EU, as most of those type of products are imported from Asia. An important merger case had been the case of Ryanair. In 2006 and 2012, Ryanair asked permission from the Commission to take over Irish national carrier Aer Lingus. The Commission analyzed the potential influence of such an acquisition on competition and consumers, especially concerned about the 14 million passengers flying from or to Ireland every year. The investigation resulted as this merger would create a monopoly or a dominant position for one company on many routes to or from Ireland, thus, gives the chance to the company to manipulate prices and quality (European Commission, 2013).

Implementation of the Competition Policy at the EU Level

The significance of competition had been emphasized by the founding members of the EU throughout the establishment of the European Communities. Competition is crucial for the liberal economic system as well as for the single market. Thus, a competition policy has been formed at the community level. Monitoring competition related issues would no longer be in the grip of national authorities. The main objective of the EU competition policy has been to ensure an operating healthy economy. Therefore, competition policy has been founded as a classic common policy, even, article 3 of the EC Treaty stressed that “a system guaranteeing undistorted competition on the internal market should be established.” Article 81 to 89 of the EC Treaty regulates Competition policy. The Commission, which guards competition in the EU, has the central role in the implementation of the competition policy. The Council regulations, Commission regulations, general communications and individual decisions are the main tools applied in operating competition policy. The European Commission and the national authorities work in accordance to monitor anticompetitive conducts.

The European Competition Network (ECN) is the important player of the newly developed coordination system. Advisory Committee on Restrictive Practices and Dominant Positions (ACRPDP), which is composed of representatives of national competition authorities, is an important element. The Commission consults to the committee (European Commission, 2015b). On a complaint or by its own initiative, if the Commission detects a breach of article either 81 or 82 of the EC Treaty, it has the authority to ask those parties to finish such breaches. Moreover, the Commission has the right to impose fines or other punishments to pull the companies in line with the EU’s competition policy (Cini & McGowan, 1998, p. 40). To charging a fine or not and the amount of the fine is depending on the degree of breach, its length the size of companies. The actions of the Commission are monitored legally by the Court of Justice and politically by the European Parliament (Cini & McGowan, 1998, p. 42). The national competition authorities have to work in coordination with the Commission and the national authorities of the other member states (Cini & McGowan, 1998, p. 51). Information exchange is crucial for evaluation of cases breaching article 81 or 82 of the EC Treaty. The Commission is entitled throughout the EU to ask such information to be delivered. In cases concerning competition, competence of member states and the EU are autonomous and parallel. However, the EU law has supremacy over national laws. If there is a conflict among EU law and national authorities, national authorities have to apply EU competition law. The member states have not a right to counter Commission’s decision. National courts either apply the community law or if it is necessary, refer the case to the Court of Justice for a preliminary ruling.

A market can be monopolized by two ways either by agreement or by concentration. When a concentration is beyond to certain limits, it becomes dangerous as holding a dominant position and having the ability to abuse it (Cini & McGowan, 1998, p. 61). Thus, one of the most important tasks of the European Commission according to competition law is to restrict any monopolization in the single market, which reduces competition. According to article 81 of the EC Treaty: *“all agreements between undertakings, decisions by associations of undertakings and concerted practices which may affect trade between Member States and which*

have as their object or effect the prevention, restriction or distortion of competition within the common market". Thus, the Treaty prohibits all kind of agreements, either vertical or horizontal, which distort competition in the single market. Any firms operating in the single market are subject the competition provisions of the EU law regardless of being registered in the EU or not. Of course, the EU prohibits not all agreements. There are also agreements either having very minor effect on competition or even promotes competition, these types of agreements are not proceeded by the Commission.

Abusing dominant position within the EU, which can distort fair competition, is also prohibited by the EU Treaty Article 82. Actually, the dominant position itself has not been restricted, only it interferes with the trade between Member States. The national authorities usually forbid such conduct, as well. The abuse of dominant position usually occurs where an undertaking strengthens its position through concentration or elimination of its rivals and thus, eliminates fair competition (Whish & Bailey, 2015, p. 721). Although they are an integral part of EU competition policy, there are no measures mentioned in the Treaty about controlling concentrations or mergers. This area is designed by a regulation (Regulation 4064/89EEC) which is amended in 1997 by (Regulation/1310/97/EC). According to the Regulation undertakings offering a concentration or merger that have EU dimension must inform the Commission before the merger happens. This condition is valid for mergers covering at least 2.5 billion Euro global turnovers and turnover in at least three members more than 100 Million Euro each (European Commission, 2015b).

The EU also practices competition policy concerning member states, since they, directly or indirectly, may distort competition in the single market, as well. Numerous aids given by the states may restrict competition in the Single Market in favor of the subsidized party. The Article 87 of the EU Treaty clearly states that "any aid granted by a Member State or through State resources in any form whatsoever which distorts or threatens to distort competition by favoring certain undertakings or the production of certain goods shall, insofar as it affects trade between Member States, be incompatible with the common market". However, this does not mean that state aid is completely restricted by the EU law. If State aids have the objective of serving economic and social interests of the Union and do not restrict competition. The exemptions from the prohibition on state aids are as follows: aids supporting small and medium-sized enterprises, research and development, environmental protection and increased employment, as well as regional aid in certain regions approved by the Commission (Cini & McGowan, 1998, p. 65).

Moreover, the Commission acts as the only authority in the field of international competition issues concerning the EU area. For instance, the EU signed a bilateral agreement with the USA in 1991 about competition (Whish & Bailey, 2015, p. 521). According to that agreement, if enforcement of giving information when competition activities have effect the significant interests of the other party; sharing information; taking measures against anticompetitive actions which are consistent with objectives of the other party; consultation. This agreement also stresses the cases happening in one party but having negative effect on the other one. In

the following section recent cases concerning competition will be displayed in order to analyze the effect of the competition law on real economy.

Recent Events Concerning EU Competition Policy

One of the most recent competition cases concerning global economy having been the tax treatment of Luxembourg for McDonald's. An investigation has been opened by the Commission into tax treatment of McDonald's by Luxembourg. It has preliminarily stated that tax ruling of Luxembourg to McDonald's provides an advantageous position against the EU state aid rules. Following claims in the media, the European Commission asked for information on tax rulings made by Luxembourg for McDonald's in 2014 (European Commission, 2015c). According to the Commission's evaluation Luxembourg granted two tax rulings to McDonald's. In the first tax ruling, in 2009, it has been declared that European Franchising of McDonald's was not due to pay corporate tax since its profits would be subject to taxation in the United States (US). Since 2009 McDonald's has not paid corporate tax in Luxembourg or US on its profits. According Luxembourg – US double taxation Treaty, the profits of McDonald's would be transferred to the US and will be subject to taxation in the USA. However, against the first ruling the profits of McDonald's have not been subject to taxation in Luxembourg neither in the US. McDonald's requested a second ruling stating that Luxembourg should nevertheless exempt the profits not taxed in the US from taxation in Luxembourg (European Commission, 2015c). So, according to this ruling the European Franchise of McDonald's is not subject to taxation in Luxembourg regardless of it is subject to taxation in the US.

The Commission currently investigates if this situation infringes the EU state aid rules and provides a favorable tax treatment to McDonald's compared other companies operating in similar businesses. The article 107 of the TFEU "*state aid which affects trade between Member States and threatens to distort competition by favoring certain undertakings is in principle incompatible with the EU Single Market*". Tax rulings similar to this one are not categorically ruled out by the EU if it applies to all companies operating in similar sectors. However, tax rulings providing selective advantage to a certain company which can seriously distort competition in the Single Market and breach EU Competition Law are considered infringement against the EU law.

The Gazprom case is also internationally significant case concerning EU competition policy. The European Commission in April indicted Russia's state – owned energy firm Gazprom about breaching the rules of single market. According, the preliminary view of the Commission "*Gazprom is breaking EU antitrust rules by pursuing an overall strategy to partition Central and Eastern European gas markets, for example by reducing its customers' ability to resell the gas cross-border*" (European Commission, 2015d). This policy of the Gazprom resulted in charging unfair prices in, especially Eastern and Central European, EU countries. Gazprom is also holding a dominant position in energy market and abuses this position by asking irrelevant commitments from customers concerning the infrastructure of gas transferring.

The vitality of natural gas supply is underlined and Gazprom is criticized by the EU competition policy Commissioner Margrethe Vestager as:

“Gas is an essential commodity in our daily life: it heats our homes, we use it for cooking and to produce electricity. Maintaining fair competition in European gas markets is therefore of utmost importance. All companies that operate in the European market – no matter if they are European or not – have to play by our EU rules. I am concerned that Gazprom is breaking EU antitrust rules by abusing its dominant position on EU gas markets. We find that it may have built artificial barriers preventing gas from flowing from certain Central Eastern European countries to others, hindering cross-border competition. Keeping national gas markets separate also allowed Gazprom to charge prices that we at this stage consider to be unfair. If our concerns were confirmed, Gazprom would have to face the legal consequences of its behavior.” (European Commission, 2015d)

Gazprom holds the dominant position as gas supplier in all Eastern and Central European members of the EU, with market shares from 50% to 100% (European Commission, 2015c). The article 102 of TFEU strictly forbids abusing dominant position that affects the trade between EU member states. As mentioned in previous section implementation of this rule is identified in Council Regulation (EC) No: 1/2003, the so called “Antitrust Regulation”. This regulation gives powers to both the Commission and the national competition authorities.

Article 102 TFEU prohibits the abuse of a dominant market position, which may affect trade between Member States. Implementation of this provision is defined in the [Antitrust Regulation](#) (Council Regulation (EC) No 1/2003) (EU, 2003), which can be applied by the Commission and by the national competition authorities of EU Member States. According the authority given the Commission by the Antitrust Regulation, the procedure in such cases is initiated by a Statement of Objections towards suspected firms. The Commission informs by this objection the related parties and these parties can reply in the objections raised against them (European Commission, 2015c). The decision of the Commission is only made after all the rights of defense are exercised. There is not a legal deadline for the Commission finalizing antitrust investigations; the duration depends on the complexity of the case.

One of the competition cases which attract global attention is the investigation made against Google. The Commission has made a Statement of Objections alleging Google of treating more favorably, in its general search results pages, Google’s own services of comparison “Google Shopping” and “Google Product Search” compared to rival services. According to the Commission’s statement Google diverts the traffic from rival shopping sites to its own sites and prevents their competitive actions which entails disadvantage for consumers and the other firms (European Commission, 2015e). More specifically, the statement concludes that Google systematically positions its own comparison services in its general result pages not regarding to its merits, since 2008. The System of penalty has not been applied to its own shopping comparison services of which applied to all other sites with the similar aim. As a result of the inquiry it has been found out that Froogle, Google’s first comparison shopping site, performed rather poorly since it has not exploited the favorable treatment. In contrast,

the Google Product Search and Google Shopping displayed a considerable growth compared to rival states since they have benefited from the Google's systematic favoring of them (European Commission, 2015e). Thus, Google's actions have a negative impact on consumers and innovations.

One of the recent cases concerning forming a cartel has been about car battery recycling. The European Commission alleged five leading car battery recycling companies of forming a purchasing cartel (European Commission, 2015f). Unlike the above mentioned cases, the statement of objections does not prejudge the result of the inquiry. All lead –acid based batteries are recycled in Europe. Car batteries make up an important percent of these batteries. The scrap batteries are bought by the recycling companies and the lead is extracted from them. Afterwards, the recycled car batteries are converted from being a waste to resources that can be used in producing new products. The Commission suspects that five leading company in car battery recycling, from 2009 to 2012, formed a cartel targeting to fix purchasing prices for scrap lead-acid batteries in Belgium, Germany, France and the Netherlands (European Commission, 2015f). With the aim of maintaining higher profit margins, according the Commissions state of objections, those companies agreed or coordinated their conduct. These actions prevent reduction in the costs of recycled product which results in higher prices for consumers and less profit for scrap dealers. Thus, such conducts would breach EU anti – cartel rules, basically the article 101 of the TFEU.

The proposed acquisition of TNT by FedEx is an important case regarding EU's merger rules. An in-depth inquiry has been opened by the Commission to evaluate if the proposed acquisition of TNT by FedEx is in line with the EU merger regulation. The companies in this case are global actors in small package delivery sector. The concern of the Commission is based on insufficient competitive pressure coming from only two firms remained in the Global scene, namely UPS and DHL, which would lead to higher prices both for consumers and costumers (European Commission, 2015g). The EU Competition Policy Commissioner Margrethe Vestager stressed the important role of small package delivery system, especially in e-commerce, and Commission's role in ensuring competitiveness in the sector as:

"Many businesses, and in particular e-commerce, rely heavily on affordable and reliable small package delivery services, and many consumers depend on these services to ensure rapid and safe delivery of goods they have bought. The Commission must therefore make sure that FedEx's takeover of TNT would not impede effective competition and would not lead to higher prices for consumers." (European Commission, 2015g)

The companies in question are two out of only for so called "integrators" operating in Europe. Integrators are businesses administers a widespread air and road delivery network within Europe and have the capacity of offering various ways of small package delivery services (European Commission, 2015g). DHL and UPS are the other integrators operating in Europe. The other integrators would be the only considerable rivals, according to preliminary investigation of the Commission, with a destination within or beyond Europe. Thus, the Commission suspects that reduction in the number of the competitors in the sector will result

in reduction in competition. Moreover, the initial market inquiry of the Commission displayed that the proposed acquisition would create an entity which would have very high market share in servicing some destinations that evokes competition concern of the Commission (European Commission, 2015g). The Commission is assigned to evaluate mergers and acquisitions involving firms with a turnover above certain thresholds and prohibit concentrations which considerably reduce competition in the EU or an important part of it.

Conclusion

In this study, the EU's impact on global economy through its competition policy has been discussed. The discussion has been intended to be realized via political economy perspective. Thus, the paper began with an assessment of political economy. A contextual observation about scope, implication and aptness to the case of political economy has been made. It has been displayed that competition policy of the EU and its effect are just exact match with the overall assumptions and methods of political economy. Therefore, the study has been pursued to explain European Competition Policy. At this part of the study competition policy and its economic, political, legal and historical rationale has been evaluated. The treaty foundations and legal aspects have been presented and different types and scopes of European Competition Policy have been displayed. Different fields, such as antitrust, state aid, mergers and liberalization that are dealt within the scope of competition policy have been demonstrated. The following chapter has been dealt with the implementation of competition policy. At which conditions would the EU be involved and what kinds of acts would be considered as contrary to competition law has been presented. Furthermore, actions that are considered against fair competition and measures taken to forbid and stop them have been displayed. Finally, several cases which are within the scope of competition policy and carry extraterritorial economic and political concerns and consequences have been revealed. Especially the emphasis dedicated to their relevance with international political economy. Thereby, the evidence, together with theoretical considerations, has been shown that the EU exercises both political and economic influence through its competition policy.

Although the EU is not a typical international actor, as it does not carry the specific sovereignty of a nation state, it bears far more responsibilities compared to other non-state actors based on the Treaties and, thus, developed an international identity. The international identity of the EU in competition has domestic, international and legal grounds, as it has independent competition policy, competition law and ability to sign international agreements with the third parties. The international identity of the EU is predominantly characterized by competition policy as it has a distinctive supranational authority in this field. Of course, as it is the case for all EU common policies, the member states have impact on formulation and implementation of the competition policy, but they also fear that the EU may make decision against their national interests. This fear is usually based on the risk of politicization of the decision making process in competition policy. This usually happens when one or more countries put pressure and make lobbying in the Commission on favor of some member states. This may be also case for non-member states or actors. Thus, in terms competition

policy, the EU interacts both with internal and external actors and it has the ability for formation and implementation of extra territorial policy, which makes the EU an important political actor in international political economy through its competition policy.

References

- Cini, M., & McGowan, L. (1998). *Competition Policy in the European Union*. Basingstoke: Macmillan.
- Cohn, T. H. (2012). *Global Political Economy*. London: Longman.
- Damro, C. (2001). Building an International Identity: the EU and Extraterritorial Competition Policy. *Journal of European Public Policy*, 8(2), 208-226.
- De Bièvre, D., & Eckhardt, J. (2010). The Political Economy of EU Anti-dumping Reform. *ECIPE Working Paper Series No. 03/2010.*, 1-18.
- EU. (2003). *Council Regulation (EC) No 1/2003 of 16 December 2002 on the implementation of the rules on competition laid down in Articles 81 and 82 of the Treaty*. Retrieved 12 12, 2015, from EUR-Lex: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32003R0001>
- European Commission. (2013, 2 27). *In the following section more recent cases concerning competition will be displayed in order to analyze the effect of the competition law on real economy.* . Retrieved 1 21, 2016, from Press Releases: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-167_en.htm
- European Commission. (2015a). *Microsoft case*. Retrieved 1 22, 2015, from Competition: <http://ec.europa.eu/competition/sectors/ICT/microsoft/>
- European Commission. (2015b). Retrieved 1 25, 2016, from European Competition Network: http://ec.europa.eu/competition/ecn/index_en.html
- European Commission. (2015c, 12 3). *State aid: Commission opens formal investigation into Luxembourg's tax treatment of McDonald's*. Retrieved 01 26, 2016, from European Commission - Press release: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-6221_en.htm
- European Commission. (2015d, 04 22). *Antitrust: Commission sends Statement of Objections to Gazprom for alleged abuse of dominance on Central and Eastern European gas supply markets*. Retrieved 1 25, 2016, from European Commission - Press release: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4828_en.htm
- European Commission. (2015e, 4 15). *Antitrust: Commission sends Statement of Objections to Google on comparison shopping service*. Retrieved 1 25, 2016, from European Commission - Fact Sheet: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-15-4781_en.htm

- European Commission. (2015f, 07 24). *Antitrust: Commission sends statement of objections to suspected participants in car battery recycling cartel*. Retrieved 01 26, 2016, from European Press Release: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-5254_en.htm
- European Commission. (2015g, 07 31). *Mergers: Commission opens in-depth investigation into proposed acquisition of TNT by FedEx*. Retrieved 01 26, 26, from European Commission - Press release: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-5463_en.htm
- European Commission Directorate-General for Communication. (2014). *The EU explained: Competition*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Gilpin, R. (1987). *The political economy of international relations*. Princeton: Princeton University Press.
- Jones, A., & Sufrin, B. (2011). *EU Competition Law: Text, Cases, and Materials*. Oxford: Oxford University Press.
- Motta, M. (2004). *Competition Policy: Theory and Practice*. New York: Cambridge University Press.
- Whish, R., & Bailey, D. (2015). *Competition Law*. Oxford: Oxford University Press.



Enflasyon ve Ekonomik Büyüme: Eşik Değer Analizi

Inflation and Economic Growth: Threshold Analysis

Dr. Öğr. Üyesi Taner Sekmen¹ - Dr. Öğr. Üyesi Seher Gülşah Topuz²

Başvuru Tarihi: 09.08.2018

Kabul Tarihi: 10.04.2019

Öz

Bu çalışma enflasyon ve ekonomik büyüme ilişkisini OECD ülkeleri için sorgulamaktadır. Bu ilişkiyi ortaya çıkarabilmek için 1996-2016 yılları arası veriler panel eşik değer regresyon yöntemleri kullanılarak analiz edilmektedir. Çalışmanın bulguları enflasyon ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin doğrusal olmadığı yönündedir. Enflasyon eşik değeri OECD ülkeleri için %3,6207 olarak tespit edilmektedir. Enflasyon oranı bu değer altında iken enflasyonun ekonomik büyüme üzerindeki etkisi pozitif fakat istatistiksel olarak anlamsızken enflasyon oranı bu değer üzerine çıktığında büyüme üzerinde bozucu etkiler yaratmaktadır. Bu bulguların özellikle enflasyon hedeflemesi rejimi uygulayan ülkeler başta olmak üzere para politikasının yürütülmesinde politika yapıcılara yardımcı olması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Enflasyon, Ekonomik Büyüme, Doğrusal Olmayan Etkiler, Eşik Değer Analizi*

Abstract

This study investigates the relationship between inflation and economic growth for OECD countries. In order to clarify this relationship, panel data from 1996 to 2016 are analyzed using panel threshold regression methods. Findings of the study suggest that the relationship between inflation and economic growth is not linear. The inflation threshold level is estimated at 3,6207% for OECD countries. When the inflation rate is lower than this threshold value, the effect of inflation on economic growth is positive but statistically insignificant. When the inflation rate rises above this threshold value, inflation has disruptive effects on growth. These findings are expected to help policymakers in the implementation of the monetary policy, particularly in the countries that implement the inflation targeting regime.

Keywords: *Inflation, Economic Growth, Non-Linear Effects, Threshold Analysis*

¹ Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF, tsekmen@ogu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0363-3765

² Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF, stopuz@ogu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7761-6255

Giriş

Enflasyon ve ekonomik büyüme ilişkisi 1960'lardan itibaren makroekonomik teori tartışmalarının merkezinde yer almakta ve bu tartışma farklı sonuçları ortaya çıkarmaktadır. Monetarist karşı devrimine kadar Keynesyen anlayışa ait Phillips eğrisi modelleri enflasyon ve ekonomik büyüme arasında pozitif bir ilişki kurmaktaydı. Stagflasyon olgusunu açıklamakta başarısız olan Keynesyen Phillips eğrisi, Monetarist ve Yeni Klasik iktisatçıların doğal işsizlik oranı ve dikey Phillips eğrisi gibi yeni kavramları ortaya çıkarmasına yol açmıştır. Bu kavramlar enflasyon oranındaki artışların ekonomik büyüme ve işsizlik üzerinde pozitif bir etkisi olmayacağı yönünde çıkarımlara sahiptir (Pollin ve Zhu, 2006, s. 595; Thanh, 2015, s. 42). Dolayısıyla bu görüşler ise enflasyon oranının nötr yani uzun dönemde reel ekonomik aktiviteyi etkilemeyeceği şeklindeki geleneksel klasik anlayışla aynı sonucuna varmaktadır. Teorik modellerde enflasyonun ekonomik büyüme üzerindeki etkileri karmaşıktır ve paranın modellere nasıl dahil edildiğine bağlıdır (López-Villavicencio ve Mignon, 2011, s. 456). Fayda fonksiyonuna parayı dahil ederek Sidrauski (1967) paranın nört olduğu ve diğer bir ifadeyle enflasyonun ekonomik büyüme üzerinde etkisi olmadığını bulmaktadır. Benzer sonuçlar Ireland (1994) tarafından daha güncel modellerde de elde edilmektedir. Ancak diğer taraftan Tobin (1965) paranın sermayenin ikamesi olduğunu varsayarak enflasyonun büyüme üzerindeki etkisini pozitif olarak tespit ederken parayı sermayenin tamamlayıcısı olarak modelleyen Stockman (1981) ise enflasyonun ekonomik büyüme üzerinde negatif etki yarattığı sonucuna varmaktadır.

Makroekonomik istikrar ve fiyat istikrarı para politikasının iki temel amacını oluşturmaktadır. Makroekonomik istikrar büyük oranda sürdürülebilir ekonomik büyümeyi ifade ederken fiyat istikrarı ise düşük enflasyon düzeyini ima etmektedir. Para politikasının bu iki amacının birbiriyle olan ilişkisi her zaman merak konusu olmuştur. Fiyat istikrarı uzun yıllardır makroekonomik istikrar için gerekli bir faktör olarak görülmekte ve para politikası stratejilerinin merkezinde yer almaktadır. Bu sebeple enflasyonun ekonomik büyüme üzerindeki etkisi hem teorik hem de ampirik literatürde uzun yıllardır tartışılmaktadır. Enflasyon ve ekonomik büyüme ilişkisini inceleyen ilk dönem ampirik çalışmalarda genellikle doğrusal modeller kullanılmaktadır (Barro, 1995, 1996; Levine ve Renelt, 1992; Levine ve Zervos, 1993). Ancak sonraki ilk dönem çalışmalar ise enflasyon ve ekonomik büyüme ilişkisinin doğrusal olmadığını sorgulamaktadır (Fischer, 1993; Sarel, 1996; Ghosh ve Phillips, 1998; Bruno ve Easterly, 1998; Khan ve Senhadji, 2001). Teorik ve ampirik alanda bu tartışma hala devam etmesine rağmen politika yapıcılar tarafından genellikle enflasyonun orta ve uzun dönemde ekonomik büyümeyi negatif etkilediği kabul edilmektedir (Khan ve Senhadji, 2001; Espinoza vd., 2010; López-Villavicencio ve Mignon, 2011). Dolayısıyla makroekonomik istikrar için düşük ve istikrarlı bir enflasyon oranı çoğu merkez bankasının temel hedefi konumundadır. Bu durumda “uygun enflasyon hedefi ne olmalıdır?” sorusu para politikasının yürütülmesinde daha da önem kazanmaktadır. Bu soruya cevap verebilmek için hangi enflasyon düzeyinin üzerinde enflasyonun ekonomik büyümeyi olumsuz yönde etkileyebileceğinin tespit edilmesi gerekmektedir. Özellikle son dönem araştırmalar ise bahsi geçen enflasyon eşik değerinin hangi düzeyde olması gerektiği üzerine yoğunlaşmaktadır.

Enflasyon ve büyüme ilişkisinde enflasyon eşik değerinin düzeyi ve bu değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlılığı örneklem seçimine göre oldukça farklılık göstermektedir. Yapılan çalışmaların çoğu genellikle ülke gruplarını gelişmiş, gelişmekte olan, az gelişmiş ve OECD ülke gruplarına göre ayırmaktadır. Çalışmaların büyük çoğunluğunda en az bir ülke grubu için istatistiksel olarak anlamlı ekonomik büyüme ve enflasyon ilişkisi ve enflasyon eşik değeri tespit edilmesine rağmen OECD ülkelerini inceleyen az sayıdaki çalışmada ise bu ülke grubu için enflasyon ve ekonomik büyüme arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ve enflasyon eşik değeri tespiti yapılamamıştır (Sepehri ve Moshiri, 2004; Pollin ve Zhu, 2006). Bu çalışmalar enflasyon eşik değer düzeyini genellikle el yordamıyla ya da kukla değişkenler aracılığıyla dışsal bir biçimde belirlemektedir. Diğer çalışmalarda yer alan gelişmiş ülke örneklerinin çoğunda bir eşik değer tespit edilebilmesine rağmen çoğunlukla gelişmiş ülkeleri kapsayan OECD ülkelerinde bu değer tespit edilememesi ilginç görünmekte ve tekrar sorgulanmayı gerektirmektedir. Bu anlamda bu çalışma eşik değer için içsel olarak belirlenmesine imkân tanıyan Hansen (1999) panel eşik değer modelini kullanarak çoğunlukla ekonomik açıdan gelişmiş, uzun yıllardır nispeten düşük ve istikrarlı enflasyon düzeylerine sahip olan OECD ülkeleri için enflasyon büyüme ilişkisini güncel veri ve ekonometrik yöntemlerle tekrar sorgulamayı amaçlamaktadır. Daha spesifik olarak çalışma doğrusal olmayan enflasyon ve ekonomik büyüme ilişkisine dikkat çekmekte ve belirli bir enflasyon eşik değerinin tespitine odaklanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada 1996-2016 yıllarını kapsayan 32 OECD ülkesine ait veriler kullanılmaktadır.

Bu çalışmanın devamı şu şekilde organize edilmektedir: İkinci bölümde doğrusal olmayan enflasyon büyüme ilişkisine odaklanan çalışmaları içeren literatür taramasına yer verilmektedir. Üçüncü bölümde çalışmada kullanılan yöntem ve veri seti tanıtılmaktadır. Dördüncü bölümde ekonometrik model tahminlerine dayanan bulgular değerlendirilmektedir. Beşinci bölümde ise çalışmanın sonuçları tartışılmaktadır.

Literatür Taraması

Enflasyon ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi sorgulayan ampirik çalışmalar teorik çalışmalara paralel bir biçimde ortak bir sonuca varmaktan yoksundur. Bu çalışmaların bulguları kullanılan veri seti ve seçilen yöntemler karşısında oldukça değişkenlik sergilemektedir. Fisher (1993)'a ait çalışma enflasyon ve büyüme arasındaki ilişkinin doğrusal olmayabileceğini sorgulayan ilk çalışmalardan biridir. Gelişmiş ve gelişmekte olan 93 ülkeden oluşan geniş bir panel veri seti kullanan Fisher, ülkeleri enflasyon düzeylerine göre farklı örneklemelere ayırarak farklı enflasyon düzeylerinin ekonomik büyüme üzerinde yarattığı etkileri ayırtmaya çalışmaktadır. Çalışmada enflasyon eşik değer düzeyleri dışsal ve enflasyon oranı %15'den küçük, %15-%40 arası ve %40'dan büyük olacak şekilde belirlenmiş ve doğrusal olmayan bir enflasyon ve büyüme ilişkisinin varlığına yönelik bulgular elde edilmiştir. Benzer bir şekilde Bruno (1995), 127 ülke için yaptığı çalışmada enflasyon eşik değer seviyesini yaklaşık %20 dolaylarında tespit etmektedir. Enflasyon %20-25 bandına kadar büyüme üzerinde pozitif bir etkiye sahipken bu düzeyden sonra enflasyon büyümeyi negatif olarak etkilemektedir. Enflasyon ve ekonomik büyüme ilişkisindeki yapısal kırılmaları 87 ülkeden oluşan bir panel ile test eden Sarel (1996) ise bu düzeyi % 8 olarak tahmin etmektedir.

Ancak enflasyonun büyüme üzerindeki etkisini gösteren katsayılar, bu düzeyin üzerinde negatif ve anlamlı iken bu düzeyin altında pozitif fakat anlamsız olarak bulunmaktadır. Ghost ve Phillips (1998)'e ait çalışmada da enflasyon ile büyüme ilişkisinin doğrusal olmadığı tespit edilmektedir. Yazarlara göre çok düşük enflasyon oranlarında iki değişken arasındaki ilişkinin yönü pozitif iken negatif ilişki ancak çok yüksek enflasyon oranlarında ortaya çıkabilmektedir. Diğer çalışmalardan farklı olarak enflasyon krizleri dönemlerine odaklanan Bruno ve Esterly (1998) ise enflasyon ve büyüme arasındaki ilişkiyi 31 ülkenin 1961-1994 dönemine ait veri setini kullanarak araştırmıştır. Çalışmada enflasyon eşik değeri dışsal bir şekilde %40 olarak belirlenirken yüksek enflasyon krizlerinde büyümenin sert bir biçimde azaldığı ve enflasyon düştükten sonra ise hızlı bir şekilde toparlandığı sonucuna varılmaktadır. Enflasyon ve büyüme ilişkisinin ekonomik ve istatistiksel olarak anlamlı olduğunu gösteren Gylason ve Herbertsson (2001) ise bu çalışmalarında 170 ülkenin 1960-1992 yıllarını kapsayan verilerini kullanmıştır. Ayrıca yıllık enflasyon oranının %10-20 düzeyini aştığında genellikle uzun dönem büyüme olumsuz etkilediği sonucuna da ulaşılmaktadır.

Enflasyon düzeyinin dışsal (arbitrary) olarak seçildiği bu ilk dönem çalışmalardan farklı olarak sonraki çalışmalarda eşik seviyesinin model tarafından belirlenebildiği ekonometrik yöntemler kullanılmaktadır. Hansen (1999)'e ait eşik değer tahmin yöntemini kullanan Khan ve Senhadji (2001), 140 ülkeye ait 1960-1998 yıllarını kapsayan dengesiz panel veri seti ile gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için farklı enflasyon eşik değer düzeylerini sırasıyla %1-3 ve %11-12 olarak tahmin etmektedir. Enflasyon oranları bu seviyenin üzerinde olduğunda enflasyon ve büyüme ilişkisi anlamlı ve negatif iken bu seviyenin altında istatistiksel olarak anlamsız hale gelmektedir. Khan ve Senhadji (2001) çalışmasına benzer bir şekilde gelişmişlik düzeylerine göre ayrılan farklı ülke gruplarını inceleyen Sepehri ve Moshiri (2004)'ye ait olan çalışmada enflasyon eşik düzeyi; düşük gelirli ülkeler için %11, düşük-orta gelirli ülkeler için %15 ve üst-orta gelirli ülkeler için %5 olarak bulunmaktadır. OECD ülkelerinden oluşan örneklem için elde edilen bulgular ise enflasyon ve ekonomik büyüme ilişkisinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı yönündedir. Bu doğrultuda yapılan bir diğer çalışmada 138 ülkeden oluşan tüm örneklem için enflasyon eşik seviyesi Drukker vd. (2005) tarafından %19,16 olarak bulunmaktadır. Çalışmada gelir seviyelerine göre sınıflandırılan ülke gruplarını dikkate alan önceki çalışmalardan farklı olarak, endüstrileşmiş ülkeler için %2,57 ve 12,61 olmak üzere iki ayrı eşik noktası tespit edilmektedir. Finansal gelişme ve ekonomik büyüme ilişkisinde bir enflasyon eşik düzeyinin varlığını araştıran Lee ve Wong (2005)'a ait çalışma bu anlamda diğer çalışmalardan farklılaşmaktadır. Tayvan ve Japonya için yapılan çalışmada enflasyon eşik değeri sırasıyla %7,25 ve %9,66 olarak bulunmakta ve enflasyon oranının bu seviyenin altında olduğu durumda finansal gelişmenin ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilediği iddia edilmektedir. İki değişken arasındaki ilişkinin ülke gruplarına göre farklılaştığını ileri süren bir diğer çalışma da Pollin ve Zhu (2006)'ya aittir. 80 ülke verisi ile yaptıkları ampirik tahmin sonuçlarına göre; düşük ve orta gelirli ülkeler için enflasyon büyüme ilişkisinin doğrusal olmadığı yönünde kanıtlar elde edilirken bu bulgular yalnızca düşük gelirli ülkeler için istatistiksel olarak anlamlıdır. Her iki ülke grubu için enflasyon seviyesinin kabaca %15-18 düzeyine kadar büyümeyi ılımlı bir şekilde pozitif etkileyebileceği vurgulanmaktadır. OECD ülkeleri için ise belirgin kanıtlar elde edilememiştir. Li (2006) tarafından 90 gelişmiş ve 27 gelişmekte olan ve ülke için yapılan tahminlerde enflasyon eşik düzeyi gelişmiş ülkeler

için %24 ve gelişmekte olan ülkeler için ise %14 ve %38 olmak üzere iki farklı eşik değeri şeklinde elde edilmektedir. Bu iki seviyenin üzerinde enflasyonun büyüme üzerindeki etkisi, istatistiksel olarak anlamlı olmasına rağmen neredeyse ortadan kalkmaktadır. Vaona ve Schiavo (2007), enflasyon ekonomik büyüme ilişkisini, 1960-1999 dönemi ve 167 ülke verisini kullanarak yarı parametrik ve parametrik olmayan araç değişken tahmincileri ile analiz etmektedir. Çalışmada gelişmiş ülkeler için enflasyonun eşik seviyesi %12 olarak tahmin edilmesine rağmen bu seviyenin altındaki enflasyon düzeyi önemli bir etkiye sahip değildir. Çalışmada ayrıca gelişmekte olan ülkelerdeki yüksek büyüme oynaklığından dolayı bu ülkeler için kesin bir eşik değerin tespit edilemediği vurgulanmaktadır. Bick (2010), gelişmekte olan 40 ülke için yaptığı çalışmasında Hansen (1999) panel eşik modeline rejim sabiti ekleyerek ihmal edilmiş değişkenlerden kaynaklı sapma sorunlarını çözmeye çalışmaktadır. Model rejim sabitinin eklenmesi eşik değeri %19'dan %12'ye düşmesine ve enflasyonun büyüme üzerindeki marjinal etkisini gösteren regresyon katsayılarının yaklaşık iki katına çıkmasına neden olmaktadır.

Bu alandaki ilk dönem çalışmaların çoğunda eşik düzeyi dışsal olarak belirlenmekte ve gözlemlenemeyen heterojenlik dikkate alınmamaktadır. Son dönem çalışmalarının birçoğu González vd. (2005) tarafından geliştirilen PSTR³ (Panel Smooth Transition Regression) modelini kullanmaktadır. Bu model eşik değeri içsel olarak belirlenmesine imkan tanıyarak, içsellik ve heterojenlik problemlerini çözebilmektedir. Bu modeli kullanan ilk çalışmalardan biri Omay ve Kan (2010)'a ait olup 6 gelişmiş ülke (Kanada, Fransa, İtalya, Japonya, UK ve ABD) için analiz yapılmıştır. PSTR modeli ile elde edilen sonuçlara göre enflasyon eşik değeri %2,52 olarak tahmin edilmektedir. Yazarlar ayrıca yatay kesit bağımlılığını kontrol etmek amacıyla SURE-GLS ve CCE (Seemingly Unrelated Regression Equations through Generalized Least Squares ve Common Correlated Effects) yöntemleri ile tahminler yapmaktadır. Bu tahmin yöntemlerine göre enflasyon eşik değeri sırasıyla %3,18 ve %2,42 olarak bulunmaktadır. Espinoza vd. (2010) ise 1960-2007 yıllarını kapsayan 165 ülke panel verisini LSTR (Logistic Smooth Transition Regression) modelini kullanarak incelemektedir. Çalışmada tüm ülkeler, gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkeler için enflasyon eşik değeri sırasıyla yaklaşık %9, %1 ve %10 olarak bulunmaktadır. Benzer bir çalışma da López-Villavicencio ve Mignon (2011) tarafından 1961-2007 dönemini kapsayan 44 ülke verisi kullanılarak yapılmaktadır. PSTR ve GMM yöntemlerine dayanan tahminlerinde yazarlar enflasyon eşik değerini tüm ülkeler için %5, gelişmiş ülkeler için %1,23, gelişmekte olan ülkeler için %14,54, üst-orta gelir grubundaki ülkeler için %10,27 ve düşük-orta ve düşük gelir grubundaki ülkeler için ise %19,64 olarak tespit etmektedir. PSTR modelini kullanan Ibarra ve Trupkin (2011)'e ait bir diğer çalışma, enflasyon ve büyüme ilişkisini 120 gelişmiş ve gelişmekte olan ülke için araştırmaktadır. Enflasyonun eşik değeri gelişmiş ülkeler için %4,1 ve gelişmekte olan ülkeler için %19,1 olarak tahmin edilmektedir. Yazarlar ayrıca kurumsal kalite düzeylerine göre indirgenen bir grup gelişmekte olan ülke için ise eşik değeri %7,9'a düşüğünü gözlemlemektedir. Ancak yazarlar diğer çalışmalardan farklı olarak iki örnekte de enflasyonun büyüme üzerindeki etkisini her iki rejim için negatif olarak bulmaktadır. Enflasyon büyümeyi her iki rejimde de negatif etkilemesine rağmen bu etki yalnızca ikinci

³ PSTR model Hansen (1999, 2000) modellerinin geliştirilmiş halidir.

rejimde yani daha yüksek enflasyon düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Seleteng vd. (2013) yine aynı model aracılığıyla enflasyon büyüme ilişkisini 1980-2008 dönemi için SADC (South African Development Community) bölgesi özelinde araştırmaktadır. Çalışmada bu bölge için enflasyon eşik değeri % 18,9 olarak tahmin edilmektedir. Yazarlar, Ibarra ve Trupkin (2011) çalışmasındaki gibi enflasyonun büyüme üzerindeki etkisini her iki rejimde için negatif olarak bulmaktadır ve bu etki yalnızca yüksek enflasyon rejiminde anlamlıdır.

Diğer taraftan ilgili literatürde Caner ve Hansen (2004) tarafından geliştirilen dinamik panel eşik modeli kullanılarak yapılan tahminlerinde bulunmaktadır. Bu çalışmalardan biri olan Kremer vd. (2013), 120 ülke verisi ile enflasyon büyüme ilişkisinin doğrusal olmadığını tespit etmektedir. Bu model önemli kontrol değişkenlerinin içsellik sorununu çözmeye yardımcı olmaktadır. Yazarlar enflasyon eşik düzeyini endüstrileşmiş ülkeler için %2,53 ve endüstrileşmemiş ülkeler için %17,22 olarak bulmaktadır. Enflasyon oranı bu eşik değerlerin üzerinde olduğunda her iki örneklem içinde enflasyon, ekonomik büyümeyi negatif etkilemektedir ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Ancak endüstrileşmiş ülkeler için tahmin edilen eşik değerinin altında enflasyonun büyüme üzerindeki pozitif etkisi anlamlı değildir. Yöntem bakımından Kremer vd. (2010)'i takip eden bir diğer çalışma 32 Asya ülkesi için Vinayagathan (2013) tarafından gerçekleştirilmektedir. Çalışmanın sonuçları enflasyon eşik değerinin %5,43 olduğunu göstermektedir. Enflasyon bu düzeyin üzerinde ekonomik büyümeyi bozucu etki yaratırken enflasyonun etkisi bu düzeyin altında istatistiksel olarak anlamsızdır.

PSTR ve GMM yöntemlerinin her ikisini de kullanan diğer bir çalışmada Eggoh ve Khan (2014), enflasyon büyüme ilişkisini 102 ülke ve 1960-2009 dönemi için incelemektedir. Çalışmanın bulguları enflasyon ekonomik büyüme ilişkisinin doğrusal olmadığını ve enflasyon eşik değerinin tüm örneklem için %10,5, yüksek gelirli ülkeler için %3,4, üst-orta gelirli ülkeler için %10, düşük-orta gelirli ülkeler için %12,9 ve düşük gelirli ülkeler için %19,5 olduğunu göstermektedir. Çalışmada ayrıca enflasyon oranının ilgili örneklem için bu seviyelerin üzerinde olması ekonomik büyümeyi olumsuz etkilerken bu düzeyin altındaki enflasyon oranı ise büyümeye pozitif katkı yaptığı görülmektedir. Benzer bir şekilde Thanh (2015) PSTR ve GMM-IV yöntemleri ile ASEAN-5 ülkeleri özelinde enflasyon büyüme ilişkisini sorgulamaktadır. Çalışmanın bulguları enflasyon ve ekonomik büyüme ilişkisinin doğrusal olmadığını göstermektedir. Sonuçlara göre enflasyon %7,84 seviyesinin üzerine çıktığında ekonomik büyümeyi istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde negatif etkilemektedir. Gelişmekte olan 92 ülke için esnek bir yarı parametrik panel veri modeli tahmin eden Bağlan ve Yoldaş (2014) enflasyonun %12 seviyesinden sonra büyümeyi negatif etkilediği ve çok yüksek enflasyon düzeylerinde ise bu ilişkinin anlamsız hale geldiği sonucuna varmaktadır.

Enflasyon ve ekonomik büyüme ilişkisi üzerine yapılan çalışmaların bulguları genel olarak değerlendirildiğinde özellikle son dönem çalışmaların enflasyon ve ekonomik büyüme ilişkisinin doğrusal olmadığı yönünde ortak sonuçlara sahip olduğu söylenebilir. Ancak tahmin edilen enflasyon eşik değerleri incelendiğinde bu değerlerin örneklem seçimi, yöntem ve ekonometrik model tanımlamaları karşısında oldukça hassas olduğu gözlemlenmektedir.

Yöntem ve Veri Seti

Çalışmada enflasyonun eşik seviyesini bulmak için Hansen (1999) tarafından geliştirilen statik panel veri modeli kullanılmaktadır. Hansen (1999), i bireysel etkileri, t zamanı temsil ederken dengeli panel veri seti için $\{y_{it}, q_{it}, x_{it}: 1 \leq i \leq n, 1 \leq t \leq T\}$ bir tahmin önermektedir. Yalnızca bir olası eşik değere sahip olan model:

$$y_{it} = \mu_i + \beta_1' x_{it} I(q_{it} \leq \gamma) + \beta_2' x_{it} I(q_{it} > \gamma) + e_{it} \quad (1)$$

olarak ifade edilmektedir. Burada y_{it} bağımlı değişkeni, q_{it} eşik değişkenini, x_{it} dışsal regresörlerin k boyutlu bir vektörü iken; $I(\cdot)$ gösterge fonksiyonu $e_{it} \sim (0, \sigma^2)$ ise bağımsız ve özdeş dağılmış (*iid*) hata terimini temsil etmektedir. Modelde belirtilen γ eşik değeridir ve gözlemler q_{it} 'nin γ değerinden büyük veya küçük olmasına bağlı olarak iki "rejime" ayrılmaktadır. β değerleri ise farklı iki rejimin eğim parametreleridir. Denklem (1) için yeniden aşağıdaki ifade yazılabilir:

$$y_{it} = \begin{cases} \mu_i + \beta_1' x_{it} + e_{it}, & q_{it} \leq \gamma \\ \mu_i + \beta_2' x_{it} + e_{it}, & q_{it} > \gamma \end{cases} \quad (2)$$

Ayrıca $x_{it}(\gamma) = \begin{pmatrix} x_{it} I(q_{it} \leq \gamma) \\ x_{it} I(q_{it} > \gamma) \end{pmatrix}$ ve $\beta = (\beta_1' \beta_2)'$ olarak ifade edildiğinde denklem (1) farklı bir formda şu şekilde yazılabilir:

$$y_{it} = \mu_i + \beta' x_{it}(\gamma) + e_{it} \quad (3)$$

Hansen (1999), model tahmini için ilk olarak bireysel etkileri (μ_i) yok etmenin yolunun bireye özgü spesifik etkilerin ortadan kaldırılması olduğunu öngörmektedir. Bunun için denklem (1)'in zaman indeksi t üzerinden ortalaması alındığında:

$$\bar{y}_i = \mu_i + \beta' \bar{x}_i(\gamma) + \bar{e}_i \quad (4)$$

şeklinde ifade edilebilir. Bu eşitlikte $\bar{y}_i = T^{-1} \sum_{t=1}^T y_{it}$ ve $\bar{e}_i = T^{-1} \sum_{t=1}^T e_{it}$ iken $\bar{x}_i(\gamma) = T^{-1} \sum_{t=1}^T x_{it}(\gamma) = \begin{pmatrix} T^{-1} \sum_{t=1}^T x_{it} I(q_{it} \leq \gamma) \\ T^{-1} \sum_{t=1}^T x_{it} I(q_{it} > \gamma) \end{pmatrix}$ şeklindedir. Denklem (3) ve (4)'ün farkı alınarak elde edilen denklem ise aşağıdaki şekilde yeniden yazılabilir:

$$y_{it}^* = \beta' x_{it}^*(\gamma) + e_{it}^* \quad (5)$$

Yukarıdaki eşitlikte $y_{it}^* = y_{it} - \bar{y}_i$, $x_{it}^*(\gamma) = x_{it}(\gamma) - \bar{x}_i(\gamma)$ ve $e_{it}^* = e_{it} - \bar{e}_i$ 'yi temsil etmektedir. Veriler bir γ için β eğim katsayısı en küçük kareler yöntemi ile tahmin edilebilir:

$$\hat{\beta}(\gamma) = (X^*(\gamma)' X^*(\gamma))^{-1} X^*(\gamma)' Y^* \quad (6)$$

Elde edilen tahminde hata terimleri kareleri toplamı olan $S_1(\gamma) = \hat{e}^*(\gamma)' \hat{e}^*(\gamma) = Y^{*'} (I - X^*(\gamma)' (X^*(\gamma)' X^*(\gamma))^{-1} X^*(\gamma)') Y^*$ eşitlik yardımıyla γ eşik değerinin en küçük kareler tahmincisi ise şu şekilde ifade edilmektedir:

$$\hat{\gamma} = \arg \min_{\gamma} S_1(\gamma) \quad (7)$$

$\hat{\gamma}$ bulunduğunda eğim katsayısı tahmini $\hat{\beta} = \hat{\beta}(\hat{\gamma})$ olarak elde edilir. Hansen (1999) son olarak artık terim varyans tahmini ise aşağıdaki şekilde bulmaktadır:

$$\hat{\sigma}^2 = \frac{1}{n(T-1)} \hat{e}^{*'} \hat{e}^* = \frac{1}{n(T-1)} S_1(\hat{Y}) \quad (8)$$

Kullanılan bu yöntemde eşik değerin anlamlılığını test etmek için kurulan $H_0: \beta_1 = \beta_2$ şeklindeki sıfır hipotezi eşik etkisinin olmadığını göstermektedir. Diğer yandan model (1) yalnızca bir eşik değere sahiptir; fakat bu çalışmada olduğu gibi bazı durumlarda iki veya daha çok eşik değerli model test edilmesi gerekebilir. Örneğin; iki eşik değerli model şu şekilde yazılabilir:

$$y_{it} = \mu_i + \beta_1' x_{it} I(q_{it} \leq \gamma_1) + \beta_2' x_{it} I(\gamma_1 < q_{it} \leq \gamma_2) + \beta_3' x_{it} I(\gamma_2 < q_{it}) + e_{it} \quad (9)$$

Burada eşik değerler $\gamma_1 < \gamma_2$ olmaktadır. Hansen (1999) iki eşik değerli modelden yola çıkarak daha yüksek dereceli eşik değer modellerinin de kolay bir şekilde türetilbileceğini göstermektedir. Bu nedenle Hansen (1999)'ün çalışmasında ilk olarak model (9) için tahmin yapılmakta, daha sonra çift eşik varlığı tespit edilmekte ve son olarak da γ_1, γ_2 eşik değer parametreleri için güven aralıkları oluşturulmaktadır. Çoklu eşik modeli değerlendirildiğinde hipotezler: $H_0: \beta_1 = \beta_2$, $H_1: \beta_1 \neq \beta_2$ şeklinde iken sıfır hipotezinin reddi en az bir eşik değerinin var olduğunu göstermektedir.

Bu çalışmada ise enflasyon ve ekonomik büyüme ilişkisini sorgulamada kullanılan ampirik modelin formu aşağıdaki gibidir:

$$y_{it} = u_i + \beta_1 \tilde{\pi}_{it} I(\tilde{\pi}_{it} \leq \gamma_1) + \beta_2 \tilde{\pi}_{it} I(\gamma_1 < \tilde{\pi}_{it} \leq \gamma_2) + \beta_3 \tilde{\pi}_{it} I(\gamma_2 < \tilde{\pi}_{it} \leq \gamma_3) + \beta_4 \tilde{\pi}_{it} I(\gamma_3 < \tilde{\pi}_{it}) + \delta X_{it} + \varepsilon_{it} \quad (10)$$

Bu model üçlü eşik modelidir. y_{it} , bağımlı değişken ve i ülkesinin t dönemindeki kişi başına GSYH büyüme oranını ε_{it} ise hata terimini ifade etmektedir. u_i ülkeye özgü sabit etkileri göstermektedir. $\tilde{\pi}_{it}$ dışsal eşik değişkeni olan enflasyon oranı ve I gösterge fonksiyonudur. γ_1, γ_2 ve γ_3 çoklu eşik modelinde enflasyon için eşik parametrelerini temsil etmektedir. Son olarak X_{it} kontrol değişkenlerinden oluşan vektördür.

Çalışmada kullanılan tüm değişkenlere ait bilgiler ve betimleyici istatistikler Tablo 1'de yer almaktadır. Bu bilgilere göre OECD ülkelerinde ilgili dönemde ortalama enflasyon oranı %2,72 görülen en yüksek enflasyon oranı değeri ise %2,87 civarındadır. Bu oranlar dikkate alındığında OECD ülkelerinin nispeten düşük ve istikrarlı enflasyon oranlarını sahip olduğu söylenebilmektedir. Tablo 2 ise değişkenlere ait korelasyon katsayılarını göstermektedir. Enflasyon ve kişi başına GSYH arasındaki korelasyon katsayısı anlamlı fakat beklenmedik bir şekilde pozitifdir. Başlangıç geliri ve nüfus büyüme oranı değişkenleri ise beklenildiği gibi kişi başına GSYH ile negatif korelasyona sahip ve anlamlıdır. Yatırımlar ve ticari açıklık değişkenleri ise beklenildiği gibi pozitif korelasyona sahip olmasına rağmen bu korelasyonlar son derece düşük ve istatistiksel olarak anlamsızdır.

Tablo 1. Değişkenler, Tanımları, Kaynakları ve Betimleyici İstatistikler

Değişkenler	Tanımları ve Kaynağı	Göz. Say.	Ort.	Std. Sapma	Min.	Maks.
Kişi Başına GSYH	2010 sabit fiyatlarıyla ABD doları					
Büyüme Oranı (y)	cinsinden GSYH'nin yıl ortası nüfusa bölümünün % değişimi, OECD Data	320	0,020	0,028	-0,105	0,148
Başlangıç Geliri (linpercap)	2010 sabit fiyatlarıyla ABD doları cinsinden GSYH'nin bir önceki döneminin logaritması, OECD Data	320	10,354	0,627	8,625	11,593
Enflasyon Oranı (π)	Tüketici fiyatları endeksindeki % değişim	320	2,725	2,641	-1,524	20,871
Nüfus Büyüme Oranı (popg)	Yıllık nüfus büyüme oranı, OECD Data	320	0,515	0,697	-1,951	2,793
Yatırım (inv)	Finansal olmayan net yatırımların GSYH'ye oranı, OECD Data	320	1,595	0,959	-0,578	5,400
Ticari Açıklık (topen)	2010 sabit fiyatlarıyla ABD doları cinsinden mal ve hizmet ihracat ve ithalat toplamının GSYH'ye oranı, OECD Data	320	0,893	0,529	0,201	3,751

Not: Çalışmada kullanılan veriler 1996-2016 yılları arasını kapsamaktadır. Tüm verilerin iki yıllık ortalamaları kullanılmaktadır. Hansen (1999) modeli dengeli panel veri gerektirmektedir. Meksika, Yeni Zelanda ve Türkiye ilgili dönemde yeterli veriye sahip değildir. Bu ülkelerin örnekleme tutulması gözlem sayısının önemli oranda azalmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla bu ülkeler örneklemden çıkarıldıktan sonra $t=10$ ve $N=32$ ve toplam gözlem sayısı 320 olmaktadır.

Tablo 2. Değişkenlere Ait Korelasyon Matrisi

	y	infl	linpercap	popg	inv	topen
y	1.0000					
infl	0.1917***	1.0000				
linpercap	-0.3272***	-0.5149***	1.0000			
popg	-0.1591***	-0.1534***	-0.5146***	1.0000		
inv	0.0595	0.1119**	-0.1752***	-0.1705***	1.0000	
topen	0.0753	-0.0378	0.1543***	0.1202**	0.0844	1.0000

Not: ***, ** ve * simgeleri sırasıyla korelasyon katsayılarının %1, %5 ve %10 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir.

Ampirik Bulgular

Enflasyon büyüme ilişkisinde enflasyonun eşik değer sayısını belirleyebilmek için (10) numaralı model üç eşik düzeyi içerecek şekilde en küçük kareler yöntemi kullanılarak tahmin edilmektedir. Çoklu eşik modeline ait bulgular Tablo 3'de gösterilmektedir. $\hat{\gamma}_1$, $\hat{\gamma}_2$ ve $\hat{\gamma}_3$ sırasıyla modelde tahmin edilen birinci, ikinci ve üçüncü eşik değerlerini göstermektedir. Bu değerler modelde sırasıyla 3,62, 3,50 ve 5,14 olmak üzere üç farklı eşik değerini temsil etmektedir.

Tablo 3'de ayrıca tahmin edilen eşik parametrelerinin F-istatistikleri ve bu istatistiklere ait bootstrap p-değerleri bulunmaktadır. Birinci eşik parametresinin F-istatistiği %5 ve %10 kritik değerlerinden büyük fakat %1 kritik değerinden küçüktür. Diğer testlerdeki her iki parametre için ise F-istatistikleri her üç kritik değerden de küçüktür. Dolayısıyla elde edilen bulgular tahmin edilen modelde tek eşik değeri olduğunu desteklemektedir. İki ve üçüncü eşik değerlerinin F-istatistikleri anlamlı görünmemektedir.

Eşik parametrelerinin nokta tahminlerine ait güven aralıkları bilgileri Şekil 1, Şekil 2 ve Şekil 3'de sırasıyla birinci, ikinci ve üçüncü eşik parametresi için gösterilmektedir. LR istatistiğinin sıfıra değdiği noktalar tahmin edilen eşik değerini göstermektedir. LR istatistiğinin eşik parametresi değerinde kırmızı kesikli çizginin altında yer alması parametrenin %95 güven aralığında anlamlı olduğunu ifade etmektedir. Bu bilgilere göre yalnızca Şekil 1'de yer alan birinci eşik parametresi istatistiksel olarak %95 güven aralığında anlamlıdır. Diğer eşik parametrelerine ilişkin bulgular anlamlı değerler sergilememektedir. Tablo 3'de yer alan sonuçlar LR istatistiğinden elde edilen bulgular ile desteklenmektedir. Dolayısıyla regresyon modelinde bu aşamadan sonra bir adet eşik düzeyi olduğu kabul edilerek tek eşikli regresyon modeli tahmin edilmektedir.

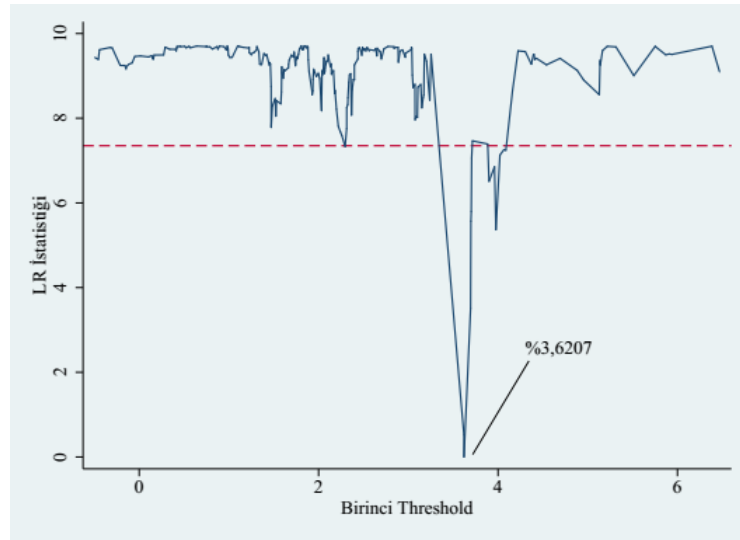
Tablo 3. Eşik Değer Testi

Bir Eşik Değer için Test	
$\hat{\gamma}_1$	3,6207
F-İstatistiği	8,63
p-değeri	0,040
(%10, %5 ve %1 kritik değerleri)	(7,2001), (7,7433), (9,4623)
İki Eşik Değer için Test	
$\hat{\gamma}_2$	3,5086
F-İstatistiği	3,72
p-değeri	0,7400
(%10, %5 ve %1 kritik değerleri)	(11,1546), (15,0799), (19,3744)
Üç Eşik Değer için Test	
$\hat{\gamma}_3$	5,1404
F-İstatistiği	3,16
p-değeri	0,8200
(%10, %5 ve %1 kritik değerleri)	(10,3342), (13,1916), (14,5583)

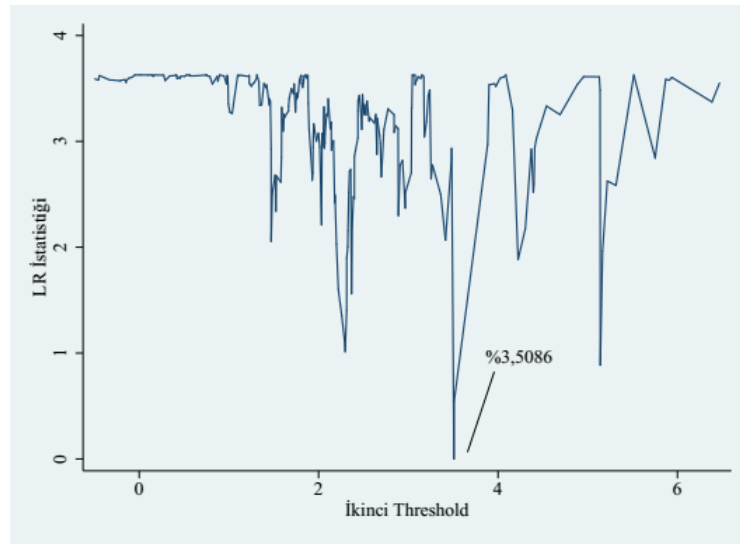
Not: Her üç eşik modelde p-değerleri için 1000 bootstrap simülasyonu kullanılmıştır.

Enflasyon ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiye ait panel eşik regresyon modeline ait tahminler Tablo 4’de yer almaktadır. Daha önce belirtildiği üzere Tablo 4’deki sonuçlar tekli eşik modeli tahminlerinden elde edilmektedir. Tablo 3’de ilk olarak daha önce tahmin edildiği gibi enflasyonun eşik düzeyine ilişkin nokta tahmin yer almaktadır. $\hat{\gamma}_1$ eşik parametresi 3,6207 olarak tahmin edilmektedir ve %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Dolayısıyla tahminler enflasyon oranını bu düzeyi aştıktan sonra bir rejim değişikliği gerçekleştiğini ifade etmektedir.

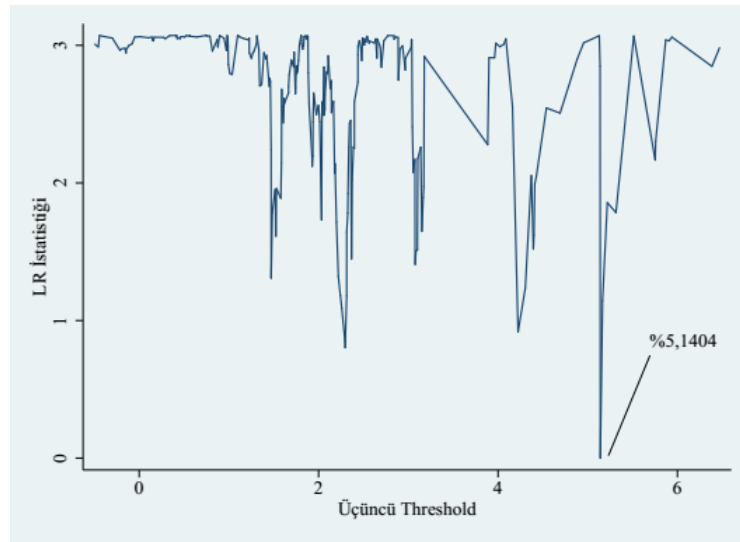
Tablo 4 ayrıca enflasyon eşik değerine bağlı olarak enflasyonun büyüme üzerindeki etkilerini göstermektedir. $\hat{\beta}_1$ ve $\hat{\beta}_2$ enflasyonun büyüme üzerindeki rejime bağlı etkisini gösteren katsayılarıdır. Rejim değişkeninin katsayılarına ait istatistikler enflasyon ve büyüme arasındaki ilişkinin ilgili örneklem için doğrusal olmadığını göstermektedir. $\hat{\beta}_1$ katsayısı pozitif fakat istatistiksel olarak anlamsızdır. $\hat{\beta}_2$ ise negatif ve istatistiksel olarak %5 düzeyinde anlamlıdır. Bu bulgulara göre enflasyon oranı 3,6207 düzeyinin altında iken enflasyon ekonomik büyümeyi pozitif etkilerken enflasyon oranı bu eşik değerin üzerine çıktığında enflasyon ekonomik büyüme üzerinde bozucu bir etki yaratmaktadır. Enflasyon büyüme ilişkisinin doğrusal olmamasının yanı sıra pozitif ve negatif etkilerin büyüklüğü de farklılaşmaktadır. Marjinal etkileri gösteren katsayıların büyüklüğüne baktığımızda enflasyonun büyüme üzerindeki negatif etkisinin, pozitif etkisine göre yaklaşık iki kat fazla olduğu görülmektedir.



Şekil 1. Üçlü Eşik Modeli İçin Birinci Eşik Değerin Güven Aralıkları: LR İstatistiği



Şekil 2. Üçlü Eşik Modeli İçin İkinci Eşik Değerin Güven Aralıkları: LR İstatistiği



Şekil 3. Üçlü Eşik Modeli İçin Üçüncü Eşik Değerin Güven Aralıkları: LR İstatistiği

Çalışmamızda OECD ülkeleri için tahmin edilen eşik değeri ve enflasyon ve ekonomik büyüme ilişkisinin yönüne ilişkin bulgular, OECD ülkelerini inceleyen önceki çalışmalardan oldukça farklıdır. 24 OECD ülkesi ile tahminler yapan Sepehri ve Moshiri (2004) anlamlı ya da anlamsız bir yapısal kırılma yani eşik değeri tespit edememektedir. Pollin ve Zhu (2006) ise enflasyon büyüme ilişkisinin doğrusal olmadığı yönünde kanıtlar tespit etmesine rağmen bu kanıtlar istatistiksel olarak anlam taşımamaktadır. Yazarlar ayrıca farklı tahmincilere dayandırdıkları enflasyon eşik değerlerini sırasıyla 1,8, -3,4 ve 65 olarak oldukça farklı değerlerde tahmin etmektedirler.

Son olarak modelde ampirik büyüme literatüründe sıklıkla kullanılan değişkenlerin etkileri kontrol edilmektedir. Nüfus büyüme oranı dışındaki değişkenlerin tümü istatistiksel olarak anlamlıdır. Nüfus büyüme oranındaki artışların kişi başı GSYH büyüme oranı üzerindeki etkisinin negatif olduğu görülmektedir. Diğer yandan başlangıç gelir düzeyi katsayısı %1 anlamlılık düzeyine sahip, oldukça yüksek ve negatif işarete sahiptir. Vinayagathan (2013)

ve Seleteng vd. (2013)'nin çalışmalarında vurguladığı gibi bu sonuç zengin ülkelerin yavaş ve fakir ülkelerin hızlı büyüdüğünü göstermesi bakımından koşullu yakınsama hipotezi ile tutarlıdır. Son olarak yatırım ve dışa açıklık oranının katsayıları beklenildiği gibi pozitif ve %1 ve %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Yatırımların GSYH'ye oranı ve ithalat ve ihracatın GSYH'ye oranındaki artışların her ikisinin de beklenildiği gibi kişi başına GSYH'yi artırıcı yönde etki ettiği görülmektedir.

Tablo 4. Panel Regresyon Tahminleri: Tekli Eşik Modeli

<i>Bağımlı Değişken: Kişi Başına GSYH Büyüme Oranı (y)</i>	
<i>Eşik Değer Parametresi ($\hat{\gamma}_1$)</i>	3,6207
<i>Eşik Değer Parametre Anlamlılığı İçin p-değeri</i>	(0,040)
$\hat{\beta}_1$	0,134 (0,76)
$\hat{\beta}_2$	-0,254** (-2,44)
<i>linpercap</i>	-13,121*** (-8,63)
<i>popg</i>	-0,370 (-0,78)
<i>inv</i>	1,050*** (3,00)
<i>topen</i>	2,938** (2,26)
<i>Gözlem Sayısı</i>	288
<i>Ülke Sayısı</i>	32

Not: Parantez içindeki değerler katsayılara ait t-istatistik değerleridir. ***, ** ve * simgeleri sırasıyla değişkenlere ait katsayıların %1, %5 ve %10 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir.

Sonuç

Bu çalışma Hansen (1999) panel eşik değer modelini kullanarak 32 OECD ülkesine ait 1996-2016 yılları arasını kapsayan veriler ile enflasyon ve ekonomik büyüme ilişkisini sorgulamaktadır. Bu yöntem OECD ülkelerini inceleyen ilk dönem çalışmalardan farklı olarak eşik değerini içsel olarak belirlenmesine ve ayrıca ampirik modelde kaç tane eşik değeri olduğunun tespitine imkan tanımaktadır. Çoklu eşik değer testlerinin yapıldığı analizlerde enflasyon büyüme ilişkisinde yalnız bir adet anlamlı enflasyon eşik değeri olduğu tespit edilmektedir. Bu değer OECD ülkeleri için %3,6207 olarak tahmin edilmektedir. Tahmin edilen enflasyon eşik değeri ilgili örneklemin %2,725 olan enflasyon ortalamasının yaklaşık %33 üzerinde yer almaktadır. Bu eşik değere ilişkin elde edilen bulgular enflasyonun büyüme üzerindeki etkisinin doğrusal olmadığı yönünde güçlü kanıtlar sunmaktadır. Enflasyon oranı %3,6207'nin altında iken enflasyon ekonomik büyümeyi pozitif etkilemesine rağmen bu etki istatistiksel olarak anlamsızdır. Ancak enflasyon oranı %3,6207'nin üzerinde

iken enflasyon ekonomik büyümeyi negatif etkilemekte ve enflasyonun büyüme üzerindeki etkisinin şiddeti de artmaktadır. Bu çalışma, sonuçları itibariyle enflasyon ve ekonomik büyüme ilişkisinde ilgili örneklem için bir eşik değer tespiti ve doğrusal olmayan bir ilişkinin belirlenemediği Sepehri ve Moshiri (2004) ile Pollin ve Zhu (2006) çalışmalarının sonuçlarından farklılaşmaktadır. Ayrıca ekonomik büyüme üzerindeki etkisini kontrol ettiğimiz yatırım ve dışa açıklık değişkenlerinin etkileri pozitif iken başlangıç gelir düzeyine ilişkin bulgularımız ise koşullu yakınsama hipotezini desteklemektedir.

Enflasyon ve ekonomik büyüme ilişkisine dair sunduğumuz bu kanıtlar para politikasının tasarımı, yürütülmesi ve enflasyon hedeflemesi rejimi ile doğrudan ilişkilidir. Enflasyonun ekonomik büyüme üzerindeki doğrusal olmayan etkisinden dolayı para politikası da enflasyon düzeyine bağlı olarak ekonomik büyüme üzerinde farklı etkilere sahip olabilir. Fiyat istikrarının tek başına makroekonomik istikrarı sağlamadaki rolü konusundaki inanış her ne kadar 2008 küresel finansal krizi sonrasında sarsılmış olsa da fiyat istikrarı hala makroekonomik istikrarın en temel belirleyicisi konumundadır. Dolayısıyla para politikası tasarımında fiyat istikrarı amacı hala önemini korumaktadır. Çalışmanın sonuçlarının özellikle enflasyon hedeflemesi rejimi uygulayan ülkeler başta olmak üzere para politikası otoritelerine yol gösterici olması beklenmektedir. Merkez bankaları enflasyon oranını tahmin edilen eşik değere düşürerek ekonomik büyümenin artmasına katkıda bulunabilir.

Bu çalışma birkaç açıdan geliştirilebilir. Öncelikle model belirleme hatalarını en aza indirebilmek amacıyla ampirik büyüme literatüründen hareketle büyüme üzerinde etkili olduğu düşünülen diğer değişkenlerin etkisi kontrol edilebilir. Bunun yanı sıra çalışmada kullanılan model içsellik problemini çözememektedir. OECD ülkeleri özelinde yapılacak sonraki çalışmalar González vd. (2005) tarafından geliştirilen ve içsellik problemini dikkate alan PSTR modelini kullanabilir. Bu model ayrıca dengesiz panel veri ile çalışabilmeye olanak verdiği için örneklem ve değişken kısıtını büyük oranda ortadan kaldırabilir.

Kaynakça

- Baglan, D., Yoldas, E. (2014). Non-Linearity in The Inflation–Growth Relationship In Developing Economies: Evidence From A Semiparametric Panel Model. *Economics Letters*, 125(1), 93-96.
- Barro, R. J. (1995). Inflation and Economic Growth. *Bank of England Quarterly Bulletin*, 35(2), 407–443.
- Barro, R. J. (1996). Inflation and Economic Growth. *Federal Reserve of St. Louis Review*, 78, 153–169.
- Bick, A. (2010). Threshold Effects of Inflation on Economic Growth In Developing Countries. *Economics Letters*, 108(2), 126-129.
- Bruno, M. (1995). Does Inflation Really Lower Growth?. *Finance and Development*, 32(3), 35–38.

- Bruno, M., Easterly, W. (1998). Inflation Crises and Long-Run Growth. *Journal of Monetary Economics*, 41(1), 3-26.
- Caner, M., Hansen, B.E. (2004). Instrumental Variable Estimation of a Threshold Model. *Econometric Theory*, 20(5), 813-843.
- David, D., Pedro, G., Paula, H. (2005). *Threshold Effects in the Relationship Between Inflation and Growth: A New Panel-data Approach*. Germany: University Library of Munich. <https://mpira.ub.uni-muenchen.de/38225/>.
- Eggoh, J.C., Khan, M. (2014). On the Non-Linear Relationship Between Inflation and Economic Growth. *Research in Economics*, 68, 133–143.
- Espinoza, R.A., Prasad, A., Leon, Mr Hl. (2010). *Estimating the Inflation-Growth Nexus: A Smooth Transition Model*. *International Monetary Fund*, 10-76.
- Fischer, S. (1993). The Role of Macroeconomic Factors in Growth. *Journal of Monetary Economics*, 32(2), 485–512.
- Ghosh, A., Phillips, S. (1998). Warning: Inflation May Be Harmful to Your Growth. *IMF Staff Papers*, 45(4), 672-710.
- González, A., Teräsvirta, T., Van Dijk, D. (2005). Panel Smooth Transition Regression Models. *SSE/EFI Working Paper Series in Economics and Finance*, 604.
- Gylfason, T., Herbertsson, T. (2001). Does Inflation Matter for Growth. *Japan and the World Economy*, 13(4), 405-428.
- Hansen, B. E. (1999). Threshold Effects in Non-Dynamic Panels: Estimating, Testing and Inference. *Journal of Econometrics*, 93, 345–368.
- Hansen, B. E. (2000). Sample Splitting and Threshold Estimation. *Econometrica*, 68(3), 575-603.
- Ibarra, R., Danilo T. (2011). The Relationship between Inflation and Growth: A Panel Smooth Transition Regression Approach For Developed and Developing Countries. *Banco Central del Uruguay Working Paper Series*, 6.
- Khan, M. S., Ssnhadji, A. S. (2001). Threshold Effects in The Relationship Between Inflation and Growth. *IMF Staff papers*, 48(1), 1-21.
- Kremer, S., Bick, A., Nautz, D. (2013). Inflation and Growth: New Evidence from a Dynamic Panel Threshold Analysis. *Empirical Economics*, 44(2), 861-878.
- Lee, C., Wong, S. Y. (2005). Inflationary Threshold Effects in The Relationship Between Financial Development and Economic Growth: Evidence From Taiwan And Japan. *Journal of Economic Development*, 30(1), 49.
- Levine, R., Renelt, D. (1992). A Sensitivity Analysis of Cross-Country Growth Regressions. *American Economic Review*, 82(4), 942–963.
- Levine, R., Zervos, S. J. (1993). What We Have Learned About Policy and Growth From Crosscountry Regressions. *American Economic Review*, 83(2), 426–430.

- Li, M. (2006). Inflation and Economic Growth: Threshold Effects and Transmission Mechanisms. *Department of Economics, University of Alberta*, 2(5), 8-14.
- López-Villavicencio, A., Mignon, V. (2011). On the impact of inflation on output growth: Does the level of inflation matter?. *Journal of Macroeconomics*, 33(3), 455–464.
- Omay, T., Kan, E. Ö. (2010). Re-examining the threshold effects in the inflation–growth nexus with cross-sectionally dependent non-linear panel: Evidence from six industrialized economies. *Economic Modelling*, 27(5), 996-1005.
- Pollin, R., Zhu, A. (2006). Inflation and Economic Growth: A Cross-Country Nonlinear Analysis. *Journal of post Keynesian economics*, 28(4), 593-614.
- Sarel, M. (1996). Non-Linear Effects of Inflation on Economic Growth. *IMF Staff Papers*, 43(1), 199–215.
- Seleteng, M., Bittencourt, M., Van Eyden, R. (2013). Non-Linearities in Inflation Growth Nexus in The SADC Region: A Panel Smooth Transition Regression Approach. *Economic Modelling*, 30, 149–156.
- Sepehri, A., Moshiri, S. (2004). Inflation-Growth Profiles Across Countries: Evidence from Developing and Developed Countries. *International Review of Applied Economics*, 18(2), 191-207.
- Thanh, S. D. (2015). Threshold Effects of Inflation on Growth in The ASEAN-5 Countries: A Panel Smooth Transition Regression Approach. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 20(38), 41-48.
- Vaona, A., Schiavo, S. (2007). Nonparametric and Semiparametric Evidence on The Long-Run Effects of Inflation on Growth. *Economics Letters*, 94(3), 452-458.
- Vinayagathan, T. (2013). Inflation and Economic Growth: A Dynamic Panel Threshold Analysis For Asian Economies. *Journal of Asian Economics*, 26, 31–41.



Türkiye’de Eğitim Eşitsizliğinin Farklı Yüzleri¹

Various Facets of Educational Inequality in Turkey

Seda Yıldız² - Derya Gültekin-Karakaş³

Başvuru Tarihi: 06.09.2018

Kabul Tarihi: 09.04.2019

Öz

Bireylerin ve toplumların gelişiminde hayati rol oynayan eğitim olanaklarına erişim eşitlikçi ve hak-merkezli olmaktan uzaklaştığı ölçüde, farklı toplumsal kesimler arasındaki eşitsizlikler derinleşmektedir. Çalışmada, Türkiye’de eğitim alanındaki eşitsizlik farklı veçheleri ile incelenmekte ve 2008-2016 dönemi için ülke, bölge ve cinsiyet bazında ortalama öğrenim süresi ve okullaşma oranları temelinde eğitim kazanımları hesaplanarak, eğitime toplumun farklı kesimlerinin erişiminin ne ölçüde eşitlikçi olduğu sorgulanmaktadır. Bu kapsamda, Eğitim Gini İndeksi (EGİ) yöntemi kullanılarak eğitim seviyelerine göre indeks değerleri hesaplanmakta ve eğitim Lorenz eğrileri çizilerek eşitsizliğin seyri gözlemlenmektedir. Ayrıca okullaşmanın standart sapma değerleri ve ortalama öğrenim süreleri üzerinden eğitimde Kuznets eğrisinin oluşup oluşmadığı incelenmekte ve EGİ değerlerinin gelir dağılımı ile ilişkisine bakılmaktadır. Analize göre ülke genelinde okullaşmanın artması ve azalan EGİ değerleri, eğitimde eşitsizliğin azaldığına işaret etmektedir. Ancak, veriler yaş, cinsiyet ve bölge değişkenlerine göre incelendiğinde, eşitsizliklerin devam ettiği görülmektedir. Eğitim harcamalarında kamudan hanehalklarına doğru kayış ve en yüksek %20’lik gelir grubu lehine farklılaşma, eğitim eşitsizliğini arttırmaktadır. En yüksek %20’lik gelir grubunun eğitim harcamalarının toplam tüketim harcamalarındaki payı, diğer gelir gruplarının toplamına ve özellikle de en düşük %20’lik gelir grubuna göre artmaktadır. Analiz, Türkiye’de eğitime erişimde eşitliğin sağlanmadığını ve eğitime sosyal statü, cinsiyet, yaşanan bölge ve aile gelir düzeyinden bağımsız erişim sağlayacak politikaların geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Eğitim, Eğitim Eşitsizliği, Bölgesel Eşitsizlik, Eğitim Gini İndeksi, Türkiye

¹ Bu çalışma, İTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Yüksek Lisans Programında Doç.Dr. Derya Gültekin-Karakaş yürütücülüğünde Seda Yıldız tarafından 2015 yılında tamamlanan tez çalışması güncellenerek türetilmiştir.

² İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, sedayldz7@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1391-2431

³ İstanbul Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, dkaraka@itu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1391-2431

Abstract

Inequalities between different social segments deepen as far as educational access that is critical in the development of individuals and societies is far from being egalitarian and right-centred. This study examines various facets of educational inequality in Turkey and questions to what extent access to education by different segments of the society is equitable. Accordingly, it examines the status of educational inequality at the levels of country, regions and gender on the basis of average duration and rates of schooling for the period 2008-2016. To this end, Education Gini Index (EGI) values are calculated according to education levels and the course of inequality is observed with Lorenz curves. The standard deviation values of schooling and the average duration of schooling are analyzed to determine whether a Kuznets curve is formed in education besides examining the relationship between EGI values and income distribution. The findings of rising educational attainment and diminishing Education Gini Index values imply that educational inequality has fallen across the country. However, the analysis of data at the finer levels of age, gender and region shows that inequalities continue to exist between different social groups. Moreover, the shift in education spending from the public towards households as well as the increase in the share of the highest 20% income group in total education expenditures reinforce educational inequality in the country. In particular, the increase in the share of the highest 20% income group in total education expenditures in comparison to the remaining 80% income group and particularly to the lowest 20% income group is striking. The analysis indicate that equality in access to education has not been achieved in Turkey and education policies need to be designed in a way that provides access to education independent of social status, gender, resided area and family income level.

Keywords: *Education, Educational Inequality, Regional Inequality, Education Gini Index, Turkey*

Giriş

Birey ile toplum arasında bir köprü işlevi gören eğitim alanındaki politikalar, toplumu oluşturan bireylerin nitelik ve donanımlarının inşasında birincil düzeyde etkili olmakta ve dolayısıyla toplumsal dönüşüm ve gelişimde yaşamsal bir rol oynamaktadır. Özellikle bilgi-iletişim teknolojilerinin toplumsal yaşamın tüm alanları üzerinde dönüştürücü etkisinin yoğunluk kazandığı günümüzde eğitim politikaları toplumlar arasında iktisadi gelişim düzeyi farklılaşmalarında açıklayıcı değişkenlerden biri olmaktadır. Daha da önemlisi, eğitimin toplumsal sürdürülebilirliği, bir diğer deyişle toplumu oluşturan bireylerin ahenk ve huzur içinde birlikte yaşayabilmelerinin teminindeki rolü ve bununla da ilişkili olarak sosyal refah için belirlenen hedeflere ulaşma, kaliteli bir yaşam düzeyi sağlama gücü de yadsınamaz bir önem teşkil etmektedir. Bu sebeple belirli bir sistem içinde kurgulanan eğitimin, toplumun tüm kesimlerinin erişimine açık olması gereklidir.

Ancak, eğitim sistemi ve politikalarının kurgulanış şekli her zaman eşitlikçi ve hak merkezli olmayabilmekte ve eğitime erişim, bir diğer deyişle eğitimin toplumun farklı kesimlerine dağılım sorunsalı ortaya çıkmaktadır. Bu tür durumlarda, eğitim sisteminin toplum içinde ayrışma ve eşitsizliklere yol açıp açmadığı tartışma konusu olmaktadır. Bu noktada da eğitimin toplumun yeniden üretiminde ideolojik bir araç oluşu, iktidar ilişkilerinin yeniden üretimini sağlayıcı işlevi görünür hale gelmektedir.

Eğitim sistemi ile toplumsal katmanlaşma ve eşitsizlikler arasındaki ilişkinin incelenmesi, eğitim sistemi ve politikalarına sosyal eşitlik hedefine ulaşma yolunda nasıl bir şekil verileceğinin belirlenmesi açısından yaşamsaldır. Her ne kadar kapitalist bir toplumda eğitim politikaları sınıfsal ayrışmaları ortadan kaldıramasa da, sınıflar arasındaki uçurumları azaltıcı ve farklı gelir düzeylerine sahip toplumsal kesimler arasındaki geçişkenliği arttırıcı bir rol oynayabilir.

Türkiye’de 1980 sonrası dönemde yaşamın tüm alanlarını piyasa ilkeleri doğrultusunda yeniden yapılandıran politikalar hayata geçirilmiştir. Devlet-piyasa ikilemi ekseninde, sosyal refah devleti uygulamalarının adım adım tasfiye edilerek, sağlık, sosyal güvenlik vb. alanların piyasa ilişkileri içerisine çekildiği bu süreçte, eğitim alanında da artan ticarileşme ve metalaşma süreçlerinin önü açılmıştır. Özellikle uluslararası kurumların (örneğin Dünya Bankası’nın) eğitim raporlarındaki politika önerileri, ulus içi sermaye örgütlerinin (TÜSİAD, TOBB vb.) eğitim politikalarına dair önerileri ve Kalkınma Bakanlığı öncülüğünde hazırlanan kalkınma planları (9. ve 10. Kalkınma Planları) incelendiğinde, Türkiye’de eğitimin kamusal bir hizmet olarak görülmesi anlayışından uzaklaşıldığı ve kapitalist birikim sürecine uyumlaştırılmış eğitim anlayışının son yıllarda daha da yaygınlaştığı görülmektedir. Söz konusu durum, ülkede eğitim alanında yaşanan dönüşümün toplumsal etkilerinin tartışılmasını ivedi kılmaktadır.

Çalışma, Türkiye’de günümüzde geline aşamada, eğitim alanındaki eşitliğe ilişkin durumu nicel çıktılar temelinde incelemeyi amaçlamaktadır. Bu temelde, ilk olarak eğitim sistemi ve politikalarının toplumsal katmanlaşma ve eşitsizlikleri ne yönde etkilediğine ilişkin literatür tartışmalarına yer verilmektedir. Ardından analizde kullanılan yöntem ve veri kaynakları tanıtılmaktadır. Üçüncü olarak, 2008-2016 döneminde ülke, bölge ve cinsiyet bazında ortalama öğrenim süresi ve okullaşma oranları açısından eğitim kazanımları hesaplanmakta ve eğitime toplumun farklı kesimlerinin erişiminin ne ölçüde eşitlikçi olduğu sorgulanmaktadır. Ayrıca, toplumdaki farklı gelir gruplarının eğitim harcamalarının seyri ile gelir eşitsizliği ve eğitim kazanımları arasındaki ilişki incelenmektedir. Sonuç Bölümü’nde, analiz bulgularının tartışılmasından yola çıkılarak, Türkiye’de eğitim sistemi ve politikalarının geleceğine ilişkin öneriler yer almaktadır.

Eğitim Toplumsal Katmanlaşmayı Güçlendirir mi, Yoksa Eşitsizlikleri Azaltır mı?

Eğitim ve sosyal refah arasındaki pozitif ilişkiye vurgu yapan yazarlara göre, artan eğitim düzeyi ile ‘beşeri sermayeye’ yapılan yatırım, daha yüksek üretkenlik ve dolayısıyla daha yüksek bir kazanç ve refah düzeyi getirmektedir (Schultz, 1961; Becker, 1962; Barro ve Lee,

2010). Gelişmekte olan ülkelerde eğitime yatırım sonucunda ekonomik geri dönüşler yanı sıra sosyal geri dönüşler de daha çabuk ve yükselen seyirde olmaktadır (Krueger ve Lindahl, 2001). Dolayısıyla, toplumda eğitim düzeyi devletin aktif politikaları ile arttıkça, birikimli olarak (aileler daha iyi eğitimle donatılmış olacağından) toplumda eğitim ve gelir düzeyi yükselecektir. Bu görüş çerçevesinde doğru kurgulanmış ve bütün çıktıları planlanmış bir eğitim yapılanmasının uzun döneme yayılan etkileri sayesinde toplumda statü farklarının kapanacağı ve eğitimde devamlılık ve yaygınlık ilkeleriyle hareket edilmesi sonucu, toplumsal katmanlaşmanın ve gelir eşitsizliklerinin önüne geçileceği ileri sürülmektedir. Bu bağlamda, piyasa yanlısı yazarlara göre eğitim alanının özel kurumlara açılması ve rekabete izin verilmesi, eğitimin kalitesini arttıracak ve bu sayede işlevselliğini yitirmiş bulunan eğitim yapısının pazar koşullarına uygun olarak ekonomik getirileri artacaktır (Mill, 1859; Friedman ve Friedman, 1980; Hanushek ve Woessmann, 2007).

Ancak eğitimin farklı kesimler arasında sosyal, ekonomik vb. açılardan ayrışmalar biçiminde kendini gösteren toplumsal katmanlaşmayı perçinlediğini ileri süren görüşler de mevcuttur (İllich, 1971; Willis, 1977). ABD örneğinden yola çıkan İllich (1971)'e göre güç sahipleri iktidarlarının devamlılığı için, istedikleri zaman kontrol edebildikleri ve belli standartlara uydurabildikleri alt sınıflara ihtiyaç duymaktadır. Okul tam da bu amaca hizmet eden, toplumu eşitsizliğe sürükleyen bir rol oynamaktadır. Ev içinde ve dışında sahip oldukları eğitim ve sosyal faaliyet olanakları sayesinde, üst sınıflara mensup ailelerin çocuklarının okulda ve okul dışında hayata tutunma şansları daha fazladır. Dolayısıyla her bir toplumsal tabaka, sosyo-ekonomik statülerinin elverdiği kadarıyla eğitim hayatına tutunabilirken, eğitime bakışları ve meslek edinim isteği farklılıklar göstermektedir. Yoksul kesim için kısa dönemli ihtiyaçların karşılanması öncelikli olduğundan, uzun dönemli ihtiyaçlardan biri olan eğitime verilen değer düşük kalmakta, daha üst gelir kesimlerinde eğitime gerekli finansal destek, iyi bir çevre ve motivasyonla yatırım yapılmaktadır. Böylece düşük sosyo-ekonomik gruptaki öğrenciler, mali kısıtlar ve ailenin eğitim anlayışından doğan ihmalkârlık yüzünden eğitim hayatlarına devam edememekte ve yüksek getirili meslekler düzeyine ulaşamamaktadırlar (Osa-Edoh ve Alutu, 2011). Nitekim Boran (1939), ABD'de meslekler bazında üst ve alt sınıflar arasındaki geçişkenliğin az olduğunu kanıtlamaktadır. Üst sınıflardaki hiyerarşik üstünlük, alt sınıfların dâhil olmasına mani olmakta ve hiyerarşi kendini korur nitelikte direnç göstermektedir.

Bourdieu (1973), toplumsal katmanlar arası geçişkenliğin zorluğunu, katmanlara özgü farklı ekonomik ve kültürel sermaye düzeyleri üzerinden açıklamaktadır. Buna göre, her toplumsal tabaka kendine özgü bir kültürel ve sosyal damak tadına sahiptir. Bu damak tadı, mensubu olunan sosyal grup, edinilen meslek, dinlenen müzik, okunan edebi eserler vb. sosyal yaşam kalitesini gösteren belirleyicilerden oluşur. Bir kuşaktan diğerine aktarılan genetik özellikler gibi, sınıflar da kendilerine ait ekonomik durum ve kültürel sermayeyi devam ettirmek için alanlar yaratır; eğitim bu alanlar arasında baş roledir. Yerleşmiş bir düzene benzeyen sınıflar arasında hareket edebilirlikler ve değişimler zaman içinde azalır. Eğitim sistemi alt kesime daha düşük seviyede meslek ve gelir sağlayan bir yol çizerken, üst sınıf mensupları kendilerini geliştirebileceği bir eğitimden geçer. Yazara göre bu tür bir kültürel farklılaşmanın toplum

tarafından meşrulaştırılması, sosyal ayrımcılığa ve eşitsizliklere sebep olmaktadır. Artık her sınıf kendi sınıfının yeniden üreticisi olur, katmanlar belirginleşir, geçirgenliği zayıflar (Bourdieu ve Passeron, 1990). İrlanda örneğini inceleyen Raftery ve Hout (1993)'e göre, yoksul aileler her zaman yükseköğrenime ödeyeceği bedeli ve bunun kendilerine sağlayacağı yararı tartmak zorunda olduğundan, 'rasyonel' bir seçim yaparak, çocuklarının eğitimlerine yatırım yapmaya devam etmemektedirler. Üst sınıfa mensup aileler için ise eğitime yatırım, alt sınıflara mensup ailelerde görülen bir tercih durumu gerektirmeden devam etmekte, sonuç olarak da nesilden nesile kültürün devamlılığı gibi, eğitime verilen önem ve bunun sonucu edinilen itibarlı meslekler de sınıfsal yapı içinde korunmaktadır.

Alınan eğitimin bir sonucu olarak belirlenen meslek seçimi için her genç birey yönlendirilmeye ve kendisine en uygun olanın saptanmasına ihtiyaç duymaktadır. Aile bu süreçte büyük pay sahibidir (Bergen, 2006). Başarı güdüsü ve meslek seçiminde aile büyüklerinin sahip olduğu mesleklere duyulan sempati/antipati de önemli bir yönlendiricidir (Parsons, 1909). Birey eğitimde izleyeceği yolu ve edineceği meslek fikrini, bulunduğu sosyo-ekonomik statü ve ailesinden etkilenecek oluşturur. Üst tabakaya mensupların eğitime bakış açısı okulun yeri ve sosyal etkinlik çeşitliliği vb. sosyal hayat açısından sağlanacak fayda boyutunu da içermekteyken, alt tabaka mensupları okul ücreti, staj olanakları vb. önem vererek, eğitim hayatına gelecekteki meslek ve kariyerine sağlayacağı olanakları düşünerek adım atar (Delaney, 1999). Ailenin sosyo-ekonomik durumu ve büyüklüğü ile anne, baba veya yakın çevresindeki kişilerin meslekleri, çocuğun eğitiminde ve ileride seçeceği mesleğe karar vermede rol oynar (Tezcan, 1985).⁴ Bu noktada, sosyo-ekonomik katmanlaşmanın oluşması ve derinleşmesi ile ilişkili bir durum olarak kendine güven duygusunun ne ölçüde kazanılabildiği sorusu önem kazanmaktadır. Başlangıçta bireyin doğduğu ortamın katkıları ve sonrasında sistemin sağladığı eğitimle gelişen kişisel entelektüel derinlik, kendine güven ve sahip olunan mesleğe hâkimiyet, daha alt toplumsal tabaka mensupları ile aradaki farklılaşmayı arttırıcı rol oynamaktadır. Çünkü kazanılan entelektüel derinlik ve mesleki donanımla insan, görev bilinci ve kendini bir adım yukarı taşıma olanağı kazanmış olur; öğrenilen her bilgi, kişiye kazanım olarak geri döner. Ayrıca, düşük gelirli ailelerin statülerinden kaynaklanan bir durum olarak bilgi edinmenin zorluğuna dair oluşturdukları önyargı, çocuklarına da yansımaktadır. Bu nedenle, önyargılı olarak hareket eden çocuklar arzu edilen mesleği kazanırken, eğitim sürecinde yeterli kabiliyet ve yeteneğe sahip olsalar bile, meslek yaşamındaki zor ve rekabetli ortama ayak uyduramayacaklarına inanmaktadırlar. Buna bağlı olarak da, geri bir sosyo-ekonomik çevrede yetişmiş birey, eğitimin kendisini bir üst konuma taşımayacağını düşünerek eğitim hayatında ilerlememekte, eğitim sisteminden daha üst düzeyde bir talepte bulunmadan belli bir dereceye kadar yararlanmaktadır. Nitekim yükseköğrenimin sonunda aynı kalitede okullar bitirilse dahi, yüksek gelirli ailelerin statüleri gereği sahip oldukları saygınlık ve mesleki çevre, seçkin sınıf çocuklarının daha rahat iş bulması ve mesleki kariyer basamaklarını daha hızlı adımlarla çıkmasında avantaj

⁴ OECD ülkeleri için yapılan çalışmalarda, ebeveynleri üniversite mezunu olan çocukların lise ve dengi eğitim alan ebeveynlerin çocuklarına göre daha yüksek oranda üniversite eğitimi aldıkları bulunmuştur (Machin, 2006; OECD, 2014). Gürlü vd. (2007), Türkiye örneğinde bireyin eğitim düzeyi üzerinde babanın eğitim düzeyinin, anneninkinden daha fazla etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bireyin kentte yaşaması ve hanenin geliri, eğitim düzeyi üzerinde pozitif etkiye sahiptir. Ayrıca, anne ve baba mesleklerinin itibarının yanı sıra yükseköğretime devam etmede yardımcı olan okul dışı etmenler de önemlidir (Tezcan, 1993). Okul dışı etmenlerin özel ders, kurs vb. olduğu düşünüldüğünde, aile gelir düzeyinin çocuğun eğitime devamlılığının bir belirleyicisi olduğu görülmektedir.

sağlamaktadır (Mirowsky ve Ross, 2003). Sonuç olarak, üst sınıfları besleyen, alt sınıfları ise ihmal eden bu tür bir eğitim sistemi yapılanması, toplumsal tabakaların devamlılığı ve kararlılığı için üstü örtük bir bağlantı noktası işlevi görmektedir.

Toplumsal eşitsizlikler ile eğitim arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar, eğitime erişebilirliği ve bu konuda uygulanabilecek devlet politikalarını da ele almaktadır. Bu temelde dikkat çekilen olgu, gelir eşitsizliğinin başlangıç durumudur. Gelir eşitsizliği eğitime erişimi etkilemekte ve dolayısıyla gelecekteki gelir dağılımını da bozmaktadır. Bazı yazarlarca gelir eşitsizliğinin önüne geçmek için uygulanması gereken eğitim politikaları; eğitimin millileştirilmesi, eğitime yüksek içermektedir (Hanushek ve Woessmann oranlı kamu bütçesinin ayrılması, özel okulların kurulmasına izin verilmesi ve öğrenci takip sisteminin geliştirilmesi gibi uygulamaları, 2007; Friedman ve Friedman, 1980). Ne var ki Checchi (2006), 108 ülke için 1960-1995 dönemini kapsayan çalışmasında eğitimde eşitsizliği önlemeye yönelik bazı politikaların bu yönde sonuçlar üretmediğini bulmuştur. Bu bağlamda, özel okulların eğitim sistemine dahil olması toplumsal katmanlaşmayı arttırmaktadır. Eğitim sisteminin özel kurumları da içermesi, okullar arası kalite farklılıklarına yol açmaktadır. Eğitimde özel okulların varlığı, yüksek gelirli ailelerin çocuklarının en iyi okulları seçmelerine olanak tanımakta, düşük sosyo-ekonomik tabakaya mensup çocukları ise özel okullarla rekabet edemeyen devlet okullarına gitmeye mecbur bırakmaktadır. Yüksek gelirli ailelerin çocukları, eğitim sistemine ayırıcı ve koruyucu bir yapı içerisinde giriş yaparak bir sonraki eğitim sürecinde ve gelecekteki meslek seçiminde diğer gruba mensup çocuklara göre bir adım önde başlamaktadır. Öte yandan, ailenin finansal sorunları nedeniyle daha yüksek bir eğitim düzeyine erişilememesi yoksulluk tuzağına yol açmaktadır: ailenin çocuğunun eğitimine yatırım yapamaması, bir sonraki neslin de kendi çocuklarına eğitim sağlayamaması ile sonuçlanmaktadır (Loury, 1981). Nitekim yüksek gelir eşitsizliğine sahip ülkelerde mesleğe atılan çocuğun geliri babanın geliriyle benzer düzeyde olmakta, kuşaklar arası gelir dağılımı nesilden nesile devam etmektedir (OECD, 2007; Doob, 2013). Eğitime erişimin temel okul eğitimine kadar sağlandığı bir toplumda (ilkokul, ortaokul ve lise eğitiminin zorunlu hale getirilmesi gibi), daha yüksek düzeyde eğitime devamlılığın sağlanması konusunda sorunlarla karşılaşmaktadır. Liseden mezun olan düşük gelirli aile çocukları, yükseköğretime geçişte dezavantajlı konumdadır. Genel toplum yapısı içinde eğitim hayatından dışlanma ve sınıfsal aidiyetlerinin kabulü, üniversite ve dolayısıyla meslek seçimlerini olumsuz yönde etkilemektedir. İş hayatında çok fazla yer edinemeyen ve getirisi diğerlerine göre düşük seviyede olan meslek gruplarını edinmek zorunda kalan bireyler, toplumda sınıf temelli uyumlarını sürdürerek, yedek işsiz ordusunu oluşturmaktadırlar (Alon, 2010).

Eşitsizliklerin süregeldiği koşullarda, eğitime erişim sorunsalı politika uygulayıcıları tarafından göz önüne alınmakta ve geniş toplum kesimlerine yönelik politikalar izlenmeye çalışılmaktadır. Yukarıda eleştirilen özel okul uygulaması dışında, eğitimin devlet tekeline alınması ve vakıf okullarının sayısının devlet desteğiyle artırılması da eşitsizliği azaltmaya yönelik politikalar arasında sayılmaktadır. Ancak, 1967-1969 dönemi için ABD’de yapılan bir çalışma, bu uygulamaların hatalı yapılandırılmasının toplumsal tabakalaşmayı pekiştirdiğini kanıtlar niteliktedir (Rist, 1970). Söz konusu çalışma, eğitim sistemi her kesimden çocuğa eşit

seviyede eğitim sunduğunda dahi, sektör çalışanlarının (öğretmen, okul yöneticisi vb.) düşük geliri aile çocuklarına karşı alt seviyede beklentilere sahip olduğunu göstermiştir. Okul sisteminin millileştirilmesinin avantajı aynı düzeyde eğitimi ülke geneline yayabilmek iken, ulusal okul sisteminin dezavantajları ise, eğitimcilerin önyargılarının yanı sıra kent ve küçük yerleşim alanları arasında okul yatırımlarının kent lehine eşitsiz dağılmasıdır. Sonuç olarak, yoksulluk statüsü, eğitim politikalarında iyileştirmeler yapılmasına rağmen, yoksul sınıfın üstüne adeta yapılmış bir halde bulunmaktadır. Yazara göre, çocuklar yetersiz kazanımlar ve entelektüel olarak yeri doldurulamayan boşluklarla eğitim hayatlarını tamamlamaktadırlar. Çin’de yapılan bir çalışma (Lam, 2014), akademik başarı düzeyi ve sosyo-ekonomik sınıflaşma arasında güçlü bir bağ olduğunu göstermiştir. Bu çalışmaya göre, düşük sosyo-ekonomik statüye sahip aileler çocuklarından yüksek bir akademik başarı beklememekte ve çocukları da bu fikirle okul hayatlarını sürdürmektedir.

Yukarıda ele alınan tartışmaların gösterdiği üzere, eğitim fırsatları eşitlemekten ziyade sosyal seçiciliğin güçlü bir sürdürücüsü olmakta ve ailenin eğitim ve gelir düzeyleri toplumsal ayrışmaları besleyen kaynaklar olarak karşımıza çıkmaktadır. Artan genç nüfusa gerekli eğitim olanaklarının kamu kanalı ile sağlanmaması, seçkinci ve fırsat eşitliğini bozan bir yapı doğurmaktadır (Gök, 2009). Farklı toplumsal sınıf aidiyetlerinin eğitimin tipini ve süresini tayin ederek eğitime erişimde eşitsizlik yarattığına dikkat çeken Tezcan (1985)’e göre, bireyin eğitimde geçirdiği süre, kişisel yeteneklerince belirlenmek yerine sosyo-ekonomik statüsünün belirleyiciliğinden kurtulmadığı sürece, eğitimde fırsat eşitliğinin sağlanması söz konusu olamayacaktır.

Yöntem

Yukarıda literatür bulgularının da gösterdiği üzere, eğitime erişim eşitlikçi olmaktan uzaklaştığı ölçüde, toplumsal ayrışma ve eşitsizlikleri besleyen bir kaynak haline gelmektedir. Ancak uluslararası literatürde işaret edilen ve eğitimin ülkede refah düzeyini arttıracığı ve böylece eşitsizlikleri azaltacağı çerçevesinde kurgulanan görüşler paralelinde, eğitim alanını nicelleştirerek analiz etme yönünde çabaların da ortaya çıktığı görülmüştür. Yukarıda literatür değerlendirmesinde de bahsi geçen Friedman (1980) ve Schultz’un (1961) beşeri sermaye kuramının bileşenlerinden olan eğitimin bireye ve topluma katkıları olduğunu belirterek teorik temelini attığı bu alanda, ampirik çalışmalar ortaya konmuştur. Örneğin Becker (1962), eğitimi bir yatırım aracı olarak varsayarak ve eğitimin fayda-maliyet durumunu inceleyerek, eğitim alanını mikroekonomik modellemeyle yorumlamıştır. Burada eğitim sadece ekonomi temelinde analiz edilmenin ötesinde, diğer toplumsal ve demografik faktörler de içerilerek incelenmiştir. Ancak, eğitimin ekonomik büyümeyi sağlaması ve bu yolla uzun vadede gelir eşitsizliğini azaltması varsayımlarının yanı sıra sosyal getirilerinin de oluşu ve dolayısıyla etken-edilgen dönüşümünün sürekliliği, eğitimin etkinliğinin doğrudan niceliksel verilerle ölçümünü zorlaştırmaktadır (Psacharopoulos ve Patrinos, 2004).

Bu kısıtlarla, eğitimde eşitsizlik ölçülürken verilerin dışallıklardan arındırılabilirdiği farklı değişkenlerinin etrafında yoğunlaşarak (eğitime devamlılık, eğitim harcamaları ve dağılımı gibi) eğitim çıktılarına dair bir çok ampirik sonuç elde edilebilmektedir. Swanson (2004), eğitimdeki nüfusu kullanıp yıllara göre başarı ve mezuniyet oranlarını hesaplayarak,

ağırlıklandırılmış eğitime katılım indeksi (Cumulative Promotion Index-CPI) oluşturmuştur. CPI ile eğitim devamlılığına dair ulusal ve bölgesel düzeylerde bilgi edinilmekte, ancak yıllara göre devamlılık değişimlerinin eğitime katılım üzerinden değerlendirilmesi, her ne kadar ortalama öğrenim süresi ve genel eğitim kazanımına dair çıktılar sunsa da, eğitim nüfusunun içinde olan bireylerin sadece kendi eğitim seviyeleri içinde karşılaştırılması eğitimin o dönemdeki başarısını verdiğinden eğitim dağılımı için güçlü kanıtlar sunmamaktadır. Diğer yandan, eğitimde dağılım sorunsalını eğitim harcamaları ekseninde inceleyen Chambers (1980), eğitim yapılanmasını bölgesel ya da yerel yönetimler üzerinden sağlayan ülkeler için eğitim harcama indeksi (Education Cost Index-ECI) kullanarak, her bir bölge ya da yerel yönetimin politika belirlerken ECI'nin önemli bir değişken olabileceğini dile getirmektedir. Sözü edilen çalışmaya göre, eğitim harcamalarının eğitim seviyesi düşük bölgelere aktarımı için ECI'nin güçlü bir göstergesi olması, eğitimde eşitsizliğin azaltılmasına ön ayak olmaktadır. Türkiye'de eğitim sisteminin merkeziyetçi bir yapı göstermesi, indekste kullanılan değişkenlerin bölgesel düzeyde verilerinin mevcut bulunmaması ve her bir bölgenin kendine has dinamikleri nedeniyle indeks değerlerinin karşılaştırılmasının yanlı sonuçlara yol açacak olması dolayısıyla, söz konusu indeksin Türkiye için uyarlamasının, ancak daha derinlikli veri bulunan değişkenlerin bulunması durumunda bahis konusu olabileceği görülmektedir. Bu sebeple eğitime erişimin ne ölçüde eşitlikçi olduğunun incelenmesinde, gelir dağılımının göstergesi olan Gelir Gini İndeksi için kullanılan metodoloji, mevcut kısıt durumlardan daha az etkilenecek eğitim alanındaki eşitsizliğin ölçümüne de uyarlanabilmektedir.. Thomas vd. (2001), bireylerin eğitim kazanımlarından hareketle Gini İndeksinin eğitim alanına uyarlanarak hesaplanmasında, doğrudan ve dolaylı olmak üzere iki yöntemle dikkat çekmektedir. ⁵ Gini indeksi kullanımında doğrudan yöntemle sayısal veriler elde edilerek, eşitsizliğe ilişkin birtakım çıkarımlara ulaşılabilmektedir. Dolaylı yöntemle ise, eğitim Lorenz eğrileri çizilerek eşitsizliğin gelişim seyri gözlemlenebilmektedir. Analizde, Türkiye'de farklı kesimlere ait eğitim eşitsizliği katsayısının yıllara göre gelişiminin ve gruplar arasındaki farklılıklarının daha iyi gözlemlenebilmesi için dolaylı yöntem tercih edilmiştir.

Dolaylı yöntemde, Şekil 1'de görüldüğü gibi, yatay ekseninde nüfusun ağırlıklandırılmış oranı, dikey ekseninde eğitim gini için okul kazanımının ağırlıklandırılmış oranı yer almakta ve 1 no.lu formüle göre gini indeks değeri hesaplanmaktadır. Buna göre Eğitim Gini İndeks değeri, eşitlik doğrusunu belirten 45 derecelik doğru ile belirlenen Lorenz eğrisi arasında kalan alanın (Şekil 1'de A ile gösterilen), hipotenüsü eşitlik doğrusu kabul eden birim dik üçgenin alanına (Şekil 1'de A ve B alanlarının toplamı) oranlanmasıyla bulunur. Eğitim gini indeksini hesaplamada kullanılan 1 no.lu formül aşağıda yer almaktadır:

⁵ Doğrudan yöntem, aşağıdaki denklemi kullanarak Eğitim Gini İndeksini hesaplamaktadır:

$$GINI = \frac{1}{\alpha N(N-1)} \sum_{i>j} \sum_j |y_i - y_j|$$

Burada;

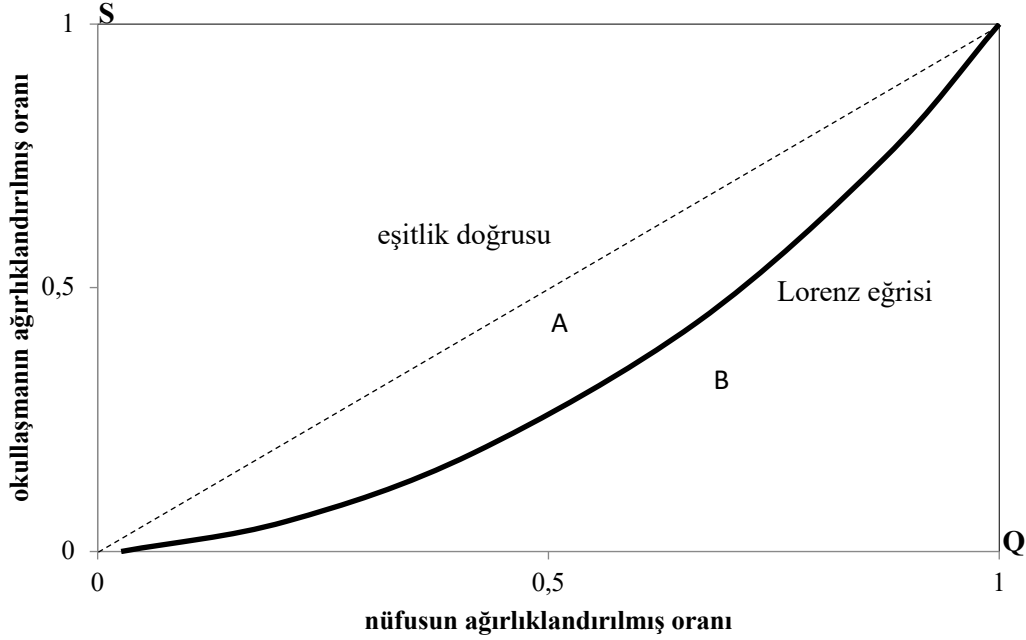
GINI: Gini indeksini,

α : Değişkenin ortalama değerini,

N: Toplam gözlem sayısını,

y_i ve y_j : bireylerin okul kazanımlarının yıl bazında değerlerini göstermektedir.

$$GINI = \frac{A' \text{nin alanı (eşitlik doğrusu ve Lorenz eğrisi arasında)}}{(A+B)' \text{nin alanı (eşitlik doğrusuyla sınırlı birim dik üçgen)}} \quad (1)$$



Şekil 1. Eğitim Gini İndeksi için Lorenz Eğrisi

Gelir Gini İndeksinin (GGİ) hesaplanmasında kullanılan dolaylı yöntem her ne kadar eğitim için uygulanabilir olsa da, bu yöntemin Eğitim Gini İndeksine (EGİ) uyarlanması bazı kısıtlar barındırmaktadır. Bu kısıtlar, ülke hanehalkı istatistiklerinin eğitim kazanımları için yeterli düzeyde veriye sahip olmayabilmesi; eğitim kazanımı değişkeninin gelir değişkeninin aksine sürekli bir değişken olmaması ve ülkenin okuma yazma bilmeyen nüfusunun payının büyüklüğüne bağlı olarak Lorenz eğrisinin yatay eksen üzerinde daha ileri bir noktadan başlamasıdır.⁶ Bu kısıtlar göz önüne alınarak eğitim için Gini İndeksi takip eden formülle hesaplanmaktadır.

$$E_L = \frac{1}{\mu} \sum_{i=2}^n \sum_{j=1}^{i-1} p_i |y_i - y_j| p_j \quad (2)$$

Denklemden;

E_L = Eğitim kazanımına göre Gini İndeksi,

μ = Ortalama öğrenim süresi (OÖS),

⁶ Eğitim kazanımının devamlılığının olmaması, diğer bir ifadeyle ilköğretim mezunu, lise mezunu vb. düzeyleri barındırması ve belirli bir yaştan sonra sona ermesi, gelir gini hesaplamasından farklı olarak, sürekliliği olmayan bir Lorenz eğrisinin ortaya çıkmasına sebebiyet vermektedir. Fakat söz konusu sürekliliğin bozulması durumu, eğitim için gini indeksinin hesaplanmasında sorun yaratmamaktadır (Thomas vd., 2001).

p_i ve p_j = Belirli öğrenim seviyesinden mezun olmuş nüfusun ülke nüfusuna oranı,

y_i ve y_j = Farklı öğrenim seviyelerindeki eğitim yılları,

n = Eğitim seviyelerinin kategori sayısını ifade etmektedir.

EGİ için kullanılan eğitim kategorileri yedi gruba ayrılmakta ve bu kategoriler, EGİ hesaplamasında kullanılan 2 no.lu denklemin bütün ülkelere genelleştirilmesine izin verir kapsayıcılıkta kabul edilmektedir (Barro ve Lee, 2010).⁷ Diğer yandan, ülkeden ülkeye eğitim süreleri ve kategori farklılıkları ortaya çıkmakta olup, bu sebeple Türkiye için bu çalışmada denklem kurulurken eğitim düzeyleri arasında sınıflandırmada ülkeye özel kategori ve indis kullanılmaktadır. Söz konusu EGİ denkleminin Türkiye'deki eğitim seviyelerine ve yıllarına göre uyarlaması yapıldığında, öğrenim sürelerinin farkları Thomas ve diğerlerinin (2001) çalışmasına sadık kalınarak hesaplanmış, fakat yedi olan kategori sayısı altı olarak alınmıştır. Bu tercihin sebebi, Türkiye'de eğitim seviyeleri ve her bir seviyede alınan eğitim yılı kazanımlarının diğer ülkelere göre farklı olmasıdır.

EGİ için kullanılan ortalama öğrenim süresi ise 3 no.lu denklemlerle elde edilmektedir:

$$\mu = \text{OÖS} = \sum_{i=1}^6 p_i y_i \quad (3)$$

Bu çalışmada, Thomas ve diğerlerinin (2001) geliştirdiği yöntem temel alınarak Türkiye için EGİ hesaplanmıştır. EGİ hesaplamasıyla eğitim kategorilerine göre nüfus gruplarının ayrı ayrı incelenmesi, farklı toplum kesimlerinin eğitime ne ölçüde eşitlikçi erişebildikleri hakkında sonuçlara ulaşmaya olanak vermektedir. EGİ aynı zamanda ülkeler arası karşılaştırmaya imkan vermekte olup, ülkenin yıllar içinde eğitim eşitliği konusunda ne yönde bir performans gösterdiğine dair çıkarımlar yapılmasını da mümkün kılmaktadır. Ayrıca, çalışmada ilk olarak eğitim seviyelerine göre tespit edilen indeks değerleri, eğitimde eşitliğin ölçülmesinde daha inceltirilmiş düzeylerde sonuçların elde edilebilmesi için, cinsiyet ve bölgelere göre ayrı ayrı da hesaplanmıştır. İlâveten, analizde okullaşmanın standart sapma değerleri ve ortalama öğrenim süreleri üzerinden eğitimde Kuznets eğrisinin oluşup oluşmadığı da incelenmiştir. Son olarak, hesaplanan EGİ verileriyle ülkede eğitime yapılan harcamalar arasındaki ilişkiye ve ardından da EGİ değerlerinin gelir dağılımı ile olan ilişkisine bakılmıştır.

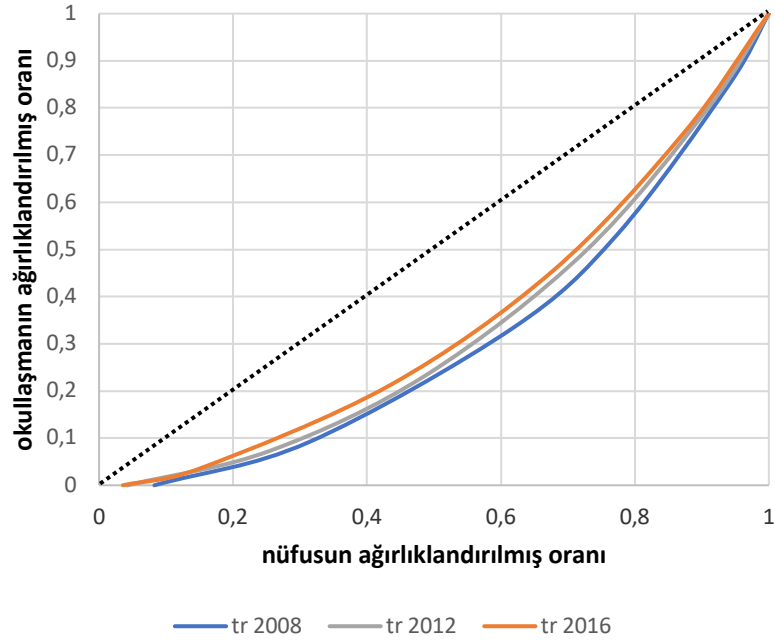
Analizde, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'in Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS)'den alınan 2008-2016 dönemine ilişkin eğitim verileri kullanılmış, ayrıca TÜİK elektronik veri tabanından yararlanılmıştır. EGİ'nin hesaplanmasında herhangi bir paket program kullanılmamıştır.

⁷ Barro ve Lee (2010) ülkelerarası eğitim verilerini incelerken, eğitim dönemlerini "hiç okula gitmemiş, ilkokuldan terk, ilkokul mezunu, ortaokuldan terk, ortaokul mezunu, liseden terk, ve lise mezunu" olarak ayırmaktadır.

Analiz

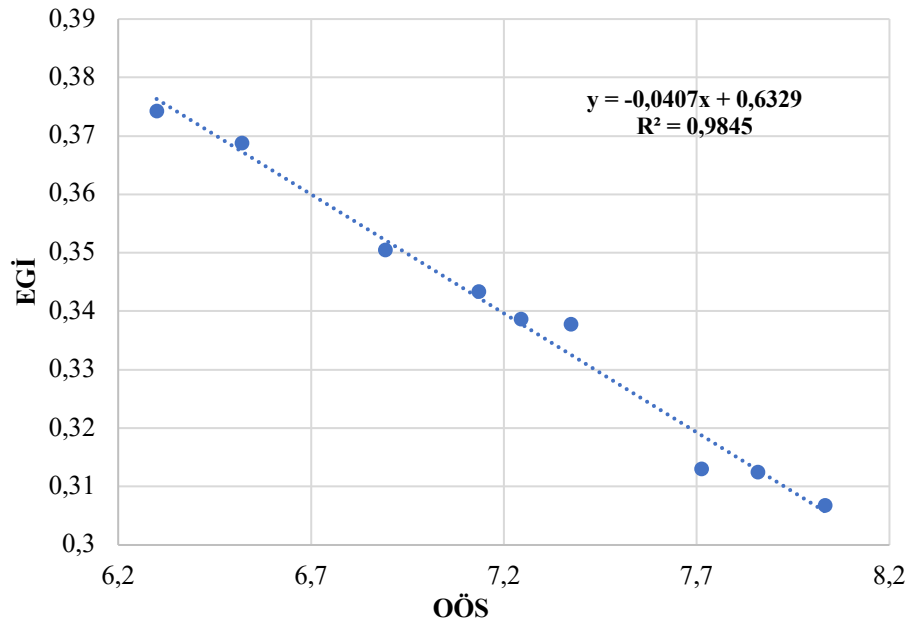
Türkiye’de Eğitim Eşitsizliği ve Eğitim Lorenz Eğrileri

Çalışmada ilk olarak ülke geneli için eğitimde eşitsizliği ölçmek amacıyla, Thomas ve diğerlerinin (2001) kullandığı eğitim gini indeksinin Türkiye’ye uyarlanan (2) numaralı denklemi hesaplanmış ve 2008 ve 2016 yılları için 6 yaş üstü eğitim Lorenz eğrileri çizilmiştir. Şekil 2’de görüldüğü gibi, ülkede 2008 yılından 2016 yılına kadar geçen sürede eğitim Lorenz eğrisi eşitlik doğrusuna yaklaşmıştır. Bu saptama, Türkiye’de okullaşma konusunda eşitsizliğin azaldığı, okullaşmanın nüfusun geneline yayıldığı yönünde bir eğilime işaret etmektedir.



Şekil 2. 2008, 2012 ve 2016 yılları 6 Yaş Üstü Eğitim Lorenz Eğrileri

Eğitimde eşitsizliğin bir ölçütü olarak kullanılan EGI'nin OÖS ile ilişkisine bakıldığında ise Tomul (2009)'un Türkiye için 1975 ve 2000 yılları arasında elde ettiği çıktılarla uyumlu olarak iki değişken arasında negatif bir ilişki görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, ortalama öğrenim süresi arttıkça eğitimde eşitsizlik azalmaktadır (Şekil 3).



Şekil 3. 2008-2016 Yılları Arası OÖS ve EĞİ Karşılaştırması

Ayrıca ülke nüfusunun eğitim düzeyine göre dağılımını daha iyi görebilmek amacıyla, 2008-2016 dönemi için her bir eğitim düzeyine sahip nüfusun 6 yaş üstü nüfusa oranı Tablo 1’de verilmiştir. Buna göre 2008-2016 arasında, okuma-yazma bilmeyen nüfusun oranının (p1) %8,3’den %3,5’e ve okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyen nüfusun oranının (p2) %23,1’den %11,6’ya önemli bir düşüş gösterdiği görülmektedir. İlkokul mezunu nüfusun oranı yıllar içerisinde azalma gösterirken, zorunlu eğitim süresinin uzamasının da katkısıyla, ilköğretim, lise ve bu arada yükseköğretim mezunu nüfusun oranları artış göstermektedir.

Genel olarak, elde edilen sonuçlar ülkede okullaşmanın artışı konusunda bir iyileşmeye işaret etmekle birlikte, ele alınan dönemde eğitim kazanımı lise düzeyinin altında olan nüfusun hala %70’e yakın yüksek bir oranda kalması dikkat çekicidir. Ayrıca okullaşmanın artışı, niceliksel bir değişime karşılık gelirken, bu durumun eğitimde niteliksel bir gelişimi beraberinde getirmiş olması şart değildir. Nitekim Türkiye, eğitim kalitesini ölçen göstergeler açısından uluslararası standartların altında kalmaya devam etmektedir.⁸

⁸ Örneğin, Türkiye’nin 2003 yılından itibaren katıldığı PISA’nın sonuçlarına bakıldığında 2009, 2012 ve 2015 yıllarındaki sınavlarda ülkenin PISA test puan ortalaması bir önceki yıla göre artmış olmasına rağmen, sıralaması değişmemiştir. Verilere göre, Türkiye belli bir seviyede eğitimi genelleştirebilmiş, fakat küresel anlamda yarışabilecek eğitim kalitesini yakalayamamıştır.

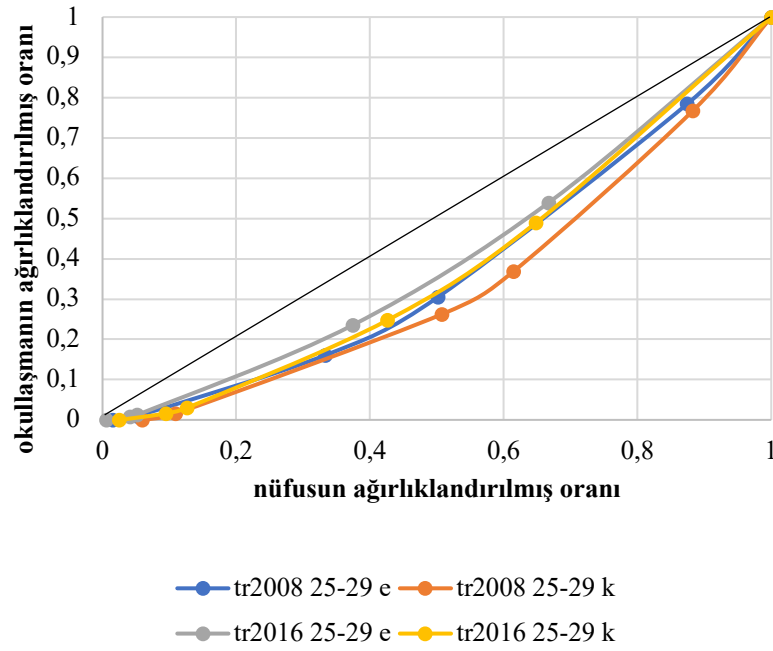
Tablo 1. Bitirilen eğitim düzeyine göre nüfusun dağılımı (%), 2008-2016

	Okuma yazma bilmeyen (p1)	Okuma yazma bilen fakat bir okuldan bitirmeyen (p2)	İlkokul (p3)	İlk-Öğretim (p4)	Lise (p5)	Üniversite (p6)	Toplam
2008	8,3	23,1	30,3	15,8	16,7	5,9	100
2009	7,6	21,9	30,1	16,6	16,8	7,0	100
2010	6,1	21,4	25,0	22,2	18,1	7,3	100
2011	4,9	21,4	23,8	23,0	18,4	8,5	100
2012	4,3	21,4	23,2	23,7	18,4	9,0	100
2013	4,0	21,2	22,6	23,9	18,2	10,1	100
2014	3,9	13,1	29,0	24,5	18,5	11,0	100
2015	3,8	12,6	28,7	24,0	18,8	12,1	100
2016	3,5	11,6	28,3	24,2	19,6	12,7	100

Eğitim Eşitsizliğinin Cinsiyet Grupları İçi ve Cinsiyetler Arası Durumu

EGİ eğitimde eşitsizliği ölçerken, çeşitli gruplar arasındaki farklılıkların gözlemlenmesine de olanak vermektedir. Eğitimde toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin var olup olmadığı bu sayede ölçülebilmektedir. 25-29 yaş⁹ aralığı için kadın ve erkek nüfus ayrı ayrı incelendiğinde, 2008-2016 döneminde her iki cinsiyet için de Lorenz eğrilerinin eşitlik doğrusuna yakınlığı görülmektedir (Şekil 4). Söz konusu çıktı Barro ve Lee (2001)'in 1960 ve 2000 yılları arasında karşılaştırmasını küresel düzeyde yaptığı çalışmasıyla uyumaktadır. Ele alınan dönemde EGİ kadınlarda 0,31'den 0,23'e, erkeklerde ise 0,24'den 0,18'e düşmüştür. Bu veriler ışığında, geleneksel aşamada erkeklerde eğrinin eşitlik doğrusuna yakınlığının, kadınlarınkine oranla daha fazla olduğu ve her iki cinsiyetin yıllara göre EGİ değişimlerinin oransal olarak farklılık gösterdiği görülmektedir. Dolayısıyla cinsiyet bazında çizilen Lorenz eğrileri, cinsiyetler arası eğitim kazanımında bir farklılaşmaya işaret etmekte, ele alınan yaş aralığında kadınlar aleyhine bir eşitsizliğin süregeldiğini göstermektedir.

⁹ Ç alışmada cinsiyetler arası eşitsizliğin 25-29 yaş grubu için karşılaştırılmasının nedeni, söz konusu yaş aralığının eğitimin son düzeyine kadar erişimi olan ilk yaş aralığı olmasından kaynaklanmaktadır.

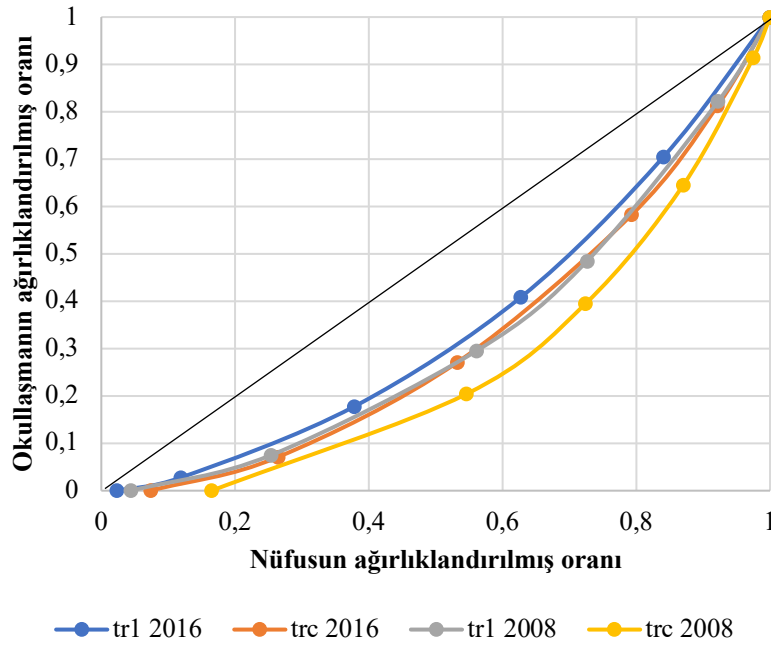


Şekil 4. 25-29 yaş aralığı için 2008 ve 2016 yılları Eğitim Lorenz Eğrileri

Eğitim eşitsizliğinin cinsiyet gruplarının içindeki yansımalarına bakıldığında ise eğitim kazanımlarının farklılık gösterdiği ortaya çıkmaktadır. Örneğin, kadınların eğitim Lorenz eğrilerinin değişim hareketleri incelendiğinde, eğride eğitim kazanımı öğrenim süresine göre %20 ve üstünde olan kesimin alanının eşitlik doğrusu yönünde daraldığı gözlemlenmektedir. Diğer yandan yukarıda sözü edilen Lorenz eğrisinin eşitlik çizgisine doğru yaklaşmasının erkekler için daha erken kazanımlarda (%15) başladığı görülmektedir. Bir diğer ifadeyle, kadın nüfus içindeki eşitsizlik, erkek nüfus içindeki eşitsizlikten daha yüksek bulunmaktadır.

Eğitim Eşitsizliğinin Bölgeler Arası Durumu

Literatür bulguları Türkiye’de bölgeler arası gelir dağılımında büyük uçurumların varlığını sürdürdüğünü göstermektedir (Filiztekin, 2008; Filiztekin, 2009; Dağdemir ve Acaroğlu, 2011). Türkiye’nin İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS) Düzey 1’e göre Eğitim Gini İndeksi incelendiğinde, bölgesel gelir dağılımındaki eşitsizliğe benzer bir durumun eğitim alanında da var olduğu görülmektedir. Örneğin, Şekil 5’de 2008 ve 2016 yılları için hesaplanan eğitim Lorenz eğrilerinin TR1 (İstanbul) ve TRC (Güneydoğu Anadolu) için büyük farklılıklar gösterdiği anlaşılmaktadır. Yıllara göre eğitimde eşitsizlik katsayısı azalıp, belirtilen iki bölge için eşitlik doğrusuna yaklaşma görülse de, söz konusu bölgeler arasındaki farklılıklar devam etmektedir. 2016 TRC eğrisinin, 2008 TR1 eğrisiyle aynı seyirde olduğu görülmektedir; bu durum, bölgeler arası eğitim eşitsizliğinde aradan geçen yıllara rağmen farklılaşmanın sürdüğünü göstermektedir. Nitekim Güneydoğu Anadolu Bölgesi eğitimde eşitliği sağlama konusunda, İstanbul bölgesinin 2008 yılında eriştiği düzeye 2016 yılında ulaşabilmektedir.



Şekil 5. 2008 ve 2016 Yılları İçin İstanbul ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde Toplam Nüfusun Eğitim Lorenz Eğrileri

Eğitimde Kuznets Eğrisi

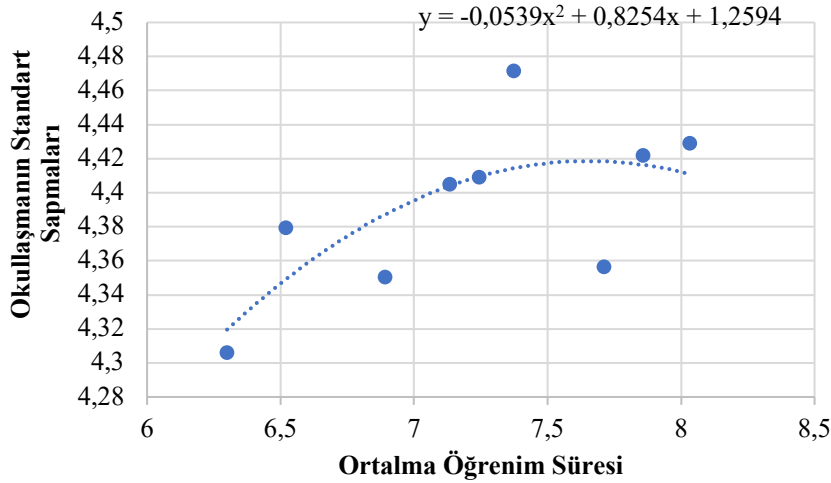
Gelir eşitsizliği ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen Kuznets eğrisi, ülkede kişi başına düşen gelir arttıkça gelir eşitsizliğinin önce artacağı, ancak daha yüksek kişi başı gelir düzeylerinde gelir dağılımının eşitlikçi bir yapıya yaklaşacağı hipotezini sunmaktadır. Kuznets eğrisi grafiğinde, yatay ekseninde kişi başına gelir, dikey ekseninde ise GGİ yer almakta ve söz konusu iki değişken arasında 'ters U' şeklinde bir ilişki öngörülmektedir.

Kuznets eğrisi eğitim eşitliği konusuna uyarlanırken, yatay ekseninde ortalama öğrenim süresi, dikey ekseninde okullaşmanın standart sapma değerleri yer almaktadır. Böylece okullaşmanın standart sapma değerleri ile ortalama öğrenim süresi arasındaki ilişkiye bakılarak eğitimde eşitliğin zaman içindeki seyri incelenebilmektedir. Bu amaçla, eğitim Kuznets eğrisi için söz konusu sapma değerleri belirlenerek, eğrideki tepe ve çukur noktalarının konumu incelenmektedir (Ram, 1990). Okullaşmanın standart sapma değerleri, 4 no.lu denklemle hesaplanmaktadır:

$$\sigma = SS = \sqrt{\sum_{i=1}^6 p_i (y_i - \mu)^2} \quad (4)$$

Kuznets eğrisi yıllara göre ya da ülkedeki farklı toplum kesimlerine göre çizilebilmektedir. Analizde, Türkiye için 2008-2016 dönemine ilişkin Kuznets eğrisi çizilmiştir. Kuznets eğrisi için klasik ikinci dereceden regresyon fonksiyonu alınmıştır. 7,5 yıllık ortalama öğrenim süresinde tepe noktasının (maksimum ya da minimum noktasının) oluşması, Ram (1990)'nın yedi yıllık ortalama öğrenim süresi çıktısıyla uyumaktadır. Diğer yandan eğri için 'ters U' şekli

beklenmektedir; bir diğer deyişle, Kuznets eğrisi hipotezinin eğitim alanı için uyarlanmasında ortalama öğrenim süresi arttıkça ilk önce okullaşma standart sapma değerlerinin artacağı, tepe noktasına ulaştığında ise söz konusu değerlerin azalacağı beklenmektedir. Türkiye için çizilen eğri beklenildiği gibi ters U şeklindedir (Şekil 6).



Şekil 6. Türkiye İçin Eğitim Kuznets Eğrisi, 2008-2016

Fakat eğitim için Kuznets eğrisinin doğrulanması, yani ters-U şeklinde bir eğitim Kuznets eğrisi tespit edilerek, ortalama okullaşma yılı arttıkça standart sapmaların önce artması ve daha sonra azalması, eğitime erişimin eşitlikçi bir dağılıma yaklaştığına dair yine de yeterli bir kanıt olamamaktadır (Thomas vd., 2001). Bu durumun nedeni, okullaşmanın standart sapma değerlerinin ülkelerin gelişmişlik seviyelerine göre davranış değişikliği göstermesidir. Örneğin, düşük gelişmişlik seviyesindeki bir ülke düşük eğitim kazanımlı nüfusa sahip olduğundan, bireylerinin daha fazla eğitime ulaşmasını sağladığında söz konusu standart sapma değerleri artmaktadır. Diğer yandan eğitimini belli bir seviyeye getirmiş olan ülkeler ortalama öğrenim süresini arttırmaya devam ederken, standart sapma değerlerinin düşük kalması beklenilmektedir. Sonuç olarak, ülkeler arası bahsedilen farklılıklar göz önüne alındığında EĞİ, Eğitim Kuznets eğrisine kıyasla daha güçlü bir gösterge olarak kendini göstermektedir (Thomas vd., 2001).

Eğitim Gini İndeksi ve Eğitim Harcamaları

Hanehalklarının eğitim harcamalarına %20'lik gelir grupları bazında bakıldığında, her bir gelir grubunun yıllara göre eğitim harcamalarının tüketim harcamalarındaki payında gruplar arasında farklılıklar gözlemlenmektedir. Özellikle en yüksek gelir grubuna ait eğitim harcamalarının toplam tüketim harcamalarındaki payının artışı dikkat çekmektedir (Tablo 3). Bu durumda, yüksek gelirli kesimlerin çocukları daha iyi altyapı ve donanıma sahip okullarda ayrıcalıklı koşullarda, daha fazla sosyalleşerek ve daha yüksek statülü meslekleri hedefleyerek hayata hazırlanırken, birçok açıdan mahrum bırakılmış kamu okullarından mezun olan düşük gelirli kesimlerin çocukları hayata dezavantajlı olarak başlamaktadırlar.

Tablo 3. % 20'lik Gelir Gruplarına Göre Hanehalkı Eğitim Harcamalarının Toplam Tüketim Harcamalarındaki Payları (%), 2008-2016

	1. % 20 (1)	2. % 20 (2)	3. % 20 (3)	4. % 20 (4)	5. % 20 (5)	Hanehalkı (1+2+3+4+5)
2008	0,5	0,7	1,1	1,7	3,1	2,0
2009	0,5	0,7	1,1	1,5	3,0	1,9
2010	0,4	0,9	1,2	1,7	3,2	2,0
2011	0,5	0,8	1,3	1,7	3,0	2,0
2012	0,4	0,8	1,2	1,8	3,7	2,3
2013	0,4	0,9	1,1	1,9	3,8	2,4
2014	0,3	0,8	1,4	2,0	3,7	2,4
2015	0,4	0,6	1,0	1,6	3,6	2,2
2016	0,3	0,5	1,2	1,5	3,8	2,3

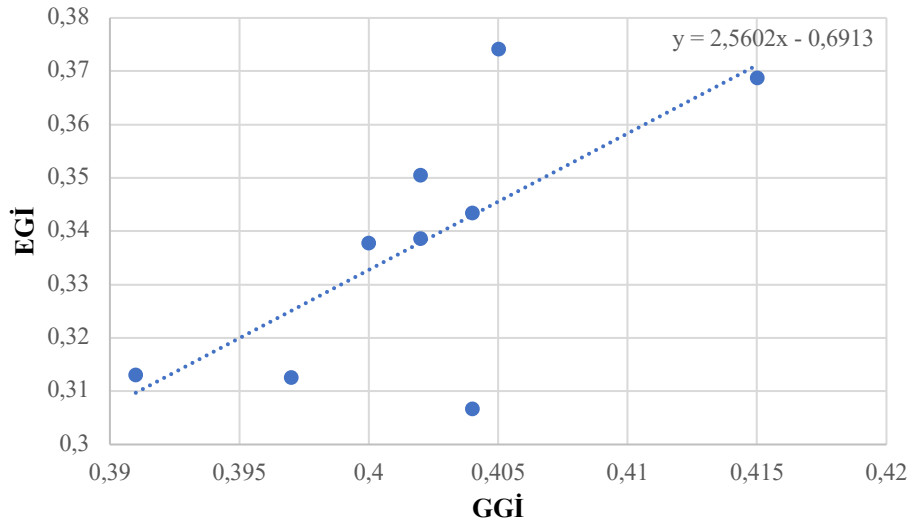
Tablo 4'de yıllara göre eğitim harcama paylarının %20'lik gelir grupları arasındaki yatay dağılımlarına bakıldığında ise, ilk dört gelir grubunun toplam eğitim harcama payı 2008 yılında %43'den 2016 yılında %32'ye düşerken, en yüksek gelir dilimindeki grup eğitim harcamalarındaki payını %57'den %68'e yükseltmiştir. Bu durumda, ilk dört %20'lik gelir grubunu temsil eden nüfusun eğitime yaptıkları harcama payıyla, en yüksek %20'lik gelir dilimindeki kesimin eğitim harcama payı arasındaki farkın yıllar içinde açıldığı gözlemlenmektedir. Sonuç olarak, hanehalkları arasında her bir gelir grubu eğitime artarak harcama yapmakta, fakat bu harcamaların giderek daha büyük bir oranını en üst gelir grubu gerçekleştirmektedir. Ülke genelinde hem kamu kaynaklı hem de hanehalkı kaynaklı eğitim harcamaları arttıkça bu alanda eşitsizlikte azalma ortaya çıkmasına rağmen, söz konusu harcamalar gelir grupları bazında incelendiğinde gruplar arasındaki eğitim harcama uçurumunun derinleştiği söylenebilmektedir. Türkiye'de ortalama öğrenim süresinin artışıyla birlikte eğitime erişimin arttığı gözlenmektedir. Fakat eğitime ulaşmak için hanehalkları yıldan yıla daha fazla harcama yapmak durumunda kalırken, bu harcamaların en üst gelir dilimindekilerce giderek daha fazla yapılmakta oluşu, toplumun farklı kesimlerinin çocuklarının farklı koşullarda eğitim-öğretim olanaklarına kavuşabildiği anlamına gelmektedir.

Tablo 4. Eğitim Harcamalarının %20'lik Gelir Grupları Arasındaki Yüzdeler Yatay Dağılımı, 2008-2016

	1.%20	2.%20	3.%20	4.%20	5.%20
2008	3,3	6,5	14,0	19,6	56,6
2009	3,2	4,9	11,9	19,7	60,4
2010	3,3	6,3	10,7	19,4	60,2
2011	3,3	5,2	11,0	18,2	62,3
2012	2,3	5,6	9,0	16,3	66,8
2013	2,5	6,2	10,8	17,1	63,5
2014	2,2	5,6	10,6	16,9	64,7
2015	1,6	4,3	8,6	16,6	68,9
2016	2,4	4,8	9,7	15,3	67,9

Eğitim Gini İndeksi ve Gelir Gini İndeksi

Ülkedeki gelir dağılımının göstergesi olan GGİ ile çalışmada hesaplanan ve eğitim eşitsizliğinin göstergesi olan EGİ arasındaki ilişki Şekil 7'de verilmiştir. Söz konusu değişkenlerin birbirleriyle pozitif yönde ilişkili olması beklenen bir durumdur; gelir dağılımı eşitliğe yakın sonuçlar verdiğinde eğitim dağılımı da aynı yönde hareket etmektedir. Ayrıca, EGİ ve GGİ arasındaki ilişki Şekil 7'de belirtilen basit regresyon ile incelendiğinde, bağımsız değişken gelir gini indeksinin 1 birimlik değişiminin, eğitim gini indeksine aynı yönde 2,5 birimlik değişimle yansıdığı görülmektedir. Bu durumda gelir dağılımında eşitsizlik azaldığı takdirde, eğitime erişim de daha eşitlikçi olacaktır.



Şekil 7. Türkiye'de EGİ ve GGİ Arasındaki İlişki, 2008-2016

Sonuç

Gelecek nesillerin yetenekleri doğrultusunda ve bilimin ışığında kendilerini geliştirebilmelerinin önünü açan bir eğitim yapılanmasının, toplumun refahı ve mutluluğu için taşıdığı yaşamsal rol dolayısıyla, Türkiye’de mevcut eğitim sisteminin ne ölçüde söz konusu işlevini yerine getirebildiğinin ortaya koyulması elzemdir. Eğitime erişimin eşitlikçi olması, emekçi kesimlerin çocuklarının da yeteneklerini geliştirip, potansiyellerini açığa çıkartabilmelerine ve yoksulluk döngüsünden çıkabilmelerine kapı açacaktır. Ancak çalışma, Türkiye’de eğitime erişimde eşitlik açısından yeterli düzeye ulaşamadığını göstermektedir.

Eğitim alanında ortaya çıkan eşitsizliklerin kaynağı, Türkiye’de eğitim sisteminin neoliberal anlayış doğrultusunda şekillendirilmeye devam ettiği gerçeği ile ilişkilidir. Genel olarak ülke nüfusunun eğitim kazanımları yıllar içinde artmasına rağmen, analiz toplumun farklı katmanlarına indirildiğinde eşitliğin arttığı şeklindeki bulgunun zayıfladığı, hatta tersine döndüğü görülmektedir. Öncelikle incelenen bölgesel düzeyde eğitim kazanımları, bölgesel gelir dağılımındaki eşitsizliğin eğitim alanında da devam ettiğini göstermektedir. İkinci olarak, 25-29 yaş aralığındaki kadın ve erkek nüfus arasında eğitim kazanımındaki farklılaşma, kadınlar aleyhine süregelen eşitsizlik şeklinde ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, kadın nüfus içindeki eşitsizlik, erkek nüfus içindeki eşitsizliğe göre daha yüksektir. Üçüncü olarak, ülke genelinde okullaşmanın artan standart sapma değerleri, Türkiye’nin genel eğitim kazanımını arttırırken, eğitimin toplumun farklı kesimlerine yayılımında eşit koşullar sağlayamadığını göstermektedir. Dördüncü olarak, hanehalklarının eğitim harcamalarına %20’lik gelir grupları bazında bakıldığında, farklı gelir dilimlerindekilerin eğitim harcamalarında düşük gelir grupları aleyhine gözlemlenen farklılaşmalar, ülkemizde eğitim eşitsizliğini besleyen bir kaynağa dönüşmektedir. Bu konuda özellikle en yüksek gelir grubuna ait eğitim harcamalarının toplam tüketim harcamalarındaki payının artışı dikkat çekicidir. Ülkede eğitim harcamaları yükünün kamudan hanehalklarına aktarılması belirgin bir eğilim olarak karşımıza çıkmaktadır. Mevcut gelir dağılımı eşitsizliği de dikkate alındığında, toplumun üst gelir dilimleri eğitime daha fazla kaynak ayırabilirken, bu olanaktan yoksun olan düşük gelirli kesimlerin çocuklarının kaliteli bir eğitime erişim olanağından mahrum kalmaları giderek daha belirgin bir hal almaktadır.

Bu bağlamda, eğitiminin içeriğine ilişkin sorunları uluslararası karşılaştırmalarda da ortaya çıkan Türkiye’nin, eğitimi daha eşitlikçi bir yapı içerisinde sağlayabilmesi için, öncelikle “eğitime erişim toplumdaki her bireyin hakkıdır” ilkesine göre hareket etmesi gerekmektedir. Bu açıdan bakıldığında, eğitimin finansmanının kamu yerine özel kaynaklardan karşılanma eğilimindeki belirginleşme, eğitimin evrensel bir insan hakkı olduğu gerçeğiyle çelişmektedir. Nitekim Türkiye’de hanehalklarının yıldan yıla eğitime daha fazla harcama yapması, kamu kaynaklarının özelleştirmeyi derinleştirmek amacıyla özel eğitim kurumlarını desteklemek üzere kullanılması ve ailelere özel okulları tercih edebilmeleri için burs ve teşvik ödemeleri sağlanması, devletin günümüzde izlediği eğitim politikalarının bileşenleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada ‘meta’ olarak satılmaya çalışılan eğitim ile daha kaliteli ya da sayısı yıldan yıla artan eğitilmiş nüfusun yaratılmasının amaçlandığı yanılgısı yaratılmaktadır. Bu bir yanılsamadır, çünkü aslında söz konusu olan eğitimin ticari kaygılarla kurgulanması ile birlikte, en temel insan haklarından biri olan eğitimin devamlı talep edilen ve elde edilmesi

artık satın alma gücüne dayanan bir ürün gibi 'lüks' ihtiyaca dönüşmesidir. Eğitim sisteminin, ailelerin ekonomik gücünün yanı sıra yaşamlarını sürdürdükleri bölge ve öğrencilerin cinsiyeti faktörleri de göz önünde bulundurularak, toplumda herkesin kaliteli bir eğitime erişebileceği bir şekilde kurgulanması gereklidir. Bunun yerine kapitalist toplum yapısındaki katmanlar arasındaki sınırlı hareketliliği daha da kısıtlayan eğitim politikalarının sürdürülmesi, ülkede eğitimde niteliksel bir gelişmenin önünü de tıkamaktadır. Bu durumda mevcut eğitim politikaları, toplumsal katmanlar arasındaki geçişkenliği artırmak yerine, mevcut toplumsal katmanlaşmanın sürdürülmesini sağlamak üzere kullanılmaktadır. Nitekim toplumun daha büyük bir kesiminin eğitim sistemine içerilmesi ve daha yüksek bir ortalama eğitim düzeyine ulaşması, eğitim kalitesinin de yükseldiği anlamına gelmemektedir. Türkiye'nin uluslararası öğrenci değerlendirme sınavlarındaki (PISA, TIMSS gibi) başarı sıralamalarında sabit seyirde kalması, küresel düzeyde yarışabilecek eğitim niteliğine ulaşamadığına işaret etmektedir. Bu çalışma ülkemizde eğitim eşitsizliğine ilişkin durumu esas olarak niceliksel çıktılar temelinde analiz etmiş olup, Türkiye'de eğitim alanındaki politikaların niteliksel kazanımlar temelinde ayrıntılı olarak incelenmesi gelecek çalışmaların konusu olacaktır. Sonuç olarak, bireylerin yeteneklerini özgürce geliştirebilmeleri ve potansiyellerini açığa çıkarabilmeleri için, ülkede eğitim politikalarının, toplumsal refahın önemli bir dengeleyicisi olan eğitime sosyal statü, cinsiyet, yaşanılan bölge ve aile gelir düzeyinden bağımsız olarak ulaşabilmesi için düzenlenmesi gerektiği açıktır.

Kaynakça

- Alon, S. (2010). Racial Differences in Test Preparation Strategies: A Commentary on Shadow Education, American Style: Test Preparation, the SAT and College Enrolment. *Social Forces*, 89(2), 463-474.
- Barro, R., & Lee, J. (2010). A New Data Set of Educational Attainment in the World, 1950-2010. doi:10.3386/w15902.
- Becker, G. S. (1962). Investment in Human Capital: A Theoretical Analysis. *Journal of Political Economy*, 70(5), 9-49.
- Bergen, R. J. S. (2006). *Family Influences on Young Adult Career Development and Aspirations*. Doctoral dissertation, University of North Texas.
- Boran, B. S. (1939). *A Study of Occupational Mobility: an Analysis of Age Distributions of Occupational Groupings in the United States (1910-1930)*, Doctoral dissertation, University of Michigan.
- Bourdieu, P. (1973). *Cultural Reproduction and Social Reproduction in Knowledge, Education and Cultural Change*. London: Tavistock.

- Bourdieu, P., & Passeron, J.C. (1990). *Reproduction in Education, Society and Culture*, London: Sage.
- Checchi, D. (2006). *The Economics of Education: Human Capital, Family Background*. USA: Cambridge University Press.
- Dağdemir, Ö., & Acaroğlu, H. (2011). Türkiye’de Bölgesel Gelir Dağılımının İller Düzeyinde Analizi: 1990-2006. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 39-56.
- Delaney, A. M. (1999). Parental Income and Students College Choice Process: Research Findings to Guide Recruitment Strategies. *Document Resume*, 77. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED432187.pdf#page=82>
- Doob, C. B. (2013). *Social Inequality and Social Stratification* (1st Edition), Upper Saddle River, N.J.: Pearson.
- Filiztekin, A. (2008). *Türkiye’de Bölgesel Farklar ve Politikalar*. İstanbul: TÜSİAD, Yayın No. TÜSİAD-T/2008-09/471).
- Filiztekin, A. (2009). *Türkiye’de Bölgesel Farklar*. http://research.sabanciuniv.edu/11643/1/BolgeselFarklar_YKY.pdf
- Friedman, M., & Friedman, R. D. (1980). *Free to Choose: A Personal Statement*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Gök, F. (2009, 28 Eylül). *Eğitim Sistemi, Adaletsiz Kapitalizmi Yeniden Üretiyor*. Birgün.
- Gürler E.K., Turgutlu T., Kırıcı N., Üçdoğruk Ş. (2007). Türkiye’de Eğitim Talebi Belirleyicileri. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 44 (512), 89-101.
- Hanushek, E. A., Woessmann, L. (2007). The Role of Education Quality for Economic Growth. *World Bank Policy Research Working Papers* No. 4122.
- Illich, I. (1971). *Deschooling Society*. New York: Harper & Row.
- Krueger, A. B., & Lindahl, M. (2001). Education for Growth: Why and for Whom?. *Journal of Economic Literature*, 39, 1101-1136.
- Lam, G. (2014). Theoretical Framework of the Relation Between Socio Economic Status and Academic Achievement of Students. *Education*, 134 (3), 326-31.
- Loury, G. C. (1981). Intergenerational Transfers and the Distribution of Earnings. *Econometrica*, 49(4), 843-67.

- Machin, S. (2006). Social Disadvantage and Education Experiences. *OECD Social, Employment and Migration Working Papers*, No. 32, Paris: OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/715165322333>
- Mill, J. S. (1859). *On Liberty*. Kitchener : Batoche Books (2001).
- Mirowsky J., Ross, C.E. (2003). *Education Social Status and Health*. New York: A. de Gruyter.
- OECD. (2007). *Education at a Glance 2007: OECD Indicators*. Paris: OECD.
- OECD (2014). *Education at a Glance 2014: OECD Indicators*, France: OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/eag-2014-en>
- Osa-Edoh, G. I., Alutu, A. N. G. (2011). Parents' Socio-Economic Status and Its Effect in Students' Educational Values and Vocational Choices. *European Journal of Educational Studies*, 3(1), 11-21.
- Parsons, F. (1909). *Choosing a Vocation*. Boston: Houghton Mifflin Co.
- Raftery, A. E., Hout, M. (1993). Maximally Maintained Inequality: Expansion, Reform, and Opportunity in Irish Education, 1921-75. *Sociology of Education*, 66(1), 41-62.
- Ram, R. (1990). Educational Expansion and Schooling Inequality: International Evidence and Some Implications. *The Review of Economics and Statistics*, 72(2), 266-274.
- Rist, R. C. (1970). Student Social Class and Teacher Expectations: The Self-Fulfilling Prophecy in Ghetto Education. *Harvard Educational Review*, 40(3), 411-451.
- Schultz, T. W. (1961). Investment in Human Capital. *The American Economic Review*, 51, 1-17.
- Tezcan, M. (1985). *Eğitim Sosyolojisi* (4. Baskı). Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi.
- Tezcan, M. (1993). *Eğitim Sosyolojisinde Çağdaş Kuramlar ve Türkiye*. Ankara: Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Fakültesi.
- Thomas, V., Wang, Y., Fan, X. (2001). *Measuring Education Inequality: Gini Coefficients of Education*. Policy Research Working Paper, No. WPS2525, World Bank Publications.
- Willis, P. E. (1977). *Learning to Labor: How Working-Class Kids Get Working-Class Jobs*. Farnborough: Saxon House.



Açık Ekonomilerde Gelir Düzeyi, Kurumsal Faktörler ve Çalışma Tercihleri (Boş Zaman) İlişkisi: Küresel Bütünleşme Çalışma Yükümlülüğünü Azaltıyor mu?

Relationship between Income Level, Institutional Factors and Working Preferences (Leisure Time) in Open Economies: Does Global Intergation Reduce Obligation of Work?

Dr. Öğr. Üyesi Aynur Yıldırım¹ - Dr. Öğr. Üyesi Gonca Akgün Güngör²

Başvuru Tarihi: 19.09.2018

Kabul Tarihi: 09.04.2019

Öz

Çalışmanın amacı, ekonomik ve kurumsal faktörlerin çalışma saatleri üzerindeki etkisinin analiz edilmesidir. Neo-klasik ekonomi modeli çerçevesinde birey zaman kullanımı konusunda karar vermek durumundadır. Buna göre birey; zamanının bir kısmını piyasada geçerli olan ücret düzeyinde çalışmak için, diğer bir kısmını da boş zaman olarak kullanmak amacıyla iki alternatif arasında paylaşacaktır. Neo-klasik model, boş zamanı normal mal olarak kabul etmektedir. Normal mallar tüketicinin gelir düzeyi arttığında talebi artan mallar olduğu için, bireyin gelir düzeyindeki artışa bağlı olarak, boş zaman talebinde de artış olması beklenmektedir. Diğer taraftan, toplumsal değerleri ifade eden kurumsal faktörler de birey davranışları üzerinde etkili olarak boş zaman tercihlerini etkilemektedirler. Çalışmada, bu sürecin nasıl işlediği, işe alma-asgari ücret, işe alma-işten çıkarma ve toplu sözleşme gibi üç adet kurumsal yapı değişkenine ilave olarak, kişi başına düşen GSYİH ve marjinal vergi oranı ve transfer ve sübvansiyonlar olmak üzere üç adet ekonomik değişkenin kullanılmasıyla incelenmeye çalışılmıştır.

Çalışmada öncelikle boş zaman kavramı açıklanmış, ardından Neo-klasik model çerçevesinde gelir değişimleri ve boş zaman arasındaki etkileşime yer verilmiş, daha sonra da toplumun sahip olduğu kurumsal faktörler ve boş zaman arasındaki ilişkiler kurulmuştur. 2000-2015 dönemini kapsayan değişimlerin etkileri, Panel Veri Analizi yöntemi kullanılarak, 36 ülke için ekonometrik olarak test edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, “kişi başına düşen gelir”, “toplu sözleşme olanaklarının yüksekliği”, “transfer ve sübvansiyonlar” ve “marjinal vergi oranı” değişkenleri ile “haftalık çalışma saatleri” arasında istatistiksel olarak anlamlı ve negatif bir ilişki bulunurken; “işe alma asgari ücret değişkenleri” ile “haftalık çalışma saatleri” arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki ortaya çıkmıştır. “İşe alma ve işten çıkarma” değişkeni ise anlamsız sonuç vermiştir.

¹ Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Fethiye İşletme Fakültesi, aynury@mu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4292-6875

² Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İİBF, gonca@mu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4292-6875

Anahtar Kelimeler: *Boş Zaman, Ekonomik Gelişme, Kurumsal Faktörler, Çalışma Tercihleri*

Abstract

The aim of the study is to analyze the effects of economic and institutional factors on working hours. In the framework of the Neo-classical economy model, the individual has to decide on the use of time. Accordingly, the individual will divide his time into two alternatives: working at the current pay level or having free time. Neo-classical model considers leisure time as normal goods. Since normal goods are goods that increase in the demand when the consumer's income level increases, an increase in leisure time is also expected due to an increase in the individual's income level. On the other hand, the institutional factors expressing social values also affect leisure preferences by impacting on individual behavior. In an attempt to uncover how this process works, this study concentrates on three economics variables such as the per capita GDP, marginal tax rate, transfer and subsidies in addition to the three institutional structural factors such as hiring regulations and minimum wage, hiring and firing regulations and collective bargaining.

In the study, firstly the concept of leisure time is explained, then the interaction between income changes and leisure time is given within the framework of the Neo-classical model and then the relations between institutional factors of the society and leisure time is established. The effects of the changes covering the period 2000-2015 were tested econometrically for 36 countries using the Panel Data Analysis method. According to the results of the analysis, there is a statistically significant and negative relationship between the “per capita GDP”, “the high possibility of collective bargaining”, “the transfers and subsidies”, “the marginal tax rate” variables and “weekly working hours”; there is a statistically significant and positive relationship between “hiring regulations and minimum wage” variables and “weekly working hours”. “The hiring and firing regulations”, on the other hand, has yielded meaningless results.

Keywords: *Leisure Time, Economic Development, Institutional Factors, Working Time Preferences*

Giriş

Bireyler zamanlarının bir kısmını, yaşamlarını devam ettirebilmek amacıyla çalışmak için kullanırken, çalışmanın dışında kalan alternatif kullanım alanları, “boş zaman” olarak adlandırılmıştır. Bireyin çalışma süresini nasıl belirlediğini inceleyen Neo-klasik analiz, “çalışma” ve “boş zaman kullanımı” arasında zamanını paylaşmak isteyen birey için “fayda maksimizasyonu”nu temel almaktadır. Buna göre, faydasını maksimize etmek isteyen birey, bazen emeğini arz etme kararı verirken, bazen de tam tersi hareket edebilmektedir. Bireyin çalışması sonucunda elde edeceği fayda, çalışmanın kendisine yükleyeceği maliyetin üzerinde ise emeğini arz etme yönünde karar vererek, fayda maksimizasyonunu gerçekleştirebilir. Ancak çalışmanın kendisine yükleyeceği maliyetin yüksek olacağına inanıyorsa, fayda maksimizasyonunu sağlamak için tercihini çalışmamaktan yana kullanabilir. Bu durumda Neo-klasik teoriye göre, bireyin çalışma kararı bir yandan ücret düzeyinden etkilenirken diğer

tarafından bireyin çalışmaya bakış açısı da bu karar üzerinde etkili olmaktadır. Bireyin çalışmaya bakışı, ücret dışı gelirlerden, çalışma saatlerinden, iş güvenliğinin olup olmamasından ya da çalışma koşulları gibi faktörlerden etkilenmektedir (Shermana ve Shavit, 2013, s.12; Case, vd., 2012, s. 120-127; Williamson, 2002, s.105-110).

Neo-klasik ekonomi teorisine göre, ücret düzeyinin yükselmesi bireylerin gelir/boş zaman tercihlerini etkileyen, “ikame etkisi” ve “gelir etkisi” olarak adlandırılan birbirine zıt iki etki meydana getirmektedir. Bu etkilerden “*ikame etkisi*”, boş zamanların fiyatının artması nedeniyle daha az boş vakit geçirmek ve işe daha fazla vakit ayırmak olarak ifade edilmektedir. İşte harcanan zaman miktarı aynı iken toplam gelir arttığında, boş zaman taleplerinin de artması, “*gelir etkisi*” olarak adlandırılmaktadır (Gratton ve Taylor, 2004, s.86; Williamson, 2002, s.105-110; Case, vd., 2012, s. 120-122). Neo-klasik analize göre, fiyat değişikliği karşısında bireylerin gelir/boş zaman tercihlerinin ne yönde etkileneceği, birbirine zıt bu iki etkiden hangisinin daha baskın olacağına göre şekillenmektedir.

Bireyin boş zaman tercihinde etkili olan değişkenlerden biri, gelir üzerinden alınan vergi oranlarıdır. Emek gelirleri üzerindeki yüksek oranlı vergiler, gelir düzeyinde azalmaya neden olduğu için, insanları çalışmak yerine boş zaman tercihi doğru yön değiştirmeye teşvik edecektir. Ekonomide boş zaman, piyasa değeri olan normal bir mal olarak kabul edilmektedir. Buna göre, devlet tarafından gerçekleştirilen transfer harcamaları da, bireylerin gelirlerinde bir artış yaratarak, normal mallara olan taleplerinin artmasına yol açacaktır. Böylece transfer harcamaları, bireylerin boş zaman tercihlerini arttırarak, daha az çalışmaları sonucunu ortaya çıkarabilmesi açısından boş zaman tercihi etkileyen bir diğer değişken olarak düşünülebilmektedir.

Neo-klasik modelin incelediği etkenlerin dışında, boş zaman tercihlerini etkileyecek farklı değişkenler de söz konusudur. Toplumun sahip olduğu değerler yani kurumsal faktörler; tüketim, tasarruf, eğitim ya da iş ahlâkı gibi en temel davranış şekillerinde bireyin davranışlarına yansiyarak, bireyin karar almasında ve davranışlarında onu yönlendirmektedir (Fellner, 2008, s. 112; Greif, 2006, s. 271; Kotler vd., 2005, s 115). Çalışmada, yukarıda söz edilen ekonomik değişkenlerin yanı sıra bireyin çalışma kararı ile kurumsal değişkenler arasında nasıl bir ilişki olduğu da ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Kurumsal değişkenler arasında yer alan emek piyasası düzenlemelerinde esnek uygulamaların hayata geçirilmesinin boş zaman tercihlerini yönlendirdiği söylenebilir. Esnek istihdam sözleşmelerinin varlığı, işletmelerin rekabet gücünü arttırırken, çalışanlara çalışma sürelerini istedikleri gibi belirleyebilme imkânını tanımaktadır. Diğer taraftan firmalar çeşitli nedenlerle üretim sürecinde sözleşme ilişkilerini esnek bir şekilde kendi yapılarına uygun olarak kurmak isteyebilmektedirler. Firmaların sözleşme kurallarını kendilerinin belirlediği durumda da, çalışanlar bir takım hak talepleri karşısında daha savunmasızdırlar. Dolayısıyla esnek uygulamalara sahip emek piyasası, bireylerin boş zaman tercihi ya da çalışma istekleri üzerinde etkili olabilmektedir.

Çalışmanın amacı, ekonomik ve kurumsal faktörlerin bireylerin çalışma saatleri (boş zaman) tercihleri üzerindeki etkilerini ortaya koyabilmektir. Bu amaçla ilk olarak boş zaman kavramı açıklanmış, gelir değişimleri ve kurumsal faktörlerin çalışma saatleri üzerindeki etkisi teorik olarak incelenmiştir. Daha sonra ise 2000-2015 yılları arasındaki zaman dilimini kapsayan değişimlerin etkileri, 36 ülke için, Panel Veri Analizi yöntemi ile ekonometrik olarak test edilmiştir.

Boş Zaman ve Boş Zaman Tercihi Kavramı

Neo-klasik ekonomi çerçevesinde çalışmaktan arta kalan zaman dilimi olarak tanımlanan boş zaman, sosyolojik açıdan; iş'in zorlayıcı dünyasından gevşeme, ferahlama ve de kendini salıverme durumuna bir kaçış olarak ifade edilmektedir (Hibbins, 1996, s.23). Çalışmaktan arta kalan, zorunluluktan uzak, kurumsal zorunluluklardan gelen yorgunluğun neden olduğu fiziki ve psikolojik güç kaybının tekrar kazanılmasını sağlayacak zaman dilimini ifade etmektedir (Smelder ve Swedberg, 2001; Aytaç, 2002, s.232). Buna göre boş zaman, bireyin verimliliğini arttıran, refah düzeyinin yükselmesine katkı sağlayan zaman dilimidir.

Bireyin daha fazla boş zaman talep etmesi demek, çalışma ve çalışmama faaliyetleri arasında zamanın yeniden dağıtılması anlamına gelmektedir. Tüketmeye karar verilen her bir boş zaman saati için bir saatlik ücretten vazgeçilmiş olunmaktadır. Buna bağlı olarak boş zamanın fiyatı da ücret düzeyi ile açıklanmaktadır. Gelir düzeyi, kurumsal faktörler, zevk ve tercihler doğrultusunda her birey boş zaman için farklı bir değer biçmektedir (Case, vd., 2012, s. 124).

Gelir Değişimleri ve Kurumsal Faktörler ile Boş Zaman Arasındaki İlişki

1980'li yıllardan itibaren tüm dünyada ağırlığını hissettiren küreselleşme süreci, ekonomilerin dışa açılmasıyla birlikte rekabet baskısının ön plana çıkmasına yol açmıştır. İktisadi gelişme, gelir değişimleri ve teknolojik gelişme ile birlikte kültür, alışkanlıklar, yaşam tarzı, hayat algısı gibi toplumun alt yapı kurumlarını dönüştürerek kurumsal yapıyı değiştirirken, boş zaman algısının da değişmesine yol açmıştır. Küreselleşme eğilimiyle birlikte yaşanan bu değişimin emek piyasaları üzerindeki etkisi ise, çalışma sürelerinin esnekleştirilmesinin ilke olarak benimsenmesi ve çalışma saatlerindeki önemli değişimler şeklinde olmuştur. Küreselleşme ile birlikte çalışma-boş zaman arasındaki ilişkinin yönü, boş zamana doğru kayma göstermiştir.

Çalışma alanındaki dönüşümler 18. yüzyılla birlikte önemli bir ivme kazanmıştır. 1700'ler boyunca boş vakti "başboşluk" ve "israf" zamanı olarak gören püritenizm, aylaklığı, hedonizmi, harcamayı, başboşluğu günah olarak nitelendirmiştir. Çalışmaya, tasarrufa, çileciliğe, hazzı ertelemeye kutsiyet atfederek sermaye oluşumunu teşvik etmiştir. Endüstri devrimi, çalışma saatlerinde önemli bir artış yaşanmasına yol açmıştır. Üretimi artırmak amaç olduğundan, işçilerin sömürülmesi, güç ve elverişsiz koşullara maruz bırakılmaları bu dönemde yaygınlık kazanmıştır. Ancak, işçinin artan sömürüsü, daha az çalışma saati ve daha fazla ücret talep eden bir işçi hareketine yol açmış ve zamanla uzun çalışma süreleri yavaş yavaş düşmeye başlamıştır (Junio, 2000, s.70).

Diğer taraftan endüstriyel üretimde, makinaların merkezi rol üstlenmeleri, çalışma sürelerini aşağı çekerken boş zamanın artmasını sağlamıştır. Üretimde makinaların etkin kullanılması aktif insan gücüne olan gereksinimi azaltarak bireyin daha çok sevk ve idareyi sağlayıcı fonksiyonunu ön plana çıkarmıştır. Bu durum çalışma sürelerinin kısaltılmasını da beraberinde getirmiştir (Aytaç, 2005, s.6). I. Dünya Savaşı'na kadar çalışan başına çalışma saatlerinin Fransa ve Almanya dâhil çoğu Avrupa ülkesine göre ABD'de aslında daha düşük olduğu görülmektedir. Sonra, Fransa ve Almanya dâhil Avrupa ve ABD'de çalışan başına çalışma saatleri aynı iken 1960'ların sonuna kadar çalışma saatleri Avrupa'da ABD'den biraz daha fazla düşmeye başlamıştır (Huberman, 2004).

Konuyla ilgili iktisadi literatür, gelir değişimlerinin boş zaman tercihini etkilediğini ortaya koymaktadır. Gelir ve boş zaman arasındaki denge, bireyin ne kadarlık gelir karşılığında bir saatlik boş zamanını feda edeceği ile ifade edilmektedir (Singh, 2016). Boş vakit geçirmek istenilen her zaman potansiyel kazançların kaybedilmesi anlamına gelmektedir, böylece geçmiş kazançlar, boş zamanın fiyatı ya da fırsat maliyeti olarak belirtilmektedir (Gratton ve Taylor, 2004, s.86).

Emek gelirlerinin vergilendirilmesindeki farklılıklar, bireylerin çalışma tercihleri üzerinde etkili olmaktadır (Prescott, 2004, s.6). Gelir üzerindeki yüksek oranlı vergiler, insanları çalışmak yerine boş zaman tercihine doğru yön değiştirmeye teşvik etmektedir. İsveç ve ABD için yapılan incelemede, ABD'de vergi oranlarının İsveç'e göre daha düşük olduğu belirtilmiş ve vergi oranlarının düşük olmasının ABD'de üretimi ve çalışmayı çekici duruma getirdiği ifade edilmiştir. İsveç de ise, bireyin geliri üzerinden alınan vergilerin yüksek olmasının, piyasada çalışmak yerine boş zaman tercihini arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır (Olovsson, 2009).

Vergi oranları (sabit olmadığı varsayıldığında) emek arzını etkilemektedir. Eğer emek geliri üzerindeki vergi oranlarının gelecekte daha yüksek olacağı beklenirse, insanlar bu anda daha düşük tüketim/gelir (C/Y) bileşimini seçer ve işgücü arzı yüksek olur. Gelir üzerinden alınan vergi oranlarının arttırılıp azaltılması bir anlamda emek gelirlerinin artması veya azalması anlamına gelebilmektedir. Örneğin ücretler üzerinden alınan vergi oranları düşürülür ise, bu durum gelir düzeyinde bir artış sonucunu doğuracaktır. Gelir arttıkça, şayet gelir etkisi kuvvetli ise çalışma süreleri artacaktır, ikame etkisi kuvvetli ise çalışma süreleri düşecektir (Mocan ve Pogorelova, 2015, s.23; Prescott, 2004; Meghir ve Phillips, 2008, s.7).

Transfer harcamaları, devlet borçlarının faizleri, gazilere ve malullere ödenen maaşlar, işsizlik yardımı, yaşlılara, dul ve yetimlere yapılan ödemeler, öğrencilere verilen burslar şeklinde örneklendirilebilir. Devlet tarafından genellikle tarım sektöründe faaliyet gösteren üreticilere verilen destekler olarak ifade edilen sübvansiyonlar da transfer harcamalarının bir parçası olarak görülmektedir. Transfer harcamaları, yoksulluğu azaltmak ve ek bir satın alma gücü sağlamak gibi etkileri nedeniyle, büyüme için elverişli bir ortam sağlar (Mckenzie vd., 1997, s.7).

Transfer harcamaları, bireylerin gelirlerinde bir artış yaratarak, normal mallara olan taleplerinin artmasına yol açar. Ekonomide boş zaman, piyasa değeri olan, pazarda satış nesnesi

olan, bireyi tatmin eden zevklerin getirdiği normal bir mal olarak kabul edilmektedir. Buna bağlı olarak, transfer harcamaları, bireylerin daha az çalışmaları sonucunu ortaya çıkarabilmektedir (Conway, 1997, s.50). Diğer taraftan transfer harcamaları arasında gösterilen işsizlik sigortası ödeneği bireylerin emek arzı üzerinde etkili olabilmektedir. Herhangi bir işte çalıştıkları takdirde işsizlik ödeneğinin kesileceğini düşünen bireyler çalışma konusunda isteksiz davranarak boş zaman tercihlerini arttırabilmektedirler.

Esnek emek piyasası düzenlemeleri, genellikle ekonomik kriz dönemlerinde söz konusu olmakla birlikte, gelişmiş ülkelerde teknolojinin hızla gelişmesi ve sanayi sektöründen hizmet(ler) sektörüne geçilmesi gibi nedenlerle yapılmaktadır. Yaşanan teknolojik gelişmeler ve ekonomik yapıdaki değişim sonucunda ortaya çıkan işsizlik düzeyindeki artışlar karşısında kısa süreli istihdam sözleşmeleri bir çözüm olarak ortaya konulabilmektedir. Böylece, istihdam ve üretimin devamlılığının sağlanması ekonomi üzerinde olumlu katkılarda bulunabilmektedir. Ayrıca gelişmiş ülkelerde çalışanlar, eğitim görme ve diğer aktivitelere katılma gibi nedenlerle de kısa süreli istihdam sözleşmelerini ve esnek uygulamaları tercih edebilmektedirler. Esnek istihdam sözleşmelerinin varlığı, işletmelerin rekabet gücünü arttırırken, çalışanlara ise çalışma sürelerini istedikleri gibi belirleyebilme imkânını tanımaktadır. Bu durum kadınların işgücüne katılım oranlarının artmasına da olanak vermektedir.

Diğer taraftan firmaların üretim sürecinde yeni yöntemleri serbestçe deneyebilmeleri, teknolojik ilerleme ve buluşlar konusunda daha etkin olmalarını sağlamaktadır. Bu nedenle firmalar, yeni üretim yöntemlerini denemek, hızlı teknolojik gelişmelere çalışanların aynı hızla uymalarını sağlamak, ücret sisteminde esnek uygulamalara kavuşabilmek, yönetimde karar verme serbestisini kullanabilmek gibi nedenlerle, sözleşme ilişkilerini esnek bir şekilde kendi yapılarına uygun olarak kurmak isteyebilmektedirler. Ancak, firmaların sözleşme kurallarını kendilerinin belirlediği durumda da, çalışanların eğitim, iş sağlığı, sosyal güvenlik, ücret gibi alanlardaki hak talepleri karşısında daha savunmasızdırlar. Bu açıklamalar bağlamında, firmaların sözleşmeleri kendi çıkarlarına uygun şekilde oluşturmak istemeleri durumunda da bireylerin çalışma isteklerinde azalma görülebilecektir.

Boş Zaman Tercih Literatür Taraması

Dünya Değerler Araştırması (WSS) anket verileri üzerinden yapılan çalışmaya göre, gelir eşitsizliği ve boş zaman miktarı arasında negatif ilişki vardır. Boş zaman miktarı ve kültürel aktivitelere katılım oranına bakıldığında, gelir dağılımının nispeten daha eşit düzeyde olduğu ülkelerde boş zaman süresinin ve kültürel aktivitelere katılım oranlarının daha yüksek olduğu görülmektedir. (Veal, 2016). Nitekim, Monostori (2009) tarafından WSS anket verileri kullanılarak yapılan çalışmada, Avrupa Birliği üyesi ülkelerde boş zamanın çalışmaktan daha değerli olduğu ortaya konmuştur.

Boş zaman tercihi üzerine Kozaryn (2011) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, WSS, Eurobarometer ve Genel Sosyal Anketlerine ait veriler kullanılmış ve Amerikalıların Avrupalılardan daha fazla çalıştığı sonucuna ulaşılmıştır. Aynı çalışma, çalışma saatleri arttıkça Amerikalıların Avrupalılardan daha fazla mutlu olduğunu ortaya koymuştur. Amerikalıların

Avrupalılardan daha fazla çalıştığı Michelacci ve Pijioan-Mas (2007) tarafından da desteklenmiştir. Benzer şekilde, Olovsson (2009), ABD'deki çalışma saatlerinin Avrupa ülkelerinden yaklaşık %10 daha fazla olduğunu; Prescott (2004) ise, Amerikalıların Almanlar, Fransızlar ve İtalyanlar'dan %50 daha fazla çalışıyor olduğunu göstermiştir.

Kişi başına haftalık çalışma saatlerinin ABD'de Avrupa ülkelerine göre daha fazla olduğu Alesina vd. (2006) tarafından da ortaya konmuştur. Konu ile ilgili yapılan birçok çalışmada Avrupa ülkelerinde çalışma saatlerinin daha kısa olduğu belirtilirken, İngiltere'de uzun çalışma saatleri istemeyen işçilerin birçoğunun çalışma saatlerinin uygulamada uzun olduğu belirtilmiştir (Wheatley vd., 2011).

Conway (1997)'e göre, kamu transfer harcamalarının artması, emek arzının düşmesiyle sonuçlanacaktır. Rodríguez (2016) ise, ABD ekonomisi için kamu harcamalarının dinamik etkilerini incelediği çalışmasında, transfer harcamalarının emek piyasasını olumsuz etkilediğini belirtmiştir.

Yüksek vergi oranları işgücü arzı ve istihdam oranları üzerinde olumsuz etkilere yol açmaktadır (Kleven ve Kreiner, 2005; Rogerson, 2007; Nickell, 2004, Conway, 1997). Ayrıca Prescott (2004), Avrupa'da vergi oranlarının azaltılmasının çalışma saatleri ve refah üzerinde pozitif katkılarda bulunacağını belirtmiştir. Meghir ve Phillips (2008) ise vergi oranlarında yapılacak indirimlerin işgücü arzı üzerinde büyük artışlar yaratacağını vurgulamışlardır. Mocan ve Pogorelova (2015), WVS ve Avrupa Değerler Çalışması (EVS) verilerini kullanarak, 26 Avrupa ülkesi için 2000-2012 dönemini kapsayacak şekilde yaptıkları incelemede, cinsiyete göre vergi oranlarının ve boş zaman kültürünün işgücüne katılma oranı üzerindeki etkilerini incelemişlerdir. Çalışmanın sonucu, kadınlar için hem vergi hem de boş zaman kültürünün işgücüne katılma oranını ve çalışma saatlerini etkilediğini ortaya koymuştur. Aynı çalışma, erkekler için ise, vergilerin işgücü arzını yoğun ve geniş bir marjda etkilediğini, boş zaman kültürünün ise işgücü arzı üzerinde etkisinin olmadığını göstermiştir. Dokko (2007), vergi oranlarının işgücü arzı üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla yaptığı çalışmada, daha yüksek vergi oranlarıyla karşı karşıya kalan annelerin yılda ortalama 40 saat daha az çalıştıkları, babalar için ise fark edilir bir etkinin olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Veri ve Yöntem

Veri Seti, Yöntem ve Analiz Sonuçları

Ekonomik ve kurumsal faktörlerin toplumların çalışma saatleri üzerindeki etkisini açıklamayı amaçlayan çalışmada, sözü edilen bu etki, 36 ülke üzerinden incelenmeye çalışılmıştır. Söz konusu ilişki, işe alma-asgari ücret, işe alma-işten çıkarma ve toplu sözleşme gibi üç adet kurumsal yapı değişkenine ilave olarak, kişi başına düşen GSYİH ve marjinal vergi oranı ve transfer ve sübvansiyonlar olmak üzere üç adet ekonomik değişkeninin kullanılmasıyla, 2000-2015 yılları arasındaki zaman dilimi için araştırılmıştır. Ülkelerin kurumsal yapısını ortaya koyacak veriler yaygın olarak, uluslararası kuruluşlar tarafından açıklanan endekslerden oluşmaktadır. Analizde kullanılacak olan kurumsal yapı göstergeleri için Economic Freedom of the World endeks verilerinden yararlanılırken; kişi başına düşen GSYİH ve haftalık çalışma

saatleriyle ilgili verilerin derlenmesinde, WB (The World Bank), OECD (The Organisation for Economic Co-operation and Development) istatistikleri ve TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) verileri kullanılmıştır. Tablo 1’de çalışmada kullanılan değişkenler gösterilmiştir.

Tablo 1. Analizde Kullanılan Değişkenler

Değişkenler	Açıklama	Veri Kaynağı
Bağımlı Değişken Haftalık çalışma saatleri	Kişi başına haftalık çalışma saati	OECD
Bağımsız Değişkenler		
* Ekonomik Değişken Kişi başına düşen GSYİH Transfer ve sübvansiyonlar Marjinal vergi oranı	SGP Sabit Fiyatlarla \$ Endeks değerleri Endeks değerleri	Dünya Bankası (WB) Economic Freedom of the World Economic Freedom of the World
* Kurumsal Değişkenler İşe alma-asgari ücret İşe alma- işten çıkarma Toplu sözleşme	Endeks değerleri Endeks değerleri Endeks değerleri	Economic Freedom of the World Economic Freedom of the World Economic Freedom of the World

Panel Veri Analiz yönteminin kullanılmasıyla gerçekleştirilen analizde bağımlı değişken *haftalık çalışma saatleri* iken; bağımsız değişkenler *kişi başına düşen GSYİH, transfer ve sübvansiyonlar, marjinal vergi oranı, işe alma-asgari ücret, işe alma- işten çıkarma ve toplu sözleşmeler*’dir.

Tablo 1’de verilen kurumsal yapı değişkenlerinin niteliği ve hesaplama biçimlerine bakıldığında, ilk olarak **Transfer ve Sübvansiyonlar** değişkenine ait endeks, ülkedeki transfer ve sübvansiyon uygulamalarının GSYİH’ya oranını vermektedir. Endeks, 0-10 arasında değerler almaktadır. Endeks değerlerinin artması, ülkenin yıl içinde gerçekleştirdiği transfer ve sübvansiyon alanının genişlediğini (hükümet müdahalesinin arttığını); azalması ise transfer ve sübvansiyon alanındaki daralmayı (hükümet müdahalesinin azaldığını) ifade etmektedir (EFW, 2012, s.271).

Marjinal Vergi Oranı değişkenine ait endeks, vergi mükelleflerinin gelirlerindeki bir artışın ödenecek vergi miktarında yol açtığı değişim, olarak hesaplanmıştır. Endeksin hesaplanmasında, gelir eşiklerine ait veriler ülkelerin ulusal para birimlerinden Amerikan Doları’na dönüştürülmüştür (1982/1984 ABD Tüketici Fiyat Endeksi ve yıllık döviz kurları kullanılarak). Endeks, 0-10 arasında değerler almaktadır. Endeks değerlerinin artması, marjinal vergi oranının yüksek olduğunu; endeks değerlerinin azalması ise marjinal vergi oranının düşük olduğunu göstermektedir (EFW, 2012, s.272).

İşe Alma ve Asgari Ücret Düzenlemeleri endeksi, Dünya Bankası (WB Doing-Business) verilerine dayanmaktadır (EFW, 2012, s.280-281). Endeksin hesaplanmasında, kalıcı görevler için belirli süreli sözleşmelerin yasaklanmış olup olmadığı, sabit dönemli sözleşmelerin maksimum kümülatif süresi ve stajyer ya da ilk kez çalışanlar için asgari ücret oranları göz önünde bulundurulmuştur. Buna göre, endeks değerlerinin yüksek olması, istihdam sözleşmelerinin süresinin uzun olduğunu ifade ederken; endeks değerlerinin düşük olması ise, esnek istihdam sözleşmelerinin olduğu emek piyasasının varlığına işaret etmektedir.

İşe Alma ve İşten Çıkarma Düzenlemeleri endeksi, Dünya Ekonomik Forumu, Küresel Rekabet Raporuna dayanmaktadır (EFW, 2012, s.281). Bu endeks, Küresel Rekabet Gücü Raporunda sorulan, “İşçilerin işe alınması ve işten çıkarılması düzenlemelerle engellenmekte midir yoksa işverenler tarafından esnek uygulamalar bulunmakta mıdır?” sorusuna verilen cevaplardan yararlanılarak hesaplanmıştır. Endeks, 1-7 arasında değerler almaktadır. Endeks değerlerinin düşmesi, işçi çıkarmanın zor olduğunu, istihdam güvencesinin olduğunu gösterirken; endeks değerlerinin yüksek olması, işçi çıkarmanın kolay olduğu esnek uygulamaların bulunduğunu göstermektedir.

Toplu Sözleşme endeksi, Dünya Ekonomik Forumu, Küresel Rekabet Raporuna dayanmaktadır (EFW, 2012, s.281). Bu endeks, Küresel Rekabet Gücü Raporunda sorulan, “Ülkenizde ücretler, merkezi pazarlık süreci ile mi ayarlanmaktadır?” sorusuna verilen cevaplardan yararlanılarak hesaplanmıştır. Endeks, 1-7 arasında değerler almaktadır. Endeks değerlerinin düşmesi, ücretlerin merkezileşmiş pazarlık süreci ile ayarlandığını (bağımsızlığın olmadığını) gösterirken; endeks değerlerinin yükselmesi, şirketlerin toplu sözleşmeleri kendilerinin belirleyebildiklerini (bağımsız olduklarını) göstermektedir. Tablo 2’de, analizde kullanılan kurumsal yapı değişkenlerinin nitelikleri özetlenmiştir.

Tablo 2. Kurumsal Yapı Değişkenlerinin Niteliklerinin Tanımlanması

DEĞİŞKENLER	ENDEKS DEĞERİ	AÇIKLAMA	EN DEKS DEĞERİ	AÇIKLAMA
Transfer ve Sübvansiyonlar	Artması	Transfer ve sübvansiyon alanındaki artış (hükümet müdahalesi artmıştır).	Azalması	Transfer ve sübvansiyon alanındaki azalış (hükümet müdahalesi azalmıştır).
Marjinal Vergi Oranı	Artması	Marjinal vergi oranı yüksektir.	Azalması	Marjinal vergi oranı düşüktür.
İşe Alma- Asgari Ücret Düzenlemeleri	Artması	Esnek istihdam sözleşmelerinin olduğu emek piyasasının varlığına işaret etmektedir.	Azalması	İstihdam sözleşmelerinin süresinin uzun olduğunu ifade etmektedir.
İşe Alma-İşten Çıkarma Düzenlemeleri	Artması	İşçi çıkarmanın kolay olduğu esnek uygulamaların varlığını göstermektedir.	Azalması	İşçi çıkarmanın zor olduğunu ve istihdam güvencesinin varlığını göstermektedir.
Toplu Sözleşme	Artması	Şirketlerin toplu sözleşmeleri kendilerinin belirleyebildiklerini (bağımsız olduklarını) göstermektedir.	Azalması	Ücretlerin merkezileşmiş pazarlık süreci ile ayarlandığını (bağımsızlığın olmadığını) göstermektedir.

Çalışmanın uygulama kısmında ekonomik ve kurumsal faktörlerin toplumların çalışma saatleri üzerindeki etkilerini ölçmek için kullanılan ülkelere Tablo 3’de yer verilmiştir.

Tablo 3. Analizde Kullanılan Ülkeler

Sıra No	Ülkeler	Sıra No	Ülkeler	Sıra No	Ülkeler	Sıra No	Ülkeler	Sıra No	Ülkeler	Sıra No	Ülkeler
1	Avustralya	7	Slovenya	13	Yunanistan	19	Japonya	25	İspanya	31	Şili
2	Avusturya	8	Danimarka	14	Macaristan	20	G.Kore	26	İtalya	32	Norveç
3	Belçika	9	Estonya	15	İzlanda	21	Letonya	27	Polonya	33	Rusya
4	Kanada	10	Finlandiya	16	İrlanda	22	Litvanya	28	Portekiz	34	İsveç
5	Türkiye	11	Fransa	17	Almanya	23	Meksika	29	Amerika	35	İsrail
6	Yeni Zelanda	12	Birleşik Krallık	18	Çek Cumh.	24	Hollanda	30	Slovakya	36	Kosta Rika

Panel Veri Analizi yönteminin kullanılmasıyla yapılan ölçümler için Stata 11 paket programından yararlanılmıştır. Panel veri analizinde birey etkilerini görmek için kullanılan sabit etki (fixed effect) ve rassal etki (random effect) modellerinden hangisinin seçileceği Hausman testi çerçevesinde belirlenen bir sorundur (Tatoğlu, 2013, s.179). Hausman testi sonucuna göre ($0.0000 < 0.05$), sabit etkiler tahmincisinin tutarlı olduğu ortaya çıkmıştır.

Modelde yatay kesit bağımlılığının olup olmadığı, Friedman Testi ile sınanmıştır. Test sonuçlarına göre (testin olasılık değeri ($0.0000 < 0.05$), birimler arası korelasyonun varlığı ortaya çıkmış ve bu nedenle, birimler arası korelasyonu dikkate alan ikinci kuşak birim kök testlerinden Pesaran Panel Birim Kök Testi kullanılmıştır. Pesaran’ın CADF Testi sonuçları Tablo 4’de verilmektedir.

Tablo 4. Pesaran’ın CADF Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	t-istatistiği	Olasılık
Haftalık çalışma saatleri (0)	-2.000	0.023*
Kişi başına düşen gelir (0)	-1.706	0.044*
Transfer ve sübvansiyonlar (0)	-1.712	0.043*
Marjinal vergi oranı (0)	-1.661	0.048*
İşe alma ve asgari ücret (0)	-6.826	0.000*
İşe alma ve işten çıkarma (0)	-1.850	0.032*
Toplu sözleşme (0)	0.529	0.702*
Toplu sözleşme (1)	-6.398	0.000*

* %0,05 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Pesaran'ın birim kök testi doğrultusunda, bağımlı değişken haftalık çalışma saatleri ile bağımsız değişkenlerden kişi başına düşen gelir, transfer ve sübvansiyonlar, marjinal vergi oranı, işe alma ve asgari ücret, işe alma ve işten çıkarma değişkenleri düzeyden durağandır. Toplu sözleşme değişkeni ise, birinci dereceden durağan olduğundan, değişkenin birinci dereceden farkları alınarak modele eklenmiştir. Durağan verilerle model yeniden kurularak analiz tekrarlanmıştır. Modele tekrar uygulanan Hausman testinin sonuçları, $(0.0000 > 0.05)$ sabit etkiler tahmincisinin tutarlı olduğunu ortaya koymuştur.

Ekonometrik analizlerde, otokorelasyon problemine yatay kesit verilerinde rastlansa da uygulamada daha çok zaman serilerinde karşılaşılan bir durumdur. Otokorelasyon, çoklu regresyon analizinde hata teriminin birbirini izleyen değerleri arasında ilişki bulunması halidir. Bu durum, genel doğrusal regresyon modelinin önemli bir varsayımından sapmadır. Genel doğrusal regresyon modeli varsayımının gereği olarak, hata terimleri arasında bir ilişki yoktur. Çalışmamızda, sabit etkiler üzerinden kurulan modelimizde otokorelasyonun var olup olmadığı Baltagi-Wu'nun LBI testleri ile sınanmıştır. Literatürde kritik değerler verilmemesine rağmen, değer 2'den küçükse otokorelasyonun önemli olduğu yorumu yapılmaktadır (Tatoğlu, 2013, s.214). Buna göre Baltagi-Wu LBI test sonucu (Durbin-Wats Baltagi-Wu LBI = 0.38949273, Baltagi-Wu LBI = 0.7107489) şeklinde olup, her iki test için de değerler 2'den oldukça küçük olduğu için otokorelasyonun olduğu yorumu yapılabilmektedir.

Sabit etkiler modelinde birimlere göre heteroskedasitenin var olup olmadığı Değiştirilmiş Wald testi kullanılarak sınanmıştır. Yapılan test sonucunda "birimlerin varyansları eşittir" şeklinde kurulan H_0 hipotezi reddedilmektedir $(0.0000 < 0.05)$. Bu durumda kurulan modellerde heteroskedasite olduğu anlaşılmaktadır.

Sabit etkiler üzerinden kurulan model için yapılan testlerin sonucuna göre birimler arası korelasyon, heteroskedasite ve otokorelasyon olması nedeniyle, bu problemleri ortadan kaldıran düzeltme modeli Driscoll ve Kraay Tahmincisi (Havuzlanmış En Küçük Kareler Yöntemi) kullanılmıştır. Buna göre, elde edilen tahmin sonuçlarına Tablo 5'de yer verilmiştir.

Tablo 5. Ekonomik ve Kurumsal Faktörlerin Toplumların Çalışma Saatleri Üzerindeki Etkisi

Bağımlı Değişken: Haftalık Çalışma Saatleri		
Bağımsız Değişkenler	Katsayı (Standart Hata)	t (P> t)
Kişi Başına Düşen Gelir	- 0.1768 (0.0170)	- 10.36 (0.000)*
Transfer ve Sübvansiyonlar	-0.1164 (0.0050)	23.12 (0.000)*
Marjinal Vergi Oranı	-0.0335 (0.0084)	3.98 (0.000)*
İşe Alma-Asgari Ücret	0.0155 (0.0049)	3.16 (0.003)*
İşe Alma-İşten Çıkarma	0.0084 (0.0096)	0.88 (0.386)
Toplu Sözleşme	- 0.0436 (0.0124)	-3.50 (0.001)*

* %0,05 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 5’de verilen analiz sonuçlarına göre, kişi başına düşen gelir ve haftalık çalışma saatleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ve negatif bir ilişki bulunmuştur. Diğer bir ifade ile kişi başına düşen gelir düzeyinde meydana gelecek %1’lik artışın, haftalık çalışma saatlerini % 0.1768 düşürdüğü görülmektedir. Dolayısıyla, analiz sonuçları, gelir düzeyinde meydana gelen artışların çalışma saatlerini azalttığını ortaya koymuştur. Çalışmanın teorik kısmında da açıklandığı gibi, bu durum gelir etkisi olarak adlandırılmaktadır.

Analiz sonuçlarına göre, *transfer ve sübvansiyonlar* ile *haftalık çalışma saatleri* arasında istatistiksel olarak anlamlı ve negatif bir ilişki bulunmuştur. Buna göre, *transfer ve sübvansiyonlar* değişkeninde meydana gelecek bir puanlık artış, haftalık çalışma saatlerini % 0.1164 azaltmaktadır. Dolayısıyla analiz sonuçlarına göre, transfer ve sübvansiyon uygulamalarındaki artışlar haftalık çalışma saatlerini düşürmüştür. Çalışmanın teorik kısmında da açıklandığı üzere, hükümet tarafından yüksek düzeyde transfer ve sübvansiyon uygulanması, bir anlamda bireylerin gelir düzeyinde yaşanacak bir artış olarak yorumlanabilmektedir. Bu durumda, bireyin gelir düzeyindeki artış karşısında çalışma sürelerinin azalması, çalışmamızda kullandığımız ülke grubu açısından gelir etkisinin varlığını göstermektedir. Transfer harcamaları, bireylerin gelirlerinde bir artış yaratarak, normal mallara olan taleplerinin artmasına yol açar. Ekonomide boş zaman, piyasa değeri olan, pazarda satış nesnesi olan, bireyi tatmin eden zevklerin getirdiği normal bir mal olarak kabul edilmektedir. Buna bağlı olarak, transfer harcamaları, bireylerin daha az çalışmaları sonucunu ortaya çıkarabilmektedir. Diğer taraftan transfer harcamaları arasında gösterilen işsizlik sigortası ödeneği bireylerin emek arzı üzerinde etkili olabilmektedir. Herhangi bir işte çalıştıkları takdirde işsizlik ödeneğinin kesileceğini düşünen bireyler çalışma konusunda isteksiz davranarak boş zaman tercihlerini arttırabilmektedirler.

Analiz sonuçları, *marjinal vergi oranı* ve *haftalık çalışma saatleri* arasında da istatistiksel olarak anlamlı ve negatif bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. *Marjinal vergi oranına* ait endeks değerlerindeki artışlar, marjinal vergi oranının yükselmesi anlamına gelmektedir. Tablo 5’e göre, *marjinal vergi oranı* değişkeninde meydana gelecek bir puanlık artış, haftalık çalışma saatlerini %0.0335 azaltmaktadır. Diğer bir ifade ile marjinal vergi oranları arttıkça, artan gelirin daha yüksek kısmı vergi ödemelerine ayrılmakta, gelir düzeyinde nispi bir azalma ortaya çıkmakta ve haftalık çalışma saatleri azalmaktadır.

Emek gelirleri üzerindeki yüksek oranlı vergiler, insanları çalışmak yerine boş zaman tercihine doğru yön değiştirmeye teşvik edebilecektir (Mocan ve Pogorelova, 2015, s.23). Gelir üzerinden alınan vergi oranlarının arttırılıp azaltılması bir anlamda işçilerin gelirlerinin artması veya azalması anlamına gelebilmektedir. Ekonomik birimler tarafından ödenen vergi oranlarındaki artışlar, gelirin daha yüksek kısmının devlete aktarılmasına yol açtığından kullanılabilir gelir düzeyinde azalma yaşanmasına neden olmaktadır. Örneğin ücretler üzerinden alınan vergi oranları arttırılır ise, bu durum gelir düzeyinde bir azalma sonucunu doğuracaktır. Çalışmamızda marjinal vergi oranı ve haftalık çalışma saatleri arasında ortaya çıkan negatif ve anlamlı ilişki, analize dahil olan ülkeler açısından gelir etkisinin işlerliğini ortaya koymaktadır.

Tablo 5’de verilen analiz sonuçlarına göre, *işe alma ve işten çıkarma* değişkeni anlamsız çıkarken, *işe alma ve asgari ücret* değişkeni ve *haftalık çalışma saatleri* arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmuştur. Tablo 5’e göre, *işe alma ve asgari ücret* değişkenine ait endeks değerinde meydana gelecek bir puanlık artış, haftalık çalışma saatlerini % 0.0155 arttırmaktadır. *İşe alma ve asgari ücret* değişkenine ait endeks değerlerindeki artışlar, esnek istihdam sözleşmelerinin olduğu emek piyasasının varlığına işaret etmektedir. Diğer bir ifade ile ülkelerin esnek düzenlemelerin olduğu emek piyasalarına sahip olmaları çalışma sürelerinde artışla sonuçlanabilmektedir. Esnek istihdam sözleşmelerinin varlığı, işletmelerin rekabet gücünü arttırırken, çalışanlara ise çalışma sürelerini istedikleri gibi belirleyebilme imkânını tanımaktadır. Bu durum kadınların işgücüne katılım oranlarının artmasına da olanak vermektedir.

Emek piyasasının bir diğer göstergesi olan *toplu sözleşme* değişkeni ise istatistiksel olarak anlamlı ve negatif sonuç vermiştir. *Toplu sözleşme* değişkenine ait endeks değerlerindeki artışlar, şirketlerin toplu sözleşmeleri kendilerinin belirleyebildiklerini (bağımsız olduklarını) göstermektedir. Analiz sonuçları, toplu sözleşme değişkenine ait endeks değerindeki bir puanlık artışın haftalık çalışma saatlerini %0.0436 azaltacağını ortaya koymuştur. Analiz sonuçlarının bu şekilde ortaya çıkması, çalışmanın teorik kısmında belirtildiği gibi, firmaların çeşitli nedenlerle sözleşme ilişkilerini esnek bir şekilde kendi yapılarına uygun olarak kurmak istemeleri, buna karşılık, çalışanların hak taleplerinin dikkate alınmaması nedeniyle çalışma isteğini azaltmaları ile açıklanabilir.

Sonuç

Fiyat değişikliği karşısında bireylerin gelir/boş zaman tercihlerinin ne yönde etkilendiğini ortaya koyan birbirine zıt iki etki vardır. Boş zamanların fiyatının artması nedeniyle daha az boş vakit geçirmek ve işe daha fazla vakit ayırmak, “*ikame etkisi*” olarak ifade edilirken; gelir düzeyi arttıkça boş zaman talebinin de artması “*gelir etkisi*” olarak adlandırılmaktadır. Ekonomik ve kurumsal faktörlerin toplumların çalışma saatleri üzerindeki etkisinin incelendiği çalışmada, kişi başına düşen GSYİH, transfer ve sübvansiyonlar ve marjinal vergi oranı gibi ekonomik değişkenlerin çalışma saatleri üzerindeki etkisi, analize dahil olan ülkeler açısından gelir etkisinin işlerliğini ortaya koymaktadır. Diğer bir ifade ile gelir düzeyinin artması çalışma yükümlülüğünün azalmasıyla sonuçlanmıştır.

Konuyla ilgili literatür incelendiğinde, ekonomik gelişmenin bazı toplumlarda çalışma süresini arttırırken bazı toplumlarda ise boş zaman tercihlerini arttırdığı görülmektedir. ABD’de gelir düzeyindeki artış daha fazla çalışmaya neden olurken, Avrupa’da ise çalışma süresinin azalmasına, boş zaman tercihinin artmasına yol açmaktadır. Çalışmada kullanılan ülke grubu incelendiğinde, ülkelerin çoğunluğunun Avrupa Birliği üyesi ülkeler olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, analizde kullanılan her üç ekonomik değişken açısından da, analize dahil olan ülkelerde gelir etkisinin varlığı, gelir düzeyi arttıkça Avrupa’da çalışma sürelerinin azalması şeklindeki literatürü desteklemektedir.

Toplumun kurumsal yapısının bir parçası olarak kültür ve dini inançların da, boş zaman tercihlerini etkileyen faktörler arasında olduğu, konuyla ilgili literatürde yer bulmaktadır. Kurumsal faktörlerin çalışma saatleri üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla çalışmada kullanılan *toplu sözleşme olanaklarının yüksekliği, işe alma ve asgari ücret, işe alma ve işten çıkarma* gibi değişkenlerin çalışma saatleri üzerindeki etkisi, emek piyasasına ait düzenlemelerin işgücü arzı ve çalışma isteğini etkileyerek, çalışma sürelerinin artması veya azalmasında rol oynadığını ortaya koymuştur.

Kaynakça

- Alesina, A., Glaeser, E. & Sacerdote, B. (2006). *Work and Leisure in the United States and Europe: Why So Different?*. (20), <http://www.nber.org/books/gert06-1> . (Erişim Tarihi: 31.12.2018).
- Aytaç, Ö. (2005). Kapitalizm ve Boş Zaman. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 1-22.
- Aytaç, Ö., (2002). Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 231-260. <http://web.firat.edu.tr/sosyalbil/dergi/arsiv/cilt12/say1/231-260.pdf>, (Erişim Tarihi: 31.12.2018).
- Case, K.E., Fair, R.C. & Oster, S.M. (2012). *Principles of Economics* (9th Ed.). Ertuğrul Deliktaş, Metin Karadağ ve Mehmet Güçlü (Çev. Ed.) Ankara: Palme.
- Conway, K.S. (1997). Labor Supply, Taxes, and Government Spending: A Microeconomic Analysis. *The Review of Economics and Statistics*, 79(1), 50-67.
- Dokko, J.K. (2007). The Effect of Taxation on Lifecycle Labor Supply: Results from a Quasi-Experiment. <https://www.federalreserve.gov/pubs/feds/2008/200824/200824pap.pdf>, (Erişim Tarihi: 03.07.2018).
- Fellner, A. (2008). Role of Culture in Economic Development: Case Study of China and Latin America. Theses and Dissertations Paper 236. University of South Florida Scholar Commons @USF, <http://scholarcommons.usf.edu/etd/236>, (Erişim Tarihi: 31.12.2018).
- Gratton, C. & Taylor, P. (2004). *The Economics of Work and Leisure*. John T. Haworth & A.J. Veal (Ed.), *Work and Leisure* içinde (s. 85-106). Routledge Taylor Francis Group.
- Greif, A., (2006). *Institutions and the Path to the Modern Economy*. USA: Cambridge University Press.

- Hibbins, R., (1996). Global Leisure. *Social Alternatives*, (15)1. <http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=8f77d1f6-9cd0-4689-87f3-9d94c36944fd%40sessionmgr101>. (Erişim Tarihi: 31.12.2018).
- Huberman, M. (2004). Working Hours of the World Unite? New International Evidence of Worktime, 1870-1913, *The Journal of Economic History*, 64(4), 964-1001
- Juniu, S. (2000). Downshifting: Regaining the Essence of Leisure. *Journal of Leisure Research*, 32(1). <https://search.proquest.com/docview/201180881/fulltextPDF/DFEEB015F9CE4626PQ/1?accountid=16595>, (Erişim Tarihi: 31.12.2018).
- Kleven, H.J. & Kreiner, C.T. (2005). Labor Supply Behavior and the Design of Tax and Transfer Policy. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.587.299&rep=rep1&type=pdf>, (Erişim Tarihi: 03.07.2018).
- Kotler, P., Jatusrıpak, S. & Maesincee, S. (2005). Ulusların Pazarlanması-Ulusal Refahı Oluşturmada Stratejik Bir Yaklaşım. (2.Baskı), Ahmet Buğdaycı (Çev.), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür.
- Kozaryn, A. O. (2011). Europeans Work to Live and Americans Live to Work (Who is Happy to Work More: Americans or Europeans?), *J Happiness Stud Resarch Paper*, (12), 225-243. DOI 10.1007/s10902-010-9188-8
- Mackenzie, G.A, Gerson, P.R. & Orsmond, D.W.H. (1997). The Composition of Fiscal Adjustment and Growth. *IMF Occasional Paper*, No:149.
- Meghir, C. & Phillips, D. (2008). Labour Supply and Taxes. Institute for Fiscal Studies, University College London and IZA Discussion Paper No. 3405, 1-56.
- Michelacci, C. & Pijioan-Mas, J. (2007). Why Do Americans Work More than Europeans? Differences in Career Prospects. *CEPR Policy Insight*, (12).
- Mocan, N. & Pogorelova, L. (2015). Why Work More? The Impact of Taxes and Culture of Leisure on Labor Supply in Europe, Discussion Paper No. 9281Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit Institute for the Study of Labor.
- Monostori, J., (2009). Work, Leisure, Time Allocation, Tárkı European Social Report. http://old.tarki.hu/en/research/european_social_report/monostory_eng_2009.pdf, (Erişim Tarihi: 31.12.2018).
- Nickell, S. (2004). Employment and Taxes. CEP Discussion Paper No 634. <https://www.nuffield.ox.ac.uk/users/nickell/papers/EmploymentAndTaxes.pdf>, 03.07.2018.

- Olovsson, C., (2009). Why Do Europeans Work so Little?. *International Economic Review*, 50(1), 39-61. <http://www.jstor.org/stable/20486853>, (Erişim Tarihi: 31.12.2018).
- Prescott (2004), Why do Americans Work so Much More than Europeans?, *Federal Reserve Bank of Minneapolis Quarterly Review*, 28(1), 2–13.
- Rodríguez, S.P. (2016). The Dynamic Effect of Public Expenditure Shocks in the United States. Documentos de Trabajo No.1628, <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesSeridas/DocumentosTrabajo/16/Fich/dt1628e.pdf>, (Erişim Tarihi: 03.07.2018).
- Rogerson, R. (2007). Taxation and Market Work: is Scandinavia an Outlier?. NBERworking paper 12890. <http://www.nber.org/papers/w12890.pdf>, (Erişim Tarihi: 03.07.2018).
- Shermana, A. & Shavit, T. (2013). The Immaterial Sustenance of Work and Leisure: A New Look at the Work–Leisure Model. *The Journal of Socio-Economics*, 46, 10–16.
- Singh, J., (2016). Individual's Choice between Income and Leisure. <http://www.economicdiscussion.net/income/individuals-choice-between-income-and-leisure-explained-with-diagram/1196>. (Erişim Tarihi: 31.12.2018).
- Smelder, N.J. & Swedberg, R. (2001). *The Sociology of Leisure*. New Jersey: Princeton University Press.
- Veal, A.J., (2016). Leisure, Income Inequality and the Veblen Effect: Cross-National Analysis of Leisure Time and Sport and Cultural Activity. *Routledge Taylor & Francis*, 35 (2), 215-240. <http://dx.doi.org/10.1080/02614367.2015.1036104>, (Erişim Tarihi: 31.12.2018).
- Wheatley, D. Hardill, I. & Philp, B., (2011). Managing' Reductions in Working Hours: A Study of Work-time and Leisure Preferences in UK Industry. *Review of Political Economy*, (23)3, 409–420. Doi: 10.1080/09538259.2011.583832
- Williamson, S.D. (2002). *Macroeconomics*. Boston: Pearson
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2013). *Panel Veri Ekonometrisi*, İstanbul: Beta.
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2017). *Panel Zaman Serileri Analizi*, İstanbul: Beta.
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2018). *İleri Panel Veri Analizi*, İstanbul: Beta.



Türkiye’de Mahalli İdareler Seçimleri Oy Oranlarının Tahmin Edilmesine Yönelik Bir Model Önerisi

A Model Proposal for the Prediction of Local Authorities Elections Vote Rates in Turkey

**Dr. Öğr. Üyesi Ali Yıldırım¹ - Dr. Öğr. Üyesi Kürşad Emrah Yıldırım²
Arş. Gör. Sami Özcan³**

Başvuru Tarihi: 17.10.2018

Kabul Tarihi: 10.04.2019

Öz

Türkiye’de hükümeti temsil edenler ile mahalli idareleri temsil edenlerin aynı siyasi partilerden olması, hizmetin merkezden yerele doğru daha rahat ulaşacağı kanısını taşımaktadır. Bu nedenle milletvekilliği genel seçimlerinin mahalli idareler seçimlerini etkilediği düşünülmektedir. Çalışmada, 1980 sonrasında yapılan milletvekilliği genel seçimlerinin yapıldığı dönemde partilerin aldıkları oy oranlarının bir sonraki mahalli idareler seçimlerinde aynı partilerin aldıkları oy oranları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranları bağımsız, mahalli idareler seçimlerinde alınan oy oranları bağımlı değişkenler olmak üzere regresyon analizi uygulanmıştır. Sonuç olarak milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranlarının %70’in üzerinde mahalli idareler seçimlerinde alınan oy oranlarını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Mahalli İdareler Seçimleri, Milletvekilliği Genel Seçimleri, Yerel Seçimler, Regresyon Modeli

Abstract

There exists a common belief in Turkey on more efficient transition of public services from headquarters to local authorities when the representatives of both government and local authorities are the members of the same political party. Therefore, there is an ongoing debate on the impact of general parliamentary election results on local authorities election results. This study explores the impact of parliamentary election vote rates of political parties on their following local authorities election vote rates in Turkey after 1980. For this purpose, a regression analysis is

¹ Ardahan Üniversitesi İİBF, aliyildirim@ardahan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1400-8121

² Anadolu Üniversitesi İİBF, keyildirim@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7824-4916

³ Ardahan Üniversitesi İİBF, samiozcan@ardahan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7654-7614

performed by considering parliamentary and local authorities election vote rates as independent and dependent variables, respectively. Results reveal that parliamentary election vote rates have a more than 70% impact on local authorities election vote rates in Turkey.

Keywords: *Local Authorities Elections, Parliamentary Elections, Local Elections, Regression Model*

Giriş

Seçimler, vatandaşların yönetime katılımları ile ülkenin yönetim kadrosunun oluşmasında topyekûn milli iradenin belirlenmesini sağlayan ve özgür bir şekilde iradelerinin ortaya konulmasını amaçlayan bir araçtır. Ülkenin iradesini yansıtan seçim sonuçları, içinde bulunulan ekonomik, sosyal ve siyasal bir takım durumlara göre değişiklik gösterebilmektedir. Bununla birlikte herhangi bir zamanda gerçekleştirilen bir seçim, kendinden bir önceki seçim sonuçlarından etkilenebilmekte veya sonraki bir seçimi etkileyebilmektedir. Dolayısıyla bir döngü olarak değerlendirildiğinde kendinden önceki veya sonraki seçimlerin sonuçlarını ekonomik, sosyal ya da siyasal herhangi bir kırılma söz konusu olmadığında oransal olarak kısmen belirleyebilmektedir. Seçim sonuçlarında yaşanan değişimi belirleyen önemli bir unsur ise seçmen davranışlarıdır. Seçmen davranışını etkileyen faktörleri inceleyen çalışmalar sonucunda seçmen davranışını etkilediği düşünülen çeşitli modeller geliştirilmiştir.

Ülkemizin yönetsel yapısı incelendiğinde 1982 Anayasası'nda yer aldığı üzere hem merkezden hem de yerinden yönetim olmak üzere iki türlü yönetim anlayışının sergilendiği görülmektedir. Bu çerçevede ülkemizde bir taraftan coğrafi yerinden yönetim, yerel yönetimler ya da mahalli idareler olarak isimlendirilen ve kanunda karar organları seçmenler tarafından oluşturulacağı ifade edilen organların seçimleri yapılmakta bir taraftan da merkezi hükümetin oluşumu için parlamentonun oluşmasını ve dolaylı olarak hükümetin belirlenmesini sağlayan milletvekilliği genel seçimleri yapılmaktadır. Bu seçimlerin yanı sıra 2007 yılında yapılan değişiklik ile halkın cumhurbaşkanını doğrudan seçmesine ilişkin düzenleme yapılmış ve 2017 yılında yapılan referandum ile ilk defa 2018 milletvekilliği genel seçimleri ile birlikte uygulanmaya başlayan cumhurbaşkanlığı hükümet sistemi getirilmiştir. Bu sistem ile hem cumhurbaşkanı seçimi hem de milletvekili seçimlerinin aynı anda yapılması sağlanmıştır. Demokrasi temelinde yönetim sergileyen ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de seçimler yapılmadan önce seçim sonuçlarını tahmin etme konusunda farklı kesimlerin çeşitli tahminlerde bulunduğu görülmektedir. Bununla birlikte araştırma şirketleri gerçekleştirdikleri anketlere ilişkin analizlerle seçim sonuçlarının olası tahminleri üzerinde fikir yürütmektedirler.

Milletvekilliği genel seçimleri ile mahalli idareler seçimlerine ilişkin tahminler yapılırken genellikle milletvekilliği genel seçim sonuçlarının mahalli idareler seçim sonuçlarını etkilediği düşüncesi ön plana çıkmaktadır. Çalışmada seçmen davranışını etkileyen modellerden ve bu genellemeden yola çıkılarak 1980 sonrası milletvekilliği genel seçim sonuçlarının mahalli idareler seçim sonuçları üzerindeki etkisi analiz edilmiş ve milletvekilliği genel seçim

sonuçlarından sonraki mahalli idareler seçim sonuçlarına yönelik tahminde bulunabilmek için bir model önerisi sunulmuştur. Özellikle 2019 yılında gerçekleştirilecek olan mahalli idareler seçimi öncesi böyle bir çalışmanın, partilere yarar sağlayacağı düşünülmektedir.

Seçim ve Seçmen Davranışı

Seçim kavramı ile ilgili var olan tanımların farklı bakış açıları ile yapıldığı görülmektedir. Genel anlamda seçim, bireylerin kendilerine sunulan seçenekler arasından hür ve özgür iradeleri ile yapacakları tercihler olarak tanımlanmaktadır (Akgün, 2007, s. 5). Siyaset bilimi açısından bakıldığında seçim kavramı, kamuya ait bir görevi yürütmek üzere bir kişi veya kurulun, seçmenler tarafından bu görevi yürütmek üzere adaylar arasından tercih yapmasıdır. Yönetilenler tarafından yönetenlerin belirlenip yetkilendirildiği faaliyettir (Türk, 2006, s. 76). Devlete ait siyasetin halk tarafından belirlenmesi anlamına gelen demokrasinin (Bilir, 2001, s. 5) gereği olan seçimler, siyasi iktidarın sağlanması ve elde tutulmasını sağlayan ve yöneticilere meşruluk kuvveti veren önemli bir kavramdır (Kapani, 1988, s. 84-85). Seçimlerin, yönetme yeteneğine sahip kişilerin belirlenmesi, seçmenlerin görüşlerini yansıtan bir parlamentonun oluşturulması, seçmenlerin çoğunluğunun iradesini yansıtan bir hükümetin var olması ve bu hükümetin güçlü ve istikrarlı bir şekilde faaliyetlerini yürütebilmesi gibi önemli işlevlere sahiptir (Lakeman ve Lambert, 1962, s. 24).

Seçim sisteminin işleyişinde en önemli aktörlerden olan seçmen, karar verme yetkisini seçim sürecinin bir diğer aktörü olan temsilcilere seçimler aracılığıyla devreden kişidir. Seçim sürecinde seçmenlerin sergilediği en önemli davranış sandığa gitme ve oy kullanma kararıdır. Oy verme aşamasına gelen bir seçmen siyasal olayları izler, bu olaylar sonucunda bir tavır ortaya koyar ve bu olaylara dahil olmaya karar verir (Lester, 1965, s. 16). Karar verme sürecinde seçmenler çeşitli faktörlerin etkisinde kalmaktadır. Bu faktörler incelenirken yapılan araştırmalar seçmen davranışını etkileyen üç önemli modeli ortaya çıkarmıştır. Seçmen davranışı ile ilgili çalışmaların incelendiği modeller şunlardır (Kalender, 2005, s. 39);

- Sosyolojik Yaklaşım
- Psikolojik Yaklaşım
- Rasyonel Tercih Yaklaşımı

Belirlenen bu modeller arasında kopukluk yoktur ve modeller birbirlerini dışlayıcı değildir. Aksine modellerin birbirini tamamladığı söylenebilir (Özcan, 1998, s. 195).

Sosyolojik Yaklaşım

Seçmen davranışını sosyolojik açıdan ele alan yaklaşım, davranışların belirlenmesinde seçmenlerin ait oldukları sosyal gruba benzer davranış sergilediklerini ve bu grubun çıkarları doğrultusunda hareket ettiklerini savunur. Seçmen davranışı üzerindeki belirleyicilerin toplumsal bölünmeler olduğu ve bu bölünmeleri inançlar, cinsiyet, sınıf gibi unsurların oluşturduğu söylenebilir (Heywood, 2007, s. 311). Sosyolojik yaklaşıma göre birey önemli değildir. Önemli olan grup veya partidir. Seçmen bireysel tercih yapamaz ve grubun hareket ettiği gibi hareket eder (Özkan, 2004, s. 111). Yaklaşıma göre bir arada yaşayan kişilerin, bir takım karakteristik özelliklere sahip kişilerin, aynı sosyal statüye sahip olan, aynı dini etkinliklerde bulunan kişilerin sergileyecekleri seçmen davranışları benzerlik gösterecektir. Bu

gruplardan bir diğeri ise aile olarak kabul edilmektedir (Çinko, 2006, s. 109). Sosyolojik yaklaşımda davranış belirlerken seçmenin, düşünmesine gerek kalmadığına kanaat getirdiği ve mensup olduğu gruptan farklı düşünmenin yanlış olacağına inandığı görülmektedir (Barut, 2005, s. 315). Columbia Ekolü olarak da bilinen yaklaşım, seçmen davranışının genetik özellikler gibi nesilden nesile taşındığını, uzun yıllar devam ettiğini ve bağımlılığa sebep olduğunu savunur. Dolayısıyla bu seçmenlerin oy tercihleri rasyonel bir düşünceden çok geleneklere duyulan inancın bir sonucu olmaktadır (Berelson vd., 1954, s. 304). Modelin, uzun vadede seçmen davranışının değişmemesini açıklayabiliyorken kısa vadede aynı seçmen davranışında yaşanan değişimi açıklayamaması eleştirilmesine sebep olmuştur (Ünal, 2016, s. 100).

Psikolojik Yaklaşım

Sosyolojik yaklaşıma eleştiri olarak ortaya çıkan ve onu tamamlama gayreti içerisinde olan ve Michigan Ekolü olarak da bilinen bu yaklaşım seçmenlerin sosyolojik olduğu kadar psikolojik olarak bir partiye bağlı olduğunu savunmaktadır (Erdoğan, 2004, s. 111). Seçmenler daha ergenliğe ulaşmadan bir siyasi düşünceye ve partiye ilgi duymaya başlar ve bu onun ilerleyen yıllarındaki seçim tercihlerine etki eder. Hatta yaşamlarının belli dönemlerinde bir takım olumsuz nedenler ile bu siyasi görüş ve partiden uzaklaşsa bile sonraki yıllarda tekrar aynı görüş ve partiye geri dönmektedir (Akgün, 2007, s. 26). Seçmenin partiye ve siyasi görüşe olan bağlılığı bir takım ikna edici ve makul gerekçeler sayesinde değiştirilebilir (Ladd, 2006, s. 4). Sosyolojik yaklaşımdan farklı olarak bu yaklaşımda seçmenin geleneklere inanç yerine daha akılcı davrandığı ve körü körüne bir bağlılık içerisinde olmadığı görülmektedir. Ancak seçmenin sadece geçici olarak davranışı değişmekte siyasi görüş ve partisine olan bağlılığı devam etmektedir.

Kişide siyasi görüş veya partiye bir aidiyet duygusu oluşturan bu yaklaşım ahlaki söylemler yerine davranış ile alakalı kuralları ortaya çıkarmış ve sosyolojik yorumları kabul etmemiştir (Pomper, 1992, s. 147). Temelinde değerler ve kişisel özellikleri barındıran psikolojik modelde seçmenler, sosyolojik yaklaşımda olduğu gibi sadece çevresinden ve iç etmenlerden etkilenmezler ve dış etmenlerin etkisini dikkate alarak bunları yorumlarlar. Bu yorumlamayı yaparken seçmeni bilinçaltı ve içgüdüleri etkilemektedir. Bu nedenle seçmen akli ve duyguları arasında kalarak tam anlamı ile rasyonel bir tercih yapamayabilir (Gülmen, 1979, s. 41). Bu model benzer siyasi görüşü sürdüren birden fazla parti olması durumunda geçerliliğini kaybetmektedir. Aynı siyasi görüşü savunan birden fazla parti olması durumunda seçmen davranışının psikolojik yaklaşımdan uzaklaşarak faydacı bir yaklaşıma doğru yönlendiği görülmektedir (Ünal, 2016, s. 103).

Rasyonel Tercih Yaklaşımı

Temeli, seçmenlerin oy kullanırken kendi çıkarlarına göre hareket etmesi olan bu yaklaşımda seçmen kendisine en fazla hizmeti getireceğini düşündüğü siyasi görüş veya partiyi tercih etmektedir. Diğer yaklaşımlardan daha fazla akılcı olan bu yaklaşımda duygusallık arka planda yer almakta ve seçmen çevresinden neredeyse hiç etkilenmediği savunulmaktadır (Özer ve

Meder, 2008, s. 33). Bu modelde seçmenlerin değerlendirdiği başlıca hususlar şöyle sıralanabilir (Altıntaş, 2010, s. 28-29);

- Seçmenler, kendilerine sunulacak hizmetleri hem mevcut hükümet hem de muhalefet açısından değerlendirir ve karşılaştırır. Belirlediği farka göre tutum geliştirir.
- Çok partili seçim sistemlerinde diğer seçmen davranışlarını inceler ve bu davranışları da tutum belirlemede kullanır.
- Seçmenin görüşünü taşıyan partilerden birisinin iktidarda diğerinin muhalefette olması sebebiyle seçmen karar vermede zorlanıyorsa karar verirken önceliğini iktidar partisinden yana kullanır ve iktidar partisinin icraatlarını öncekiler ile karşılaştırarak karar verir.

Rasyonel tercih teorisinde seçmenler için temel nokta ideolojiler değildir. Seçmenin esas kabul ettiği unsur somut göstergelerdir (Downs, 1957, s. 98). Örneğin, bir seçmen desteklediği partinin kazanacağı düşündüğünde oyunu partisinden yana kullanacaktır. Ancak tersi bir durumda istemedikleri ve seçimi kazanacaklarını düşündüğü partinin kazanmamasını sağlayacak bir partiye oy vereceklerdir (Nergiz ve Akyıldız, 2012, s. 182). Rasyonel tercih modelinin temelinde ekonomik model ve stratejik model olmak üzere iki modelin olduğu ve rasyonel tercih modelinin bu iki modelin birleşimi olduğu düşünülmektedir. Verilen örnek seçmenin stratejik oy verme davranışını temsil etmektedir (Ünal, 2016, s. 111).

Özellikle mahalli idareler seçimlerinde seçmenlerin daha faydacı bir davranış sergileyerek, iktidar partisi temsilcilerini seçmeleri rasyonel tercih modelinin seçimlere yansımaya bir örnek teşkil etmektedir. Bu nedenle çalışmanın çıkış noktası olarak kabul edilen ve genel bir kanı olan mahalli idare temsilcileri ile hükümet temsilcilerinin aynı siyasi partiden olmasının kamu hizmetlerinin sunumunu hızlandıracağı düşüncesi seçmen davranış modellerinden rasyonel tercih modeli ile açıklanabileceği için bu çalışmada milletvekilliği genel seçim sonuçlarının mahalli idareler seçim sonuçlarına etkisi bu model bağlamında incelenmiştir.

Türkiye’de Gerçekleştirilen Seçimlerin İncelenmesi

Tek partili dönemin sona ermesi ile birlikte ilk kez 1946 yılında çok partili seçim gerçekleştiren Türkiye bu tarihten sonra düzenli olarak seçimler gerçekleştirmiştir. Çalışma kapsamında ele alınan milletvekilliği genel seçimlerine ait genel bilgiler Tablo 1’de, mahalli idareler seçimlerine ilişkin genel bilgiler ise Tablo 2’de kısaca sunulmuştur.

Tablo 1. 1987 ile 2011 Arasında Yapılan Milletvekilliği Genel Seçimlerine İlişkin Genel Bilgiler

Tarih	Kayıtlı seçmen sayısı	Oy kullanan seçmen sayısı	Katılım oranı (%)	Toplam geçerli oy sayısı ⁴
29 Kasım 1987	26.376.926	24.603.541	93,3	23.971.629
20 Ekim 1991	29.979.123	25.157.089	83,9	24.416.666
24 Aralık 1995	34.155.981	29.101.469	85,2	28.126.993
3 Kasım 2002	41.407.027	32.768.161	79,1	31.528.783
22 Temmuz 2007	42.799.303	36.056.293	84,2	35.049.691
12 Haziran 2011	52.806.322	43.914.948	83,2	42.941.763

Kaynak: www.tuik.gov.tr

Tablo 1 incelendiğinde en yüksek katılım oranı %93,3 ile 29 Kasım 1987 milletvekilliği genel seçiminde gerçekleşmiştir. Bu seçimi %85,2'lik katılım oranı ile 24 Aralık 1995 seçimleri, %84,2'lik katılım oranı ile 22 Temmuz 2007 seçimleri, %83,9'luk katılım oranı ile 20 Ekim 1991 seçimleri ve %83,2'lik katılım oranı ile 12 Haziran 2011 seçimleri takip etmektedir. En az katılım ise %79,1 oranı ile 3 Kasım 2002 milletvekilliği genel seçimlerine olmuştur.

⁴ Geçerli Oy Sayısı + Yurt Dışı/Gümrük Kapıları Geçerli Oy Sayısı

Tablo 2. 1989 ile 2014 Arasında Yapılan Mahalli İdareler Seçimlerine İlişkin Genel Bilgiler

Seçim	Tarih	Kayıtlı seçmen sayısı	Oy kullanan seçmen sayısı	Katılım oranı (%)	Geçerli oy sayısı
Belediye Başkanlığı	26 Mart 1989	18.090.657	14.107.146	78	13.432.841
	27 Mart 1994	23.366.089	21.142.499	90,5	19.897.335
	18 Nisan 1999	28.889.819	24.601.491	85,2	23.372.675
	28 Mart 2004	34.213.138	25.066.859	73,3	24.074.027
	29 Mart 2009	39.809.274	33.510.343	84,2	32.299.515
	6 Mayıs 2014	48.905.743	43.609.960	89,2	41.766.549
Büyükşehir Belediye Başkanlığı	26 Mart 1989	7.450.605	5.398.806	72,5	5.144.576
	27 Mart 1994	10.904.360	9.739.574	89,3	9.143.354
	18 Nisan 1999	13.027.329	10.953.108	84,1	10.432.858
	28 Mart 2004	15.426.031	10.891.703	70,6	10.468.870
	29 Mart 2009	22.677.450	18.861.493	83,2	18.183.894
	6 Mayıs 2014	40.727.194	36.440.968	89,5	34.913.716
İl Genel Meclisi	26 Mart 1989	28.077.317	22.877.723	81,5	22.147.749
	27 Mart 1994	31.960.555	29.456.498	92,2	28.208.036
	18 Nisan 1999	37.429.120	32.503.578	86,9	31.468.511
	28 Mart 2004	43.552.931	33.211.457	76,3	32.268.496
	29 Mart 2009	48.049.446	40.932.260	85,2	39.988.763
	6 Mayıs 2014	11.991.225	10.619.055	88,6	10.240.022
Belediye Meclisi	26 Mart 1989	18.090.657	14.107.146	78,0	13.237.086
	27 Mart 1994	23.366.089	21.102.428	90,3	19.734.355
	18 Nisan 1999	28.889.819	24.527.241	84,9	23.164.822
	28 Mart 2004	34.213.138	25.067.950	73,3	23.893.656
	29 Mart 2009	39.809.272	33.461.620	84,1	32.086.214
	6 Mayıs 2014	48.905.721	43.593.617	89,1	41.575.471

Kaynak: www.tuik.gov.tr

Katılım oranları incelendiğinde 26 Mart 1989 mahalli idareler seçimlerinden belediye başkanlığı seçimlerine katılım oranı %78, büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerine %72,5, il genel meclis üyeliği seçimlerine %81,5 ve belediye meclis üyeliği seçimlerine ise %78 olarak gerçekleşmiştir. 27 Mart 1994 mahalli idareler seçimlerinden belediye başkanlığı seçimlerine katılım oranı %90,5, büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerine %89,3, il genel meclis üyeliği seçimlerine %92,2 ve belediye meclis üyeliği seçimlerine ise %90,3 olarak gerçekleşmiştir. 18 Nisan 1999 mahalli idareler seçimlerinden belediye başkanlığı seçimlerine katılım oranı %85,2, büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerine %84,1, il genel meclis üyeliği seçimlerine %86,9 ve belediye meclis üyeliği seçimlerine ise %84,9 olarak gerçekleşmiştir. 28 Mart 2004 mahalli idareler seçimlerinden belediye başkanlığı seçimlerine katılım oranı %73,3, büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerine %70,6, il genel meclis üyeliği seçimlerine %76,3 ve belediye meclis üyeliği seçimlerine ise %73,3 olarak gerçekleşmiştir. 29 Mart 2009 mahalli idareler seçimlerinden belediye başkanlığı seçimlerine katılım oranı %84,2, büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerine %83,2, il genel meclis üyeliği seçimlerine %85,2 ve belediye meclis üyeliği seçimlerine ise %84,1 olarak gerçekleşmiştir. Son olarak 6 Mayıs 2014 mahalli idareler

seçimlerinden belediye başkanlığı seçimlerine katılım oranı %89,2, büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerine %89,5, il genel meclis üyeliği seçimlerine %88,6 ve belediye meclis üyeliği seçimlerine ise %89,1 olarak gerçekleşmiştir. Mahalli idareler seçimlerinden olan belediye başkanlığı seçimlerine en yüksek katılım %90,5 katılım oranı ile 27 Mart 1994 seçimleri olurken en düşük katılım %73,3 katılım oranı ile 28 Mart 2004 seçimlerinde gerçekleşmiştir. Büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerinde ise en yüksek katılım %89,5 katılım ile 6 Mayıs 2014 seçimleri olmuş ve buna karşın %72,5 katılım oranı ile 26 Mart 1989 seçimleri en az katılımın olduğu büyükşehir belediye başkanlığı seçimleri olmuştur. İl genel meclis üyeliği ve belediye meclis üyeliği seçimleri için katılım oranları incelendiğinde belediye başkanlığı seçimlerindeki gibi en yüksek katılım 27 Mart 1994 seçimlerinde, en düşük katılım ise 28 Mart 2004 seçimlerinde gerçekleşmiştir. Buna göre il genel meclis üyeliği seçimlerinde en yüksek katılım %92,2 ve en düşük katılım %76,3 olurken belediye meclis üyeliği seçimlerinde en yüksek katılım %90,3 ve en düşük katılım %73,3 olarak sonuçlanmıştır.

Tablo 3 ve Tablo 8 arasındaki tablolarda yer alan bilgiler milletvekilliği genel seçimleri ile ilgili mahalli idareler seçimlerinin her ikisine de katılan partileri ve bu partilerin almış oldukları oy oranlarını göstermektedir.

Tablo 3. 1987 Milletvekilliği Genel Seçimleri ile 1989 Yerel Seçimlerine Katılan Partiler ve Türkiye Geneli Aldıkları Oy Oranları

Partiler	29 Kasım 1987 Milletvekilliği Genel Seçimleri Alınan Oy Oranları (%)	26 Mart 1989 Yerel Seçimleri Alınan Oy Oranları (%)			
		Belediye Başkanlığı	Büyükşehir Belediye Başkanlığı	İl Genel Meclis Üyeliği	Belediye Meclis Üyeliği
Anavatan Partisi (ANAP)	36,3	23,7	23,6	21,8	23,5
Demokratik Sol Parti (DSP)	8,5	6,5	8,7	9,0	6,7
Doğru Yol Partisi (DYP)	19,1	23,5	17,9	25,1	23,7
Islahatçı Demokrasi Partisi (IDP)	0,8	0,5	0,4	1,0	0,5
Milliyetçi Çalışma Partisi (MÇP)	2,9	3,0	1,9	4,1	3,3
Refah Partisi (RP)	7,2	8,7	9,0	9,8	8,9
Sosyaldemokrat Halkçı Parti (SHP)	24,8	32,8	38,4	28,7	33,2
Bağımsızlar	0,4	1,3	0,1	0,5	0,2

Kaynak: www.tuik.gov.tr

29 Kasım 1987 milletvekilliği genel ve ardından yapılan 26 Mart 1989 mahalli idareler seçimlerinin her ikisine de ANAP, DSP, DYP, IDP, MÇP, RP ve SHP olmak üzere toplam 7 parti katılmıştır. Milletvekilliği genel seçimlerinde %36,3 oy oranı ile birinci parti ANAP olurken 26 Mart 1989 mahalli idareler seçimlerinin tümünde SHP birinci parti olarak seçimi tamamlamıştır.

Tablo 4. 1991 Milletvekili Genel Seçimleri ile 1994 Yerel Seçimlerine Katılan Partiler ve Türkiye Geneli Aldıkları Oy Oranları

Partiler	20 Ekim 1991 Milletvekili Genel Seçimleri Alınan Oy Oranları (%)	27 Mart 1994 Yerel Seçimleri Alınan Oy Oranları (%)			
		Belediye Başkanlığı	Büyükşehir Belediye Başkanlığı	İl Genel Meclis Üyeliği	Belediye Meclis Üyeliği
Anavatan Partisi (ANAP)	24,0	22,8	21,8	21,0	22,7
Demokratik Sol Parti (DSP)	10,8	7,9	11,2	8,8	8,4
Doğru Yol Partisi (DYP)	27,0	19,0	15,9	21,4	18,9
Refah Partisi (RP)	16,9	18,9	22,4	19,1	19,1
Sosyaldemokrat Halkçı Parti (SHP)	20,8	16,8	19,7	13,6	16,8
Bağımsızlar	0,1	0,8	0,1	0,3	0,1

Kaynak: www.tuik.gov.tr

20 Ekim 1991 milletvekili genel seçimlerine ve devamında yapılan 27 Mart 1994 mahalli idareler seçimlerine ANAP, DSP, DYP, RP ve SHP olmak üzere katılan toplam 5 parti olmuştur. 20 Ekim 1991 milletvekili genel seçimlerinde %27,0 oy oranı ile en yüksek oy oranına sahip parti DYP olmuştur. 27 Mart 1994 belediye başkanlığı, il genel meclis üyeliği ve belediye meclis üyeliği seçimlerinde ANAP birinci parti olurken büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerinde %22,4 oy oranı ile RP, ANAP'ın önünde yer almıştır.

Tablo 5. 1995 Milletvekili Genel Seçimleri ile 1999 Yerel Seçimlerine Katılan Partiler ve Türkiye Geneli Aldıkları Oy Oranları

Partiler	24 Aralık 1995 Milletvekili Genel Seçimleri Alınan Oy Oranları (%)	18 Nisan 1999 Yerel Seçimleri Alınan Oy Oranları (%)			
		Belediye Başkanlığı	Büyükşehir Belediye Başkanlığı	İl Genel Meclis Üyeliği	Belediye Meclis Üyeliği
Anavatan Partisi (ANAP)	19,6	17,4	16,9	15,1	17,1
Cumhuriyet Halk Partisi (CHP)	10,7	13,8	16,5	11,1	13,3
Demokratik Sol Parti (DSP)	16,6	15,2	19,3	18,7	16,2
Doğru Yol Partisi (DYP)	19,2	12,8	7,4	13,2	12,5
Halkın Demokrasi Partisi (HADEP)	4,2	3,4	3,8	3,5	3,5
İşçi Partisi (İP)	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1
Millet Partisi	0,5	0,1	0,1	0,3	0,1
Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)	8,2	15,2	10,3	17,1	15,7
Yeniden Doğuş Partisi (YDP)	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1
Bağımsızlar	0,5	0,6	0,1	0,2	0,1

Kaynak: www.tuik.gov.tr

24 Aralık 1995 milletvekilliği genel ve 18 Nisan 1999 mahalli idareler seçimlerinin ikisine de katılan toplam 9 parti olmuştur. Milletvekilliği genel seçimlerinde ANAP %19,6 oy oranı ile seçimi birinci sırada tamamlamıştır. 18 Nisan 1999 belediye başkanlığı seçimlerinde %17,4 oy oranıyla ve belediye meclis üyeliği seçimlerinde %17,1 oy oranı ANAP birinci parti olurken büyükşehir belediye başkanlığı seçiminde %19,3 oy oranı ve il genel meclis üyeliğinde de %18,7 oy oranı ile DSP seçimi önde bitirmiştir.

Tablo 6. 2002 Milletvekilliği Genel Seçimleri ile 2004 Yerel Seçimlerine Katılan Partiler ve Türkiye Geneli Aldıkları Oy Oranları

Partiler	3 Kasım 2002 Milletvekilliği Genel Seçimleri Alınan Oy Oranları (%)	28 Mart 2004 Yerel Seçimleri Alınan Oy Oranları (%)			
		Belediye Başkanlığı	Büyükşehir Belediye Başkanlığı	İl Genel Meclis Üyeliği	Belediye Meclis Üyeliği
Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP)	34,3	40,2	46,1	41,7	40,3
Anavatan Partisi (ANAP)	5,1	3,0	0,8	2,5	2,9
Büyük Birlik Partisi (BBP)	1,0	0,6	0,4	1,2	0,7
Bağımsız Türkiye Partisi (BTP)	0,5	0,3	0,3	0,5	0,3
Cumhuriyet Halk Partisi (CHP)	19,4	20,7	24,5	18,2	20,6
Demokratik Sol Parti (DSP)	1,2	1,9	2,3	2,1	2,0
Doğru Yol Partisi (DYP)	9,5	9,4	5,4	10,0	9,6
Genç Parti (GP)	7,2	2,4	3,0	2,6	2,5
İşçi Partisi (İP)	0,5	0,1	0,2	0,2	0,1
Liberal Demokrat Parti (LDP)	0,3	0,001641 ⁵	0 ⁶	0 ³	0,001636 ²
Millet Partisi	0,2	0,049809 ²	0,026995 ²	0,026995 ²	0,051156 ²
Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)	8,4	10,1	5,1	10,5	10,5
Özgürlük ve Dayanışma Partisi (ÖDP)	0,3	0,1	0 ³	0,038362 ²	0,1
Saadet Partisi (SP)	2,5	4,8	4,0	4,0	4,6
Türkiye Komünist Parti (TKP)	0,2	0,1	0,2	0,3	0,1
Yeni Türkiye Partisi (YTP)	1,2	0,2	0,1	0,2	0,2
Bağımsızlar	1,0	1,0	0,2	0,7	0,2

Kaynak: www.tuik.gov.tr

⁵ İlgili seçimde %0,1'in altında oy oranına sahip olmuştur. Almış olduğu oy sayısı çok az olduğu için TÜİK verilerinde oy oranı 0 olarak gösterilmiştir. Analizlerin daha sağlıklı olması için Geçerli Oy Sayısı / Alınan Oy Sayısı işlemi ile tekrar hesaplanmıştır.

⁶ İlgili seçime katılmamıştır.

3 Kasım 2002 milletvekilliği genel ve 28 Mart 2004 mahalli idareler seçimlerinin ikisine de katılan toplam 16 parti olmuştur. Milletvekilliği genel seçimlerinde AKP %34,3 oy oranıyla, 28 Mart 2004 belediye başkanlığı seçimlerinde %40,2 oy oranıyla, büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerinde %46,1 oy oranıyla, il genel meclis üyeliği seçimlerinde %41,7 oy oranıyla ve belediye meclis üyeliği seçimlerinde %40,3 oy oranıyla birinci parti olmuştur.

Tablo 7. 2007 Milletvekilliği Genel Seçimleri ile 2009 Yerel Seçimlerine Katılan Partiler ve Türkiye Geneli Aldıkları Oy Oranları

Partiler	22 Temmuz 2007 Milletvekilliği Genel Seçimleri Alınan Oy Oranları (%)	29 Mart 2009 Yerel Seçimleri Alınan Oy Oranları (%)			
		Belediye Başkanlığı	Büyükşehir Belediye Başkanlığı	İl Genel Meclis Üyeliği	Belediye Meclis Üyeliği
Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP)	46,6	38,6	42,2	38,4	38,2
Bağımsız Türkiye Partisi (BTP)	0,5	0,3	0,3	0,4	0,3
Cumhuriyet Halk Partisi (CHP)	20,9	24,7	32,4	23,1	24,8
Demokrat Parti (DP)	5,4	3,6	1,0	3,8	3,7
Emek Partisi (EMEP)	0,1	0,047363 ⁷	0,004405 ⁴	0,1	0,1
Halkın Yükselişi Partisi (HYP)	0,5	0,025363 ⁴	0,039463 ⁴	0,015497 ⁴	0,017347 ⁴
İşçi Partisi (İP)	0,4	0,002684 ⁴	0,002167 ⁴	0,3	0,007037 ⁴
Liberal Demokrat Parti (LDP)	0,1	0,026651 ⁴	0,046844 ⁴	0,005714 ⁴	0,007639 ⁴
Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)	14,3	16,5	12,4	16,0	16,6
Özgürlük ve Dayanışma Partisi (ÖDP)	0,2	0,1	0,005714 ⁴	0,2	0,1
Saadet Partisi (SP)	2,3	5,4	3,8	5,2	5,6
Türkiye Komünist Parti (TKP)	0,2	0,1	0,1	0,2	0,000106 ⁴
Bağımsızlar	5,2	0,7	0,3	0,4	0,1

Kaynak: www.tuik.gov.tr

⁷ İlgili seçimde %0,1'in altında oy oranına sahip olmuştur. Almış olduğu oy sayısı çok az olduğu için TÜİK verilerinde oy oranı 0 olarak gösterilmiştir. Analizlerin daha sağlıklı olması için Geçerli Oy Sayısı / Alınan Oy Sayısı işlemi ile tekrar hesaplanmıştır.

22 Temmuz 2007 milletvekiliği genel seçimlerinde AKP %46,6 oy oranı ile birinci parti olmuştur. Milletvekiliği genel seçimlerinde olduğu gibi 29 Mart 2009 belediye başkanlığı seçimlerinde %38,6 oy oranıyla, büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerinde %42,2 oy oranıyla, il genel meclis üyeliği seçimlerinde %38,4 oy oranıyla ve belediye meclis üyeliği seçimlerinde ise %38,2 oy oranıyla AKP seçimi önde tamamlamıştır.

Tablo 8. 2011 Milletvekiliği Genel Seçimleri ile 2014 Yerel Seçimlerine Katılan Partiler ve Türkiye Geneli Aldıkları Oy Oranları

Partiler	12 Haziran 2011 Milletvekiliği Genel Seçimleri Alınan Oy Oranları (%)	6 Mayıs 2014 Yerel Seçimleri Alınan Oy Oranları (%)			
		Belediye Başkanlığı	Büyükşehir Belediye Başkanlığı	İl Genel Meclis Üyeliği	Belediye Meclis Üyeliği
Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP)	49,8	43,1	45,5	45,4	42,9
Büyük Birlik Partisi (BBP)	0,8	1,4	0,7	2,3	1,5
Cumhuriyet Halk Partisi (CHP)	26,0	26,4	31,0	16,8	26,3
Demokrat Parti (DP)	0,7	0,7	0,2	1,0	0,7
Demokratik Sol Parti (DSP)	0,3	0,4	0,1	0,3	0,3
Doğru Yol Partisi (DYP)	0,2	0,027376 ⁸	0,085144 ⁵	0,036435 ⁵	0,026528 ⁵
Emek Partisi (EMEP)	0,1	0,001089 ⁵	0 ⁹	0 ⁶	0,00118 ⁵
Hak ve Eşitlik Partisi (HEPAR)	0,3	0,042151 ⁵	0,115851 ⁵	0,026543 ⁵	0,08208 ⁵
Liberal Demokrat Parti (LDP)	0,035448 ⁵	0,035236 ⁵	0,020828 ⁵	0,100137 ⁵	0,021941 ⁵
Millet Partisi	0,1	0,04456 ⁵	0,057745 ⁵	0,039814 ⁵	0,036243 ⁵
Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)	13,0	17,7	13,6	20,6	17,8
Saadet Partisi (SP)	1,3	2,8	1,7	3,3	2,8
Türkiye Komünist Parti (TKP)	0,1	0,018862 ⁵	0,032609 ⁵	0,075576 ⁵	0,145203 ⁵
Bağımsızlar	6,6	0,2	0,6	0,4	0,1

Kaynak: www.tuik.gov.tr

⁸ İlgili seçimde %0,1'in altında oy oranına sahip olmuştur. Almış olduğu oy sayısı çok az olduğu için TÜİK verilerinde oy oranı 0 olarak gösterilmiştir.

Analizlerin daha sağlıklı olması için Geçerli Oy Sayısı / Alınan Oy Sayısı işlemi ile tekrar hesaplanmıştır.

⁹ İlgili seçime katılmamıştır.

12 Haziran 2011 milletvekiliği genel seçimlerinde son iki milletvekiliği genel seçiminde olduğu gibi AKP %49,8 oy oranı ile seçimi ilk sırada tamamlamıştır. 6 Mayıs 2014 mahalli idareler seçimlerinde sırasıyla %43,1 ; %45,5; il genel meclis üyeliği seçimlerinde %45,4 ve belediye meclis üyeliği seçimlerinde %42,9 oy oranları ile AKP birinci olmuştur.

Metodoloji

Literatürde, Türkiye’de genel seçimlerin yerel seçimler üzerindeki etkisini araştıran çalışmalara çok fazla rastlanmamıştır. Bu konuda yapılan çalışmalara bakıldığında Altan’ın yaptığı “Genel Seçimler-Yerel Seçimler İlişkisi (1983-2004)” isimli çalışmasında araştırmacı, iktidardaki partilerin ülke yönetiminin tamamında söz sahibi olma arzusu olduğunu ve bunu halka yakın olan birimlerde özellikle elde etmeye çalıştığını vurgulamakta bu sebeple yerel seçimlerin öneminin arttığını savunmaktadır. Bunun bir sonucu olarak yerel seçimler ile genel seçimlerin ilişkilendirildiğini belirten araştırmacı yaptığı değerlendirmelerde, Türkiye’de yerel seçimlerde iktidar partilerinin ellerindeki gücü kullanarak daha başarılı oldukları kanısının var olduğunu söylemiştir. Araştırma sonuçlarında ise, iktidar partisi olmanın her zaman yerel seçim sonuçlarına olumlu etkisi olmadığı, hatta bu durumun bazı zamanlarda olumsuz sonuçlar doğurduğu bir istisna olarak belirtilmiştir. Siyasal kurumsallaşmanın henüz sağlanamaması sebebi ile parti politikalarında değişimin fazla olduğu, yönetimde istikrarın sağlanmadığı, bu durumun yerel seçimlere de yansıdığı savunulmuştur (Altan, 2005, s. 188-189). Kamalak (2013) tarafından yapılan, yerel seçimlerin ulusal seçimlerin gölgesinde yapıldığı, iktidar partisi olmanın belediye başkanlığı seçimlerinde bir avantaj olarak kabul edildiği ve belediye seçimlerinde başkan adaylarının belli bir oranda etkisi olduğu varsayımlarını sorgulayan araştırmada ise ulusal seçim sonuçlarının yerel seçim sonuçları üzerinde bir etkisinin var olduğu ancak bu etkinin seçmen sayısı azaldıkça yani seçim bölgesi küçüldükçe azaldığı belirlenmiştir. Araştırmaya göre seçim bölgesi büyük olan yerel seçimlerde seçmen davranışı rasyonel tercih modeline uygunken, seçim bölgesi küçüldükçe seçmen davranışının sosyolojik modele göre şekillendiği görülmektedir.

Çalışmanın Amacı

Çalışmanın amacı, rasyonel tercih modeli bağlamında milletvekiliği genel seçimlerinde partilerin almış oldukları oy oranının ilgili milletvekiliği genel seçimi sonrasında yapılan mahalli idareler seçimlerinde alınan oy oranları üzerindeki etkisinin araştırılmasıdır. Bu amaç doğrultusunda 24 Haziran 2018 tarihinde yapılan milletvekiliği genel seçim sonuçlarına göre Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM)’nde sandalye hakkı kazanan partilerin almış oldukları Türkiye geneli oy oranlarına göre 31 Mart 2019 tarihinde yapılacak olan mahalli idareler seçimlerinde alabilecekleri oy oranları tahmini gerçekleştirilmiştir.

Veri Seti ve Kullanılan Analiz Yöntemi

Çalışmada benimsenen amaç doğrultusunda Türkiye de 1980 sonrası yapılan 1983, 1987, 1991, 1995, 2002, 2007 ve 2011 milletvekiliği genel seçimlerinde alınan oy oranları ile 1984, 1989, 1994, 1999, 2004, 2009 ve 2014 mahalli idareler seçimlerinde alınan oy oranları ele alınmıştır. Herhangi bir milletvekiliği genel seçimine girmemiş bir partinin bir sonraki mahalli idareler seçimine girmiş olması ya da tam tersi bir durumun söz konusu olması analize dâhil

edilmemiştir. 1983 milletvekilliği genel seçimlerine ve 1984 mahalli idareler seçimlerine ilişkin resmi rapor ve verilere ulaşamadığı için ilgili seçimler de analiz dışında tutulmuştur. Analiz dışında tutulan bir diğer seçim ise 18 Nisan 1999 milletvekilliği genel seçimleri olmuştur. Bu seçimlerin analiz dışında tutulmasının nedeni, 18 Nisan 1999 milletvekilliği genel seçimlerinin ardından 3 Kasım 2002 de erken seçim yapılmış olmasıdır. Ayrıca milletvekilliği genel seçimlerinde ve mahalli idareler seçimlerinde seçime dahil olan bağımsız adaylar aynı kişiler olmadığı için bağımsız adaylar da analize dahil edilmemiştir. Analizler ilk olarak yapılan milletvekilliği genel seçimlerine katılmış partilerin oy oranları ile bir sonraki mahalli idareler seçimlerine katılan aynı partilerin almış oldukları oy oranları temel alınarak gerçekleştirilmiştir. Ayrıca mahalli idareler seçimleri; belediye başkanlığı seçimleri, büyükşehir belediye başkanlığı seçimleri, il genel meclis üyeliği seçimleri ve belediye meclis üyeliği seçimleri olarak dört alt grupta incelenmiş olup milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranlarının tüm alt gruplarda alınan oy oranları üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Çalışmanın amacına yönelik olarak kurulan hipotezler aşağıda verilmiştir.

- H₁:** Milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranlarının belediye başkanlığı seçimlerinde alınan oy oranları üzerinde etkisi yoktur.
- H₂:** Milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranlarının büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerinde alınan oy oranları üzerinde etkisi yoktur.
- H₃:** Milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranlarının il genel meclis üyeliği seçimlerinde alınan oy oranları üzerinde etkisi yoktur.
- H₄:** Milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranlarının belediye meclis üyeliği seçimlerinde alınan oy oranları üzerinde etkisi yoktur.

Milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranlarının mahalli idareler seçimlerinde alınan oy oranları üzerindeki etkisinin ölçülmesi için basit regresyon analizi tekniği kullanılmıştır. Basit doğrusal regresyon analizi, aralarında teorik bir ilişki olduğu düşünülen iki değişkenden bağımlı değişkenin bağımsız değişken üzerindeki etkisini ölçmeye yarayan parametrik bir analiz yöntemidir. Tüm parametrik analiz yöntemlerinin temel varsayımı olan normal dağılıma uygunluk ya da kısaca normallik varsayımı basit doğrusal regresyon analizi yöntemi için de geçerli olmaktadır. Normallik varsayımının sağlanmaması, analiz sonucunda elde edilen bulguların olduğundan farklı ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Bu nedenle normallik varsayımının sağlanması oldukça önemli bir ölçüm olarak karşımıza çıkmaktadır.

Normallik değerlendirilmesinin gerek grafiksel gerekse bazı istatistiksel parametreleri hesaplama gibi farklı yolları bulunmaktadır. Grafiksel yöntemlerden en basit ve en yaygın kullanılan yöntemlerinden birisi veri dağılımının histogramını oluşturmak ve normal eğri çizdirerek grafiği incelemektir. İstatistiksel parametreleri hesaplama yöntemlerinde ise özellikle basıklık ve çarpıklık katsayılarının incelenmesi oldukça sık kullanılmaktadır. Standart normal dağılım, sıfır basıklık ve sıfır çarpıklık katsayılarına sahip olmaktadır. Basıklık ve çarpıklık katsayısı değerlerinin ± 1 değerleri arasında kalması, dağılımın normalden aşırı sapma göstermediğinin yani dağılımın normal dağılıma oldukça yakın olduğunun bir kanıtı olarak kabul edilmektedir (Çokluk vd., 2012, s. 16).

Veriler normal dağılıma uygunluk göstermemesi halinde değişkenler üzerinde dönüşümler uygulanarak verilerin normal dağılıma yaklaşması sağlanabilmektedir. Verinin çarpıklık katsayısına göre uygulanacak dönüşüm yöntemleri aşağıda özetlenmiştir.

Tablo 9. Normal Dağılım Elde Etmek İçin Yaygın Olarak Kullanılan Dönüştürme Yöntemleri

Çarpıklık Derecesi	Dönüşüm Türü
Orta düzeyde pozitif çarpık	Karekök alma (\sqrt{X})
Yüksek düzeyde pozitif çarpıklık	Logaritma alma ($\text{Log}_{10}(X)$)
Aşırı düzeyde pozitif çarpıklık	Ters çevirme ($1/X$)
Orta düzeyde negatif çarpıklık	Yansıtma & Karekök alma ($\sqrt{(b - X)^b}$)
Yüksek düzeyde negatif çarpıklık	Yansıtma & Logaritma alma ($\text{Log}_{10}(b - X)^b$)
Aşırı düzeyde negatif çarpıklık	Yansıtma & Ters çevirme $1/(b - X)^b$

b: En küçük değer 1'e eşit olması için her değerden çıkarılan sabit

Kaynak: Çokluk vd., 2012: 17

Bazı değişkenlerin arasındaki ilişkinin test edilmesinde, değişkenler arasındaki ilişki yukarıdaki gibi basit doğrusal regresyon analizine uymayabilir. Verilerin normal dağılıma uymaması halinde logaritmik dönüşümler yapılarak hem normallik varsayımı sağlanabilir hem de değişkenler arasındaki ilişki doğrusal olmayan kalıplara dönüştürülerek analizler gerçekleştirilebilir. Bu kapsamda en sık kullanılan basit doğrusal olmayan regresyon analizi denklemleri aşağıdaki gibidir (Yıldıztan, 2011, s. 93).

$$\begin{aligned} \ln Y &= \beta_0 + \beta_1 (X) + \varepsilon && \text{logaritmik doğrusal} \\ \ln Y &= \ln \beta_0 + \beta_1 (\ln X) + \varepsilon && \text{logaritmik logaritmik} \\ Y &= \ln \beta_0 + \beta_1 (\ln X) + \varepsilon && \text{doğrusal logaritmik} \end{aligned}$$

Basit regresyon analizi uygulamadan önce verilerin normal dağılıma uygunluğu incelendikten sonra basit regresyon analizi uygulanabilir. Basit regresyon analizi genel olarak basit doğrusal regresyon analizi ve basit doğrusal olmayan regresyon analizi olarak iki grupta incelenmektedir. Anakütle için basit doğrusal regresyon analizi eşitliği aşağıdaki gibidir.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 (X) + \varepsilon$$

Yukarıdaki eşitlikte Y bağımlı ve X bağımsız değişkenler olmak üzere, β_0 ; modeldeki sabit katsayıyı, β_1 ; X değişkeninin katsayısını ve ε ise hata terimini ifade etmektedir.

Anakütle için basit doğrusal regresyon analizi eşitliğine karşılık olarak örneklemden elde edilen aşağıdaki eşitlik için katsayı değerleri bulunur.

$$\hat{y} = a + bx$$

Yukarıdaki eşitlikte a ve b katsayılarının bulunması için en sık kullanılan yöntem en küçük kareler (EKK) yöntemidir. EKK yönteminde, bağımlı değişkenin her bir gözlenen değeri (y_i) ile her bir hesaplanan değeri (\hat{y}_i) arasındaki farkların (e_i) toplamı sıfır, kareleri toplamı minimum olacak şekilde doğrunun katsayıları değerlendirilir. Matematiksel olarak a ve b katsayıları aşağıdaki eşitlikler ile ifade edilebilir (Armutlulu, 2008, s. 154).

$$b = \frac{n \left(\sum_{i=1}^n x_i y_i \right) - \left(\sum_{i=1}^n x_i \right) \left(\sum_{i=1}^n y_i \right)}{n \left(\sum_{i=1}^n x_i^2 \right) - \left(\sum_{i=1}^n x_i \right)^2}$$

$$a = \frac{\sum_{i=1}^n y_i - b \sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

Bu denklemler ile bulunan a ve b katsayıları anakütle regresyon doğrusundaki β_0 ve β_1 parametrelerinin kestirim değerleridir.

Regresyon analizi çalışmaları için gerekli olan diğer bir aşama, örnekleme göre geliştirilen modelin güvenilirliğinin ölçülmesidir. Örnekleme göre geliştirilen model sonuçları gözlem değerlerine ne kadar yakınsa tahmin güvenilirliği o kadar yüksektir. İstatistikçiler tahmin eşitliğinin güvenilirliğinin ölçülmesi için tahminin standart hatası kavramını geliştirmişlerdir. Standart hata s_{yx} olmak üzere matematiksel ifade aşağıdaki gibidir (Tütek ve Gümüsoğlu, 2011, s. 197):

$$s_{yx} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (y_i - \hat{y}_i)^2}{n - 2}}$$

Bağımlı değişkendeki değişmelerin yüzde kaçının modelde bağımsız değişken tarafından açıklanabildiğinin belirlenmesi de belirginlik katsayısının hesaplanmasıyla elde edilmektedir. Belirginlik katsayısı 0 ile 1 arasında bir değer alır. Belirleme katsayısının 1'e yaklaşması modeldeki bağımsız değişkenin bağımlı değişkendeki varyansın büyük bir kısmını açıkladığını göstermektedir (Esin vd., 2006, s. 541). Belirginlik katsayısı aşağıdaki eşitlik ile elde edilmektedir.

$$R^2 = \frac{\sum_{i=1}^n (\hat{y}_i - \bar{y})^2}{\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}$$

Eşitlikte yer alan R^2 , belirginlik katsayısını ve \bar{y} ise gözlem değerlerinin ortalamasını ifade etmektedir.

Basit regresyon analizinde son olarak elde edilen sonuçların değerlendirilmesinde iki önemli sınaama bulunmaktadır. Bunlardan birincisi doğrusal modelde katsayı konumundaki β_0 ve β_1 parametreleri sınamasıdır. Bu sınıamalar t sınaması ile yapılır ve amaç örneklem için oluşturulan modeldeki a ve b katsayılarının anlamlılığının test edilmesidir. İkinci tür sınaama ise F sınamasıdır. F sınaması ise genel olarak modelin geçerliliğinin/anlamlılığının test edilmesidir (Armutlulu, 2008, s. 164).

Bulgular

Milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranlarının mahalli idareler seçimlerinde alınan oy oranları üzerindeki etkisini araştırmak için başvurulan basit regresyon analizinin uygulanması için ele alınan verilerin normal dağılıma sahip olması gerekmektedir. Bu nedenle öncelikle verilerin normal dağılıma uygun olup olmadığı çarpıklık ve basıklık katsayılarının hesaplanması ile belirlenmiştir. Yapılan hesaplamalar sonucu elde edilen çarpıklık ve basıklık katsayıları aşağıda özetlenmiştir.

Tablo 10. Çarpıklık ve Basıklık Katsayıları

Değişken	Doğrudan Hesaplama		Logaritmik (Log ₁₀) Dönüştürülmü Hesaplama	
	Çarpıklık	Basıklık	Çarpıklık	Basıklık
Milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranı (MVSO)	1,752	2,910	-0,115	- 1,371
Belediye başkanlığı seçimlerinde alınan oy oranı (BBSO)	1,512	1,615	-0,541	- 0,614
Büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerinde alınan oy oranı (BBBSO)	1,645	1,973	-0,153	- 0,903
İl genel meclis üyeliği seçimlerinde alınan oy oranı (İGMSO)	1,585	2,207	-0,372	- 1,005
Belediye meclis üyeliği seçimlerinde alınan oy oranı (BMSO)	1,488	1,522	-0,377	- 0,979

İlk olarak verilerde herhangi bir işlem uygulamadan çarpıklık ve basıklık katsayıları hesaplanmış ve yukarıdaki tablonun sol kısmında yer alan doğrudan hesaplama kısmındaki değerler elde edilmiştir. Elde edilen çarpıklık ve basıklık katsayılarının ± 1 aralığında olmamasından dolayı verilerin normal dağılıma uygun hale getirilmesi için 10 tabanında logaritmler alınmış ve katsayılar tekrar hesaplanmıştır. Yapılan dönüşüm sonucunda çarpıklık ve basıklık katsayıları -1 ile +1 arasında yer aldıkları için dağılımın normal dağılıma oldukça yakınlaştığı sonucuna ulaşılmıştır.

Normal dağılım varsayımını yerine getirdikten sonra regresyon analizi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 11’de özetlenmiştir.

Tablo 11. Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Katsayılar		t Değeri	%95 iç Tutarlılık Düzeyi	Standart Hata	Model Anlamlılığı		R ²
						F	%95 iç Tutarlılık Düzeyi	
MVSO*BBSO	α	-0,335	-4,627	,000	0,072	237,091	,000	0,782
	β	1,205	15,398	,000	0,078			
MVSO*BBBSO	α	-0,438	-5,828	,000	0,075	223,697	,000	0,772
	β	1,209	14,957	,000	0,081			
MVSO*İGMSO	α	-0,186	-3,048	,003	0,061	263,543	,000	0,805
	β	1,069	16,234	,000	0,066			
MVSO*BMSO	α	-0,421	-5,905	,000	0,071	267,012	,000	0,802
	β	1,257	16,341	,000	0,077			

Tablo 11'de yer alan R² değeri milletvekilliği genel seçiminde alınan oy oranının, mahalli idareler seçimlerinde alınan oy oranları üzerindeki değişimi açıklama gücünü göstermektedir. Buna göre belediye başkanlığı seçimlerinde alınan oy oranındaki değişimin %78,2'si ve büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerinde alınan oy oranındaki değişimin %77,2'si milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranı ile açıklanmaktadır. İl genel meclis üyeliği seçimlerinde alınan oy oranındaki değişimin %80,5'i ve belediye meclis üyeliği seçimlerinde alınan oy oranındaki değişimin %80,2'si de milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranı ile açıklanmaktadır. Genel olarak milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranlarının mahalli idareler seçimlerinde alınan oy oranları üzerinde %75'in üzerinde bir etkisinin olduğunu söylemek mümkündür. Kurulan modelin anlamlı olup olmadığına ilişkin test sonuçları incelendiğinde F değerinin oldukça yüksek olması ve bu değere ait %95 iç tutarlılık düzeylerinin 0,05'den küçük olması modelin anlamlı olduğunu ifade etmektedir. Bu sonuçla milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranlarının mahalli idareler seçimlerinde alınan oy oranları üzerindeki etkisine ilişkin kurulan hipotezlerin tamamının kabul edilemeyeceği yani milletvekilliği genel seçimlerinin mahalli idareler seçimleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla beraber katsayılara ait %95 iç tutarlılık düzeylerinin de 0,05'den küçük olması bulunan katsayı değerlerinin de anlamlı olduğunu göstermektedir. Katsayılara ait standart hata değerleri de incelendiğinde çok yüksek standart hata değerlerinin olmaması, katsayıların anlamlı olduğunu destekleyen bir diğer ölçü olarak kabul edilebilir. Analiz sonucunda hesaplanan a ve b katsayılarına göre ortaya çıkan modeller aşağıdaki gibi olmuştur.

$$\text{Log}_{10}(\text{BBSO}) = -0,335 + 1,205 \cdot \text{Log}_{10}(\text{MVSO})$$

$$\text{Log}_{10}(\text{BBBSO}) = -0,438 + 1,209 \cdot \text{Log}_{10}(\text{MVSO})$$

$$\text{Log}_{10}(\text{İGMSO}) = -0,186 + 1,069 \cdot \text{Log}_{10}(\text{MVSO})$$

$$\text{Log}_{10}(\text{BMSO}) = -0,421 + 1,257 \cdot \text{Log}_{10}(\text{MVSO})$$

Yukarıdaki modelde yer alan logaritmaların ortadan kaldırılarak daha anlaşılır bir hale getirilmesi için öncelikle sabit katsayıların antilogaritması alınır ve basitleştirilmiş modeller aşağıdaki gibi elde edilir.

$$\text{BBSO} = 0,46237 * (\text{MVSO})^{1,205}$$

$$\text{BBBSO} = 0,36475 * (\text{MVSO})^{1,209}$$

$$\text{İGMSO} = 0,65163 * (\text{MVSO})^{1,069}$$

$$\text{BMSO} = 0,37931 * (\text{MVSO})^{1,257}$$

Buna göre milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranındaki %1'lik artış takip eden belediye başkanlığı seçimlerinde alınacak oy oranı üzerinde %1,205'lik bir artış sağlamaktadır. Milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranının büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerinde alınacak oy oranı üzerindeki etkisi ise %1,209'luk bir artış şeklinde olurken, milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranındaki %1'lik artış takip eden il genel meclis üyeliği seçimlerinde alınacak oy oranının üzerinde %1,069'luk bir artış sağlamaktadır. Son olarak milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranındaki %1 artış bir sonraki belediye meclis üyeliği seçimlerinde alınacak oy oranını %1,257 arttıracaktır.

Sonuç

Türkiye'de seçmenlerin yöneticilerini seçme üzerine genel kanaati incelendiğinde parlamentoda çoğunluğa sahip siyasi partilere mensup yerel yöneticilerin seçilmesiyle birlikte kamu hizmetlerinin merkezden yerele doğru daha hızlı, daha verimli ve daha etkin sunulacağı anlayışının hâkim olduğu söylenebilir. Söz konusu kanaatten hareketle yapılan bu çalışmada milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranlarının büyük ölçüde mahalli idareler seçimlerinde alınan oy oranları üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bulgular incelendiğinde milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranlarının belediye başkanlığı seçiminde alınan oy oranları üzerinde %78,2; büyükşehir belediye başkanlığı seçiminde alınan oy oranları üzerinde %77,2; il genel meclisi üyeliği seçiminde alınan oy oranları üzerinde %80,5 ve belediye meclis üyeliği seçiminde alınan oy oranları üzerinde %80,2 oranında etki ettiği görülmüştür. Dolayısıyla genel olarak ele alındığında milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranlarının, mahalli idareler seçimlerinde alınan oy oranları üzerinde %77'nin üzerinde artı yönde etkisinin olduğu tespit edilmiştir. 1980 sonrasında yapılan milletvekilliği genel seçimlerinde partilerin almış oldukları oy oranları ile aynı partilerin mahalli idareler seçimlerinde aldıkları oy oranları incelendiğinde tespit edilen sonuç desteklenmektedir. Bu durumun dışında gerçekleşen istisnai durumlar mevcuttur. Bunlardan birincisi 29 Kasım 1987 milletvekilliği genel seçimlerinde ANAP en çok oy oranına sahip olurken 26 Mart 1989 mahalli idareler seçimlerinde en çok oy oranına sahip parti SHP olmuştur. Bunun nedeni olarak ANAP'ın iktidar politikalarının seçmenler tarafından benimsenmeyip SHP'nin söylemlerinin seçmenleri etkilediği düşünülmektedir. İkinci istisnai durum ise 24 Aralık 1995 milletvekilliği genel seçimlerinde RP en çok oy oranına sahip olmuştur. Ancak bir sonraki mahalli idareler seçimlerine katılmadığından analize dâhil edilmemiştir. Dolayısıyla analize dâhil edilen partiler içerisinde en çok oy oranına sahip parti

ANAP olmuştur. 18 Nisan 1999 mahalli idareler seçimlerinde ise en çok oy oranına sahip parti DSP'dir. Bunun nedeni olarak da 24 Aralık 1995 milletvekilliği genel seçimlerinde hiçbir parti tek başına iktidar olamamış ve koalisyon denemeleri yapılmıştır. Ancak siyasi istikrarsızlıktan dolayı 1999 yılında aynı anda yapılan hem milletvekilliği genel gen seçimleri hem de mahalli idareler seçimlerinde seçmenler aynı siyasi partiyi desteklemişlerdir.

Çalışmanın amacına yönelik olarak 24 Haziran 2018 tarihinde yapılan milletvekilliği genel seçim sonuçlarına göre 31 Mart 2019 tarihinde yapılacak olan mahalli idareler (Belediye Başkanlığı, Büyükşehir Belediye Başkanlığı, İl Genel Meclis Üyeliği ve Belediye Meclis Üyeliği) seçimlerinde partilerin alacağı oy oranlarının tahminleri yapılmıştır. Hesaplanan oy oranları tahminleri, eski seçim sonuçlarına göre doğrulama yapıldığında \pm %6 puanlık bir sapma ile gerçekleştirilmiştir. Bu sebeple 31 Mart 2019 tarihinde yapılacak olan mahalli idareler seçimlerinde partilerin alacağı oy oranları tahminlerinde de \pm %6 puanlık bir sapmanın yaşanabileceğini ifade etmek gerekir. TÜİK tarafından açıklanan 24 Haziran 2018 tarihinde yapılan milletvekilliği genel seçim sonuçlarına göre AKP %42,6; CHP %22,6; MHP %11,1; HDP %11,7 ve İyi Parti (İYP) ise %10,0 oy oranına ulaşmıştır. Milletvekilliği genel seçimlerinde alınan oy oranları baz alınarak mahalli idareler seçimlerinde alınan oy oranlarının tahminine ilişkin elde edilen model yardımıyla 2019 yılı mahalli idareler seçimlerinde tahmin edilen oy oranları şu şekildedir:

- Belediye Başkanlığı seçimlerinde AKP'nin %42,5; CHP'nin %19,8; MHP'nin %8,41; HDP'nin %8,96 ve İYP'nin ise %7,41 oy oranına ulaşacağı tahmin edilmektedir.
- Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimlerinde AKP'nin %34,04; CHP'nin %15,82; MHP'nin %6,7; HDP'nin %7,14 ve İYP'nin ise %5,9 oy oranına ulaşacağı tahmin edilmektedir.
- İl Genel Meclis Üyeliği seçimlerinde AKP'nin %35,96; CHP'nin %18,26; MHP'nin %8,54; HDP'nin %9,03 ve İYP'nin ise %7,64 oy oranına ulaşacağı tahmin edilmektedir.
- Belediye Meclis Üyeliği seçimlerinde AKP'nin %42,38; CHP'nin %19,1; MHP'nin %7,82; HDP'nin %8,35 ve İYP'nin ise %6,85 oy oranına ulaşacağı tahmin edilmektedir.

Yapılan çalışmada her iki seçim için sadece oy oranları dikkate alınmıştır. Seçim beyannameleri, adayların özellikleri ve seçim kampanyaları gibi seçimi etkileyebilecek değişkenlerin değerlendirmeye katılarak çalışmanın genişletilmesi mümkündür. Analiz kapsamında milletvekilliği genel seçimlerindeki mevcut koşullar mahalli idareler seçimleri için de kabul edildiğinden farklı değişkenler kullanılarak bu koşullar da analize dâhil edilebilir. Bunların yanı sıra, seçmen davranışlarını etkileyen diğer modeller de göz önüne alınarak çalışma kapsamı genişletilebilir.

Kaynakça

- Akgün, B. (2007). *Türkiye'de Seçmen Davranışı, Partiler Sistemi ve Siyasal Güven*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Altan, C. (2005). Genel Seçimler-Yerel Seçimler İlişkisi (1983-2004). *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(12), 174-190. url: <http://dergipark.gov.tr/esosder/issue/6126/82175>
- Armutlulu, İ. H. (2008). *İşletmelerde Uygulamalı İstatistik*. İstanbul: Alfa.
- Barut, B. (2005). Siyasal Reklamcılık Özelinde Siyasal Tutumların Oluşması Süreci. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 295-317. url: <http://web.firat.edu.tr/sosyabil/dergi/arsiv/cilt15/sayi2/295-317.pdf>.
- Berelson, B. R., Lazarsfeld, P. F. M. ve Willian, N. (1954). *Voting: A Study of Opinion Formation in A Presidential Campaign*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bilir, F. (2001). *Türkiye'de Milletvekilliği ve Milletvekilliğin Sona Ermesi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Çinko, L. (2006). Seçmen Davranışları ile Ekonomik Performans Arasındaki İlişkilerin Teorik Temelleri ve Türkiye Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 61(1), 103-116. url: <http://dergipark.gov.tr/ausbf/issue/3087/42752>.
- Çokluk Ö., Şekercioğlu G. ve Büyüköztürk Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Downs, A. (1957). *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper Collins Publishers.
- Erdoğan, S. (2004). *Politik Konjonktür Hareketleri Teorisi Perspektifi ile Siyaset-Ekonomi İlişkileri*. İstanbul: Değişim Yayınevi.
- Esin, A. A., Ekni, M. ve Gamgam, H. (2006). *İstatistik*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Gülmen, Y. (1979). *Türk Seçmen Davranışı: 1960-1970*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi.
- Heywood, A. (2007). *Siyaset*. Buğra Kalkan (Çev.). Ankara: Liberte Yayınları.
- Kalender, A. (2005). *Siyasal İletişim: Seçmenler ve İkna Stratejileri*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Kamalak, İ. (2013). Yerelin Yerel Seçimlere Etkisi: Belediye Başkan Adayları Üzerinden Bir İnceleme. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(3), 419-446. url: <http://dergipark.gov.tr/deusobil/issue/4632/63145>.
- Kapani, M. (1988). *Politika Bilimine Giriş*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Ladd, J. M. (2006). Attitudes Toward the News Media and American Voting Behavior, In annual meeting of the Midwest Political Science Association.
- Lakeman, E. ve Lambert, J. (1962). *Voting in Democracies*. London: Faber and Faber.

- Özcan, Y. Z. (1998). Siyasi Parti Tercihlerini Belirleyen Etmenler: İstanbul Örneği. *Toplum ve Bilim Dergisi*, 76, 188-212. url: dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/download/619/851.
- Özer, İ. ve Meder, M. (2008). *Siyasal Katılma ve Seçmen Davranışı*. İstanbul: Ege Yayınları.
- Özkan, A. (2004). *Siyasal İletişim*. İstanbul: Nesil Matbaacılık.
- Pomper, M. G. (1992). Concepts of Political Parties. *Journal of Theoretical Politics*, 4(2), 143-159. doi: 10.1177/0951692892004002002.
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu). <https://biruni.tuik.gov.tr/secimdagitimapp/secim.zul>, E.T: 12.01.2018.
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu). <https://biruni.tuik.gov.tr/secimdagitimapp/yerel.zul>, E.T: 12.01.2018
- Tütek, H. ve Gümüšoğlu, Ş. (2011). *İşletme İstatistiği*. İstanbul: Beta Basım.
- Ünal B. A. (2016). Oy Verme Davranışı Modelleri. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, Temmuz, 95-119. url: <http://dergipark.gov.tr/odusobiad/issue/27575/290198>.
- Yıldırtan, D. Ç. (2011). *E-Views Uygulamalı Temel Ekonometri Makro Ekonomik Verilerle*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.



Bütünleşik Bulanık AHP-VIKOR Yaklaşımıyla Demiryolu Yük Taşımacılığı Etkinliklerinin Değerlendirilmesi

Evaluation of Railway Freight Transportation Activities with Integrated Fuzzy AHP-VIKOR Approach

Dr. Öğr. Üyesi Gökçe Candan¹

Başvuru Tarihi: 13.10.2018

Kabul Tarihi: 09.04.2019

Öz

Demiryolu yük taşımacılığı birçok avantajı sayesinde uzun yıllardır lojistik hizmetlerin önemli bir parçası olmayı sürdürmekte, sabit ulaştırma süreleri, güvenlik, izlenebilirlik gibi özellikleriyle diğer ulaştırma yöntemlerinin yerine tercih edilmektedir. Bu çalışmada sekiz adet OECD üyesi ülkenin demiryolu yük taşımacılığı etkinlikleri değerlendirilmiştir. Değerlendirme kriterleri olarak, firma sayısı, hat uzunluğu (km), taşıma miktarı (ton), bakım giderleri (Euro) ve altyapı yatırımları ele alınmıştır. Bu kriterlere ait ağırlıklar bulanık AHP yöntemi ile elde edilmiş ve ülkelerin etkinlik performanslarının sıralaması gerçekleştirmek için ise VIKOR yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan bulanık AHP ve VIKOR bütünleşik yöntemi, çeşitli etkinlik ve performans değerlendirmeleri için farklı sektörlerde de uygulanabilecek esnek bir yöntemdir. Elde edilen sonuçlara bakıldığında; kriterlerin önem dereceleri sırasıyla taşıma miktarı (K3), hat uzunluğu (K2), altyapı yatırımları (K5), bakım giderleri (K4), firma sayısı (K1) şeklinde olup, ülkelerin performans sıralaması Polonya- İsveç- Avusturya- Çek Cumhuriyeti- Türkiye- Macaristan- Finlandiya- Slovakya şeklinde olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Demiryolu yük taşımacılığı, Bulanık AHP, VIKOR

Abstract

Thanks to its many advantages, railway freight transportation has been an important part of logistics services for many years, and it is preferred to replace other transportation methods with its fixed transportation times, safety and traceability. In this study, rail freight transport activities of eight OECD member countries were evaluated. As the evaluation criteria, number of firms, line length (km), amount of transport (ton), maintenance costs (Euro) and infrastructure investments are discussed. The weights of these criteria were obtained by fuzzy AHP method and the VIKOR

¹ Sakarya Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, gcandan@sakarya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5966-0009

method was used in order to perform the performance of the countries. The fuzzy AHP and VIKOR integrated method is a flexible method which can be applied in different sectors for various efficiency and performance evaluations. Looking at the results; weights of criteria respectively; amount of transport (K3), line length (K2), infrastructure investments (K5), maintenance costs (K4) number of firms (K1) and in the form of country performance ranking Poland-Sweden-Austria-Czech Republic-Turkey Hungary - Finland - Slovakia.

Keywords: *Railway Freight Transportation, Fuzzy AHP, VIKOR*

Giriş

Tedarik zinciri yönetiminin önemli bir bileşeni olan yük taşımacılığı, lojistik performans göstergesinin de temel parçasıdır. Yük taşımacılığında, karayolu, denizyolu, havayolu ve demiryolu gibi taşımacılık seçenekleri bulunmaktadır. Bu seçenekleri tek türlü (tek modlu), kombine olarak çok modlu (multimodal) veya modlar arası (intermodal) kullanmak da mümkündür. Fakat bunların içerisinde demiryolu taşımacılığının birçok avantajı söz konusudur.

Demiryolu taşımacılığı yüksek hacimli ürünlerin uzun mesafelere düşük maliyetlerle taşınmasını sağlayabilmektedir. Güvenilir, takip edilebilir ve müşteri memnuniyetini bu yönüyle artırabilir hizmetler sunmaktadır. Ulaştırma süreleri değişken değil, sabittir. Bu yönleriyle demiryolu yük taşımacılığı ekonomik büyümeyi artırırken, çevreye verdiği zarar da diğer taşımacılık yöntemlerine göre düşük olduğundan, ülkeler demiryolu taşımacılığı yatırımlarına devam etmektedirler. Yapılan yatırımlar, demiryolu hatlarının bakımı, yenilenmesi, yeni hatların oluşturulması, vagon ve lokomotiflerin bakımı ve satın almaları, personel işe alımları, hizmet binaları yenilemeleri, teçhizat yenilemeleri şeklinde sayılabilir. Bu yatırımların maliyetleri ise oldukça yüksektir.

Vagonların yük kapasiteleri de taşıma hacmiyle doğrudan bağlantılıdır. Gelişmiş ülkelerde demiryolu yük taşımacılığı etkin bir şekilde kullanılmaktadır ve bazı üretim işletmelerinde depo kapılarına kadar ray döşeli olduğu bilinmektedir. Yine gelişmiş ülkelerde limanlar ve sanayi bölgeleri demiryolu ağıyla birbirlerine bağlıdır. Bu etkin yük taşımacılığı sistemini daha da verimli kılmak için literatürde birçok çalışma ile karşılaşmaktayız. Bunlardan birçoğu çok kriterli karar verme (ÇKKV) yöntemleriyle gerçekleştirilmiş olup performans değerlendirmesi ve stratejik karar destek modeli oluşturulması şeklindedir. Demiryolu yük taşımacılığı ile ilgili literatürdeki bazı çalışmalar şu şekildedir: Veskovic vd. (2008) Delphi, SWARA ve MABAC yöntemlerini birlikte kullanarak Bosna-Hersek'te demiryolu taşımacılığı yönetimi değerlendirmesi gerçekleştirmişlerdir. Bojovic ve Milenkovic (2008), AHP yöntemi ile ulaşım taleplerine cevap verebilmek için en iyi demiryolu filosu belirlemeyi hedeflemişlerdir. Nyström ve Söderholm (2008) çalışmalarında demiryolu altyapı yönetiminde 8 ayrı kriter üzerinden bakım faaliyeti biçimi seçimi için AHP yöntemini kullanmışlardır. Longo vd (2009) İtalya

Turin’de demiryolu taşımacılığı alanında stratejik karar destek yöntemi geliştirmeyi hedeflemişlerdir. Ele aldıkları değerlendirme kriterleri, maliyetler, ulaşım verimliliği, çevresel etkiler, uygulama açılarıdır ve hem AHP hem de ANP ile değerlendirme yapmışlar ve sonuçları karşılaştırmışlardır. Gürsoy (2010), multimodal ulaşım modu seçimi için AHP temelli yeni bir karar destek modeli oluşturmuşlardır. Bunu gerçekleştirirken ele aldığı kriterler ise nakliye mesafesi, zaman, güvenlik, erişilebilirliktir. Nuhodzic vd. (2010), demiryolu sektöründe yer alan bir şirketinin pazarlama stratejileri ile ilgili kampanya seçimi bulanık AHP yöntemi ile ele alınmıştır. Çekerol ve Nalçakan (2011) ridge regresyon analizi ile Türkiye’de demiryolu taşımacılığına etki eden faktörleri belirlemişlerdir. Çalışmalarında bağımlı ve bağımsız değişkenler belirlemişlerdir. Bunlardan bağımlı olarak demiryolu yurtiçi yük taşıma talebi belirlenmişken, bağımsız değişkenler ise; yurtiçinde karayolu ile taşınan toplam yük miktarı, demiryoluna yapılan toplam yatırım miktarı, TCDD limanlarında elleçlenen toplam yük miktarı, kişi başına gayri safi yurtiçi hâsıla, demiryolu enerji tüketim gideri, demiryolu yük taşıma giderleridir. Gürol vd. (2015), zaman serileri kullanarak Türkiye’de demiryolu ile yük taşıma miktarı belirlemesi problemini ele almışlardır. Tadic vd. (2015) bulanık AHP ve VIKOR yöntemleriyle üç ayrı lojistik model senaryosunu 9 ayrı kriter üzerinden değerlendirerek, bir şehrin lojistik sisteminin seçimini gerçekleştirmişlerdir. Hajiagha vd. (2016) Tahran şehir metrosunda gecikmelere neden olan etkenleri VIKOR yöntemi ile sıralamışlardır. Ranjan vd (2016), Hindistan’da demiryolu hatlarının performans değerlendirmesi için DEMATEL ve VIKOR metodlarını kullanmışlardır. Ele aldıkları kriterler, rota uzunluğu, lokomotif sayısı, taşınan yolcu sayısı, büyük istasyon sayısı, yapılan kaza sayısı, yaralanan kişi sayısı, işletme maliyetleri ve harcamalar şeklindedir. Ahi ve Yıldız (2017) çalışmalarında, Türkiye’de demiryolu lojistiğinin analizini gerçekleştirmek için ele aldıkları 250 parametre ile SCOR modeli kullanmışlardır. Taherkhani ve Esfahani (2017), demiryolu rayları için malzeme seçim problemini SWARA ve VIKOR yöntemleriyle ele almışlardır. Bu iki ayrı metotla elde ettikleri sonuçları kıyaslamışlardır.

Literatürde, demiryolu yük taşımacılığı performansını çok kriterli karar verme tekniklerinin yanı sıra çeşitli yöneylem araştırması ve diğer sayısal yöntemlerle ölçen çalışmalara da rastlamaktayız. Bunlar ele aldıkları performans kriterlerine göre değerlendirildiğinde benzer özellikler göstermektedir. Bu çalışmalardan başlıcaları; Yu ve Lin (2008) çalışmalarında veri zarflama analizi yöntemiyle dünya genelinde ülkelere ait demiryolu etkinliğini ölçmüşlerdir. Burada kullandıkları kriterler; demiryollarında çalışan personel sayısı, hat uzunluğu, taşınan yük (ton-km), taşınan yolcu (km) şeklindedir. Wanke vd. (2018) çalışmalarında demiryolu performansına etki eden kriterleri belirlerken ağ veri zarflama analizi kullanmışlardır. Asya ülkeleri üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada ele alınan performans kriterleri enerji, çalışan sayısı, tren yük kapasitesi, taşınan yük, taşınan yolcu, kaza sayısı, gelir şeklindedir. Zahurul Islam (2018) çalışmasında, Avrupa’da Ekonomik tasarruf durumunda sürdürülebilir ulaştırma sistemi geliştirmenin önündeki engelleri kaldırmak için ulaştırma altyapısındaki yatırımları ve demiryolu ihtiyacını değerlendirmiştir. Bunun için, kullanılan demiryolu hatlarının uzunluğuna bağlı olarak sekiz AB ülkesi seçilmiştir ve bunlar; Fransa, Almanya, İtalya, Romanya, İspanya, İsveç , İngiltere ve Polonya şeklindedir. Hilmola (2007), Avrupa’daki Finlandiya, İsveç, Polonya, Letonya, Litvanya ve Estonya ülkelerinde 1980-2003 yılları arasında

demiryolu yük taşımacılığı verimliliğinin analizini gerçekleştirmiştir. Değerlendirme için ele alınan kriterler ise; yük (ton-km), yolcu sayısı (km), yük vagonu sayısı, yolcu vagonu sayısı, yük vagonu ağırlığı ve yolcu vagonu ağırlığı şeklindedir. Wiegmans vd. (2018) çalışmalarında demiryolu yük taşımacılığı ağ etkinliğini dünya genelinde analiz etmişlerdir. Elde ettikleri sonuçlara göre, Avrupa'da demiryolu yük taşımacılığında daha fazla verimlilik için şirketlerin teşvik edilmesi gerektiğini ve bunun için Avrupa genelinde bir verimlilik politikası geliştirmek gerektiğini önermişlerdir.

Ayrıca literatürdeki çalışmalarda demiryolu gibi; havayolu, denizyolu, karayolu gibi çeşitli yük taşıma etkinliklerinin performansları ölçülürken kullanılan kriterler de birbirine benzerlik göstermektedir. Bu kriterler; çalışan sayısı, taşınan yük (ton-km), işletme maliyetleri, seyahat planına uyma oranı, sürücü sayısı, yakıt maliyetleri, taşınan yolcu sayısı, hat uzunluğu, kaza sayısı şeklindedir (Sheth vd. (2007), Yu (2008), Chiou vd. (2012), Liu (2016), Yu vd. (2016).

Literatürde son yıllarda yapılan çalışmalarda demiryolu yük taşımacılığı planlama ve çizelgeleme problemlerinin çözüldüğünü de gözlemlemekteyiz (Cacchiani vd 2010, Anghinolfi vd. 2011, Yang vd. 2011, Yaghini ve Akhavan 2012, Zhang ve Zhang 2019).

Bu çalışmada OECD üyesi 7 ülke için 8 kriter üzerinden demiryolu yük taşımacılığı etkinlikleri değerlendirilmiştir. Kriterlere ait ağırlıklar bulanık Analitik Hiyerarşi (AHP) yöntemiyle elde edilmiştir ve etkinlik sıralamaları Vise Kriterijumska Optimizacija I Kompromisno Resenje (VIKOR) yöntemiyle yapılmıştır.

Literatürde bu iki yöntemi bütünleşik bir şekilde kullanarak demiryolu yük taşımacılığı değerlendirmesi gerçekleştiren bir çalışmaya rastlanmamaktadır. Ayrıca çalışmanın, ele alınan değerlendirme kriterleri açısından da literatüre yeni bir bakış açısı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bulanık AHP Metodu

Analitik hiyerarşi Prosesi (AHP) 1977'de Thomas L. Saaty tarafından kompleks problemlerin çözümünde kullanılmak için geliştirilmiş bir ÇKKV tekniğidir. Bu yöntem ile, karar vermek için sorumlu uzman kişiler tarafından probleme ait amaçlar ortaya konulur ve sonra amaçlara ulaşmak için değerlendirilmesi gereken kriterler ve alternatiflerden oluşan hiyerarşik bir yapı oluşturulur. Bu kriterler ve amaçlar önem derecelerine göre birbirleriyle kıyaslanırlar ve ikili karşılaştırma matrisleri elde edilir. Matrislerin tutarlılıkları değerlendirilir ve alternatifler önem derecelerine göre sıralanırlar.

Gerçek hayatta kararlar alırken ortaya çıkacak kararsızlık ve belirsizlik durumlarının modellenebilmesi için AHP yöntemi bulanık mantık teorisiyle bütünleştirilip, bulanık AHP yöntemi ortaya konulmuştur. Bu yöntemde kriterlerin önem dereceleri bir değerler aralığı şeklinde ortaya konulur. Literatürde üyelik fonksiyonlarının durumuna göre (üçgensel, yamuk vb.) çeşitli bulanık AHP uygulamaları mevcuttur (Buckley 1985, Chang 1996, Laarhoven ve

Pedrycz 1983). Bu çalışmada Buckley 1985 tarafından önerilen bulanık AHP metodu kullanılmıştır. Bu yöntemde kullanılan dilsel değişkenler ve bulanık ölçek Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1. Dilsel değişkenler ve üçgensel bulanık sayılar

Dilsel Değişkenler	Bulanık Ölçek
Eşit Derecede Önemli	(1, 1, 1)
Orta Derecede Önemli	(2, 3, 4)
Kuvvetli Derecede Önemli	(4, 5, 6)
Çok Kuvvetli Derecede Önemli	(6, 7, 8)
Mutlak Derecede Önemli	(9, 9, 9)

Yöntemin aşamaları şu şekildedir:

1. Adım: Kriterler arasında ikili kıyaslamalar yapılır ve ikili karşılaştırma matrisleri oluşturulur. Buna göre hangi kriterin daha önemli olduğu sorgulanarak, karşılık gelen dilsel ifadeler belirlenir.

$$\tilde{D} = \begin{bmatrix} 1 & \tilde{a}_{12} & \tilde{a}_{13} & \dots & \tilde{a}_{1n} \\ \tilde{a}_{21} & 1 & \tilde{a}_{23} & \dots & \tilde{a}_{2n} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ \tilde{a}_{n1} & \tilde{a}_{n2} & \tilde{a}_{n3} & \dots & 1 \end{bmatrix} \quad (1)$$

2. Adım: Bu adımda aşağıdaki eşitlik ile bulanık geometrik ortalama belirlenir.

$$\tilde{r}_i = (\tilde{a}_{i1} \otimes \tilde{a}_{i2} \otimes \dots \otimes \tilde{a}_{in})^{1/n} \quad (2)$$

3. Adım: Aşağıdaki eşitlik kullanılarak her bir kriterin bulanık ağırlığı hesaplanır. Bunun için öncelikle her bir \tilde{r}_i 'e ait vektör toplamı elde edilir. Bu toplamın tersi alınır ve her bir \tilde{r}_i ile çarpılır.

$$\tilde{w}_i = \tilde{r}_i \otimes (\tilde{r}_1 \oplus \tilde{r}_2 \oplus \dots \oplus \tilde{r}_n)^{-1} \quad (3)$$

4. Adım: Aşağıdaki eşitlik ile her bir kriterin en iyi bulanık olmayan performans değeri, Chou and Chang'ın (2008) geliştirdiği alan merkezi metodu ile elde edilir. Buna ait formül şu şekildedir:

$$M_i = \frac{lw_i + mw_i + uw_i}{3} \quad (4)$$

5. Adım Burada M artık bulanık olmayan bir sayıdır fakat aşağıdaki formül ile normalize edilmesi gereklidir.

$$w_i = \frac{M_i}{\sum_{j=1}^n M_j} \quad (5)$$

VIKOR Metodu

Vise Kriterijumska Optimizacija I Kompromisno Resenje (VIKOR) 2004 yılında Opricovic ve Tzeng tarafından geliştirilmiştir. VIKOR metodu uzlaşık çözümler sunmakta, bu yönüyle karar vericiler arasında fikir farklılıklarına bir çözüm getirmektedir (Opricovic ve Tzeng, 2004). Yöntemin aşamaları şu şekildedir:

Adım 1: Karar Matrisinin Oluşturulması

i alternatifleri, j ise kriterleri göstermek üzere, alternatiflerin kriterlere göre değerlendirilmesiyle karar matrisi (X) oluşturulur.

$i=(1,2,\dots,m)$

$j=(1,2,\dots,n)$

$$X = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{m1} & x_{m2} & \dots & x_{mn} \end{bmatrix} \quad (6)$$

Adım 2: En iyi ve en kötü kriter değerlerinin elde edilmesi

Her bir kriter için en iyi f_j^* ve en kötü f_j^- değerleri kriterlerin fayda veya maliyet cinsinden olup olmadığına göre değişir. Eğer j. kriter fayda cinsinden ise;

$$f_{j=\max_i}^* \quad x_{ij} \quad f_{j=\min_i}^- \quad x_{ij} \quad (7)$$

Eğer j. kriter maliyet cinsinde ise;

$$f_{j=\min_i}^* \quad x_{ij} \quad f_{j=\max_i}^- \quad x_{ij} \quad (8)$$

şeklinde hesaplanır.

Adım 3: S_i ve R_i değerlerinin elde edilmesi

$$S_i = \sum_{j=1}^n w_j (f_j^* - x_{ij}) / (f_j^* - f_j^-) \quad (9)$$

$$R_i = \max_j [w_j (f_j^* - x_{ij}) / (f_j^* - f_j^-)] \quad (10)$$

Adım 4: Q_i değerlerinin elde edilmesi

$$S^* = \min_i S_i$$

$$S^- = \max_i S_i$$

$$R^* = \min_i R_i$$

$$R^- = \max_i R_i \text{ olmak üzere}$$

$$Q_i = \frac{v(S_i - S^*)}{(S^- - S^*)} + \frac{(1 - v)(R_i - R^*)}{(R^- - R^*)} \quad (11)$$

V maksimum grup faydasını gösteren strateji ağırlığıdır. Uzlaşma durumu $V > 0,5$ (çoğunluk oyu), $v = 0,5$ (konsensus) ile veya $v < 0,5$ (veto) ile sağlanabilir (Kuzu, 2015).

Adım 5: S_i , R_i ve Q_i değerlerinin sıralanması ve uzlaşık çözümün elde edilmesi

S_i , R_i ve Q_i değerleri küçükten büyüğe sıralanır ve ardından en küçük Q_i değerine sahip olan alternatifin aşağıdaki iki şartı sağlayıp sağlamadığı sınanır.

1: Kabul Edilebilir Avantaj Şartı (C1)

m alternatif sayısı iken,

$$DQ = \frac{1}{m-1} \quad (12)$$

olmak üzere, Q_i değerleri küçükten büyüğe sıralandığında ilk sıradaki alternatif A^1 ve ikinci sıradaki alternatif A^2 olsun. Kabul edilebilir avantaj ise;

$$Q(A^2) - Q(A^1) \geq DQ \quad (13)$$

ile hesaplanır.

2: Kabul Edilebilir İstikrar Şartı (C2)

Q_i değerleri küçükten büyüğe sıralandığında ilk sıradaki alternatif A^1 , S ve/veya R değerlerine göre küçükten büyüğe sıralandığında en küçük değere sahip olan alternatiftir.

Eğer şartlardan biri sağlanmıyorsa şu şekilde uzlaşmış çözüme gidilir:

2.Şart sağlanmıyorsa A^1 ve A^2 seçenekleri en iyi uzlaşık çözüm olarak belirlenir.

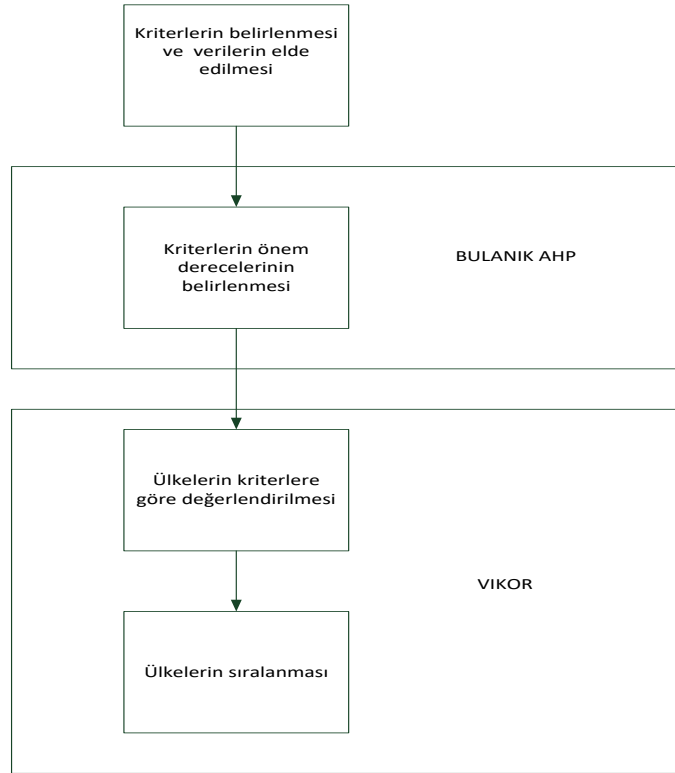
1. şart sağlanmıyorsa tüm alternatifler en iyi çözüm kümesini oluşturur. Burada maksimum M, $Q(A_m) - Q(A^1) < DQ$ formülü ile belirlenir.

Demiryolu Yük Taşımacılığı Faaliyetlerinin Değerlendirmesi

Çalışmanın bu bölümünde ülkelere ait demiryolu yük taşımacılığı faaliyetlerinin etkinliği araştırılırken uygulanan aşamalar ele alınacaktır.

Uygulama Aşamaları

Öncelikle demiryolu yük taşımacılığı faaliyetlerinin etkinliğinin değerlendirilmesi için kriterler belirlenmiştir. Daha sonra elde edilen kriterlere uygun veriler sağlanarak bulanık AHP yöntemiyle kriterlerin önem dereceleri (ağırlıkları) belirlenmiştir. Ağırlıkları bilinen kriterlerle ülkelerin etkinliklerinin değerlendirilip sıralanması için ise VIKOR yöntemi kullanılmıştır. Şekil 1’de uygulama aşamaları görülmektedir.



Şekil 1. Uygulama Aşamaları

1. Aşama: Kriterlerin Belirlenmesi ve Verilerin Elde Edilmesi

Çalışmada, literatürdeki çalışmalarda ele alınan kriterlerden de yola çıkarak, demiryolu yük taşımacılığı performansı ölçümü için derlenebilen ve gerçeği en iyi şekilde temsil edeceği düşünülen kriterlerden 5 tanesi kullanılarak ülkelerin demiryolu yük taşımacılığı performansları değerlendirilmiştir. Bu kriterler firma sayısı, hat uzunluğu (km), taşıma miktarı (ton), bakım giderleri (Euro), GSYH başına altyapı yatırımları şeklindedir.

Ülkelere ait demiryolu firması sayıları International Union of Railways (2016)’den, hat uzunluğu, taşıma miktarı, bakım giderleri ve altyapı yatırımları verileri ise OECD istatistiklerinden (2016) elde edilmiştir.

Ele alınan kriterlere ait detaylar şu şekildedir;

Firma Sayısı (K1): Çalışmada ele alınan ülkelerin aktif olarak faaliyet gösteren demiryolu firması sayıları International Union of Railways (2016) verilerinden elde edilmiştir.

Hat Uzunluğu (K2): Çalışmada ele alınan ülkelerin, tren servisi için mevcut olan demiryolu güzergahı uzunluğu olarak km cinsinden hat uzunluğu kriteri verileri OECD istatistiklerinden (2016) elde edilmiştir.

Taşıma Miktarı (K3): Belirli bir demiryolu ağında demiryolu aracı kullanan herhangi bir mal hareketi demiryolu taşımacılığı olarak adlandırılırken, taşıma miktarı kriteri olarak OECD istatistiklerinden (2016) elde edilen 1000 Dolarlık GSYİH'ya karşılık ton-km cinsinden demiryolu yük taşımacılığı miktarı verileri kullanılmıştır.

Bakım Giderleri (K4): Demiryolu faaliyetlerinin sürdürülebilir olması için gerekli olan bakımlarda ülkelerin Euro cinsinden harcadığı bakım giderleri verileri OECD istatistiklerinden elde edilmiştir.

Altyapı Yatırımları (K5): Ülkelerin demiryolu altyapısına yapılan yatırım harcamaları: yeniden yapılandırma, yenileme ve altyapı onarımı dahil olmak üzere yeni inşaat ve mevcut altyapının genişletilmesi için harcamalar şeklinde olup, ülkelerin GSYH'ları başına düşen oran şeklinde ele alınmış ve yine OECD istatistiklerinden elde edilmiştir.

2. Aşama: Kriterlerin Önem Derecelerinin (Ağırlıklarının) Elde Edilmesi

Bir önceki aşamada açıklanan kriterlerin ağırlıklarının elde edilmesi için bulanık mantık yaklaşımından faydalanılıp, bulanık AHP yöntemi kullanılmıştır. Burada; bir demiryolu ulaştırma ve taşımacılık uzmanı tarafından kriterler kendi aralarında değerlendirilmiş ve bir başlangıç matrisi elde edilmiştir. Bunu gerçekleştirirken, Tablo 1'de yer alan dilsel değişkenler ve üçgen bulanık sayılar temel alınmıştır. Elde edilen başlangıç matrisi Tablo 2'de görülmektedir. Bulanık AHP uygulama aşamaları eşitlik (2-3) aracılığıyla gerçekleştirilerek öncelikle kriterlerin bulanık ağırlıkları elde edilmiştir. Daha sonra eşitlik (4-5) aracılığıyla kriterlerin durulaştırılmış ağırlıkları elde edilmiştir. Bunlar sırasıyla Tablo 3. ve Tablo 4'te görülmektedir. Buna göre kriterler arası ağırlık sıralaması, K3-K2-K5-K4-K1 şeklinde olup en önemli kriterin taşıma miktarı olduğuna karar verilmiştir.

Tablo 2. Başlangıç Matrisi

	K1	K2	K3	K4	K5
K1	1	0.333	0.333	0.333	0.2
K2	3	1	0.2	5	3
K3	3	5	1	7	3
K4	3	0.2	0.143	1	0.333
K5	5	0.333	0.333	3	1

Tablo 3. Bulanık Ağırlıklar

	l	m	u
K1	0.004515	0.010039	0.028738
K2	0.072238	0.172002	0.409827
K3	0.302891	0.713117	1.639308
K4	0.007861	0.017227	0.042545
K5	0.03698	0.087615	0.235384

Tablo 4. Ağırlıklar

	w
K1	0.011
K2	0.173
K3	0.702
K4	0.017
K5	0.095

3. Aşama: Ülkelerin Demiryolu Yük Taşımacılık Performanslarının Değerlendirilmesi

Bir önceki aşamada kriterlerin ağırlıkları elde edilmiştir. Bu aşamada ise elde edilen bu ağırlıklar da kullanılarak VIKOR yöntemi aracılığıyla ülkelerin demiryolu yük taşımacılık performanslarının değerlendirilecektir. Ele alınan ülkeler; Türkiye (Ü1), Avusturya (Ü2), Çek Cum. (Ü3), Finlandiya (Ü4), Macaristan (Ü5), Polonya (Ü6), İsveç (Ü7) ve Slovakya (Ü8) şeklindedir. Tablo 5'te her bir ülke için International Union of Railways (2016) ve OECD istatistiklerinden (2016) elde edilen verilerin yer aldığı başlangıç matrisi görülmektedir. Ardından eşitlik 7-11 aracılığıyla ağırlıklı standart karar matrisi ve s r q değerleri elde edilmiştir. Bunlar sırasıyla Tablo 6 ve 7'de görülmektedir. Literatürde yapılan çalışmalara uygun bir şekilde, Qi değerleri 0.1,0.5,0.75 ve 1 alınmıştır.

Tablo 5. Başlangıç Matrisi

Ülkeler	K1	K2	K3	K4	K5
Ü1	1	10131	11661	171717474	0.22
Ü2	4	4917	20856	535000000	0.431
Ü3	2	9462.69	15619	576898891	0.386
Ü4	2	5926	9455	216000000	0.249
Ü5	4	7748.7	10528	549990368	0.284
Ü6	1	18429	50650	729443579	0.077
Ü7	3	9684	21406	954126308	0.253
Ü8	3	3626.3	9111	9500000	0.162
fj*	4	18429	50650	9500000	0.077
fj-	1	3626.3	9111	954126308	0.431

Tablo 6. Ağırlıklı Standart Karar Matrisi

Ülkeler	K1	K2	K3	K4	K5
Ü1	0.011	0.097	0.659	0.003	0.038
Ü2	0.000	0.158	0.504	0.010	0.095
Ü3	0.008	0.105	0.592	0.011	0.083
Ü4	0.008	0.146	0.697	0.004	0.046
Ü5	0.000	0.125	0.678	0.010	0.056
Ü6	0.011	0.000	0.000	0.014	0.000
Ü7	0.004	0.102	0.495	0.018	0.047
Ü8	0.004	0.173	0.702	0.000	0.023

Tablo 7. S R Q Değerleri

Ülkeler	S _i	R _i			v=0 .1	v=0 .5	v=0. 75	v=1
Ü1	0.8	0.6	S	0.0	0.9	0.9	0.90	0.8
	09	59	*	25	33	16	5	94
Ü2	0.7	0.5	S	0.9	0.7	0.7	0.81	0.8
	67	04	-	02	25	79	2	46
Ü3	0.7	0.5	R	0.0	0.8	0.8	0.87	0.8
	99	92	*	14	44	61	2	82
Ü4	0.9	0.6	R	0.7	0.9	0.9	0.99	0.9
	01	97	-	02	92	95	7	98
Ü5	0.8	0.6	v	0.1	0.9	0.9	0.96	0.9
	69	78	1	00	65	64	3	62
Ü6	0.0	0.0	v	0.5	0.0	0.0	0.00	0.0
	25	14	2	00	00	00	0	00
Ü7	0.6	0.4	v	0.7	0.7	0.7	0.72	0.7
	66	95	3	50	01	14	2	31
Ü8	0.9	0.7	v	1.0	1.0	1.0	1.00	1.0
	02	02	4	00	00	00	0	00

4. Aşama: Sıralamalar ve Uzlaşık Çözümlerin Elde Edilmesi

Bir önceki aşamada elde edilen S_i , R_i ve Q_i değerleri Tablo 8’de görüldüğü gibi, küçükten büyüğe doğru sıralanmıştır. Uzlaşık çözüm için ise eşitlik 12 ve 13’den faydalanarak sonuçlar elde edilmiştir ve Tablo 9’da buna dair sonuçlar görülmektedir. Elde edilen bu sonuçlara göre; $Q_i=0.1$, 0.5 ve 1 değerleri için kabul edilebilir avantaj ve kabul edilebilir istikrar şartlarının aynı anda sağlandığı görülmektedir. Fakat $Q_i= 0.75$ için kabul edilebilir avantaj şartı sağlandığı halde, kabul edilebilir istikrar şartı sağlanamamaktadır. Sıralamalara bakıldığında $Q_i=0.1$, 0.5 ve 1 değerleri için sıralamalar eşit olmakta bu sebeple çözüm olarak; $Q_i=0.1$, 0.5 ve 1 değerleriyle elde edilen; Polonya- İsveç- Avusturya- Çek Cum.- Türkiye- Macaristan- Finlandiya- Slovakya (Ü6-Ü7-Ü2-Ü3-Ü1-Ü5-Ü4-Ü8) sıralaması kabul edilmiştir.

Tablo 8. S_i , R_i Ve Q_i Değerlerinin Sıralanması

S_i	R_i	$Q_i, v=0.1$	$Q_i, v=0.5$	$Q_i, v=0.75$	$Q_i, v=1$
Polonya 0.025	Polonya 0.014	Polonya 0	Polonya 0	Çek Cum. 0	Polonya 0
İsveç 0.666	İsveç 0.495	İsveç 0.701	İsveç 0.714	Macaristan 0.722	İsveç 0.731
Avusturya 0.767	Avusturya 0.504	Avusturya 0.725	Avusturya 0.779	İsveç 0.812	Avusturya 0.846
Çek Cum. 0.799	Çek Cum. 0.592	Çek Cum. 0.844	Çek Cum. 0.861	Türkiye 0.872	Çek Cum. 0.882
Türkiye 0.809	Türkiye 0.659	Türkiye 0.933	Türkiye 0.916	Polonya 0.905	Türkiye 0.894
Macaristan 0.869	Macaristan 0.678	Macaristan 0.965	Macaristan 0.964	Slovakya 0.963	Macaristan 0.962
Finlandiya 0.901	Finlandiya 0.697	Finlandiya 0.992	Finlandiya 0.995	Avusturya 0.997	Finlandiya 0.998
Slovakya 0.902	Slovakya 0.702	Slovakya 1	Slovakya 1	Finlandiya 1	Slovakya 1

Tablo 9. Kabul Edilebilirlik Şartlarının Değerlendirilmesi

Q_i	C1	C2	Sıralama
0.1	DOĞRU	DOĞRU	Ü6-Ü7-Ü2-Ü3-Ü1-Ü5-Ü4-Ü8
0.5	DOĞRU	DOĞRU	Ü6-Ü7-Ü2-Ü3-Ü1-Ü5-Ü4-Ü8
0.75	DOĞRU	YANLIŞ	Ü3-Ü5-Ü7-Ü1-Ü6-Ü4-Ü8-Ü2
1	DOĞRU	DOĞRU	Ü6-Ü7-Ü2-Ü3-Ü1-Ü5-Ü4-Ü8

Sonuç

Demiryolu yük taşımacılığı maliyet, güvenlik, sabit ulaştırma süreleri ve izlenebilirlik avantajlarıyla, kara, deniz ve havayolu ile taşımacılığına kıyasla oldukça elverişlidir. Bu gibi özellikleriyle demiryolu yük taşımacılığının, gelişmiş ülkelerin lojistik hizmetlerinin önemli bir parçası olduğu görülmektedir. Çevreye duyarlı, yeşilci üretim anlayışları benimseyen işletmeler demiryolu taşımacılığını diğer taşımacılık yöntemlerine tercih etmektedirler. Fakat demiryolu ulaştırma ağı kurma maliyetleri, bunun işletilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için gerekli bakım onarım ve alt yapı maliyetleri oldukça yüksektir.

Bu çalışmada OECD üyesi 8 farklı ülke için 5 ayrı kriter üzerinden demiryolu yük taşımacılığı faaliyetlerinin etkinliği değerlendirilmiştir. Ele alınan; firma sayısı, hat uzunluğu (km), taşıma miktarı (ton), bakım giderleri (Euro), altyapı yatırımları kriterlerine ait ağırlıklar bulanık AHP yöntemi ile elde edilmiş ve ülkelere ait elde edilen gerçek verilerle bir performans sıralaması gerçekleştirmek için ise VIKOR yöntemi kullanılmıştır.

Kullanılan bulanık AHP ve VIKOR bütünleşik yöntemi, başta tedarik zinciri ve lojistik olmak üzere farklı sektörlerde uygulamalar geliştirilebilecek esnek bir yöntemdir. Çalışmadan elde edilen sonuçlara bakıldığında; kriterlerin önem dereceleri sırasıyla taşıma miktarı (K3), hat uzunluğu (K2), altyapı yatırımları (K5), bakım giderleri (K4), firma sayısı (K1) şeklinde olup,

ülkelerin performans sıralaması Polonya- İsveç- Avusturya- Çek Cumhuriyeti- Türkiye- Macaristan- Finlandiya- Slovakya şeklinde olduğu görülmektedir.

Değerlendirmeye alına ülkeler arasında demiryolu yük taşımacılığı faaliyetlerinin en etkin olduğu Polonya, aynı zamanda en yüksek taşıma miktarına sahip ülkedir ve hat uzunluğu da en yüksek ülkedir. Bir adet firmaya sahip olmasına rağmen, demiryolu bakım giderleri açısından İsveç'ten sonra ikinci sırada yer almaktadır. Demiryolu yük taşımacılığı faaliyetlerinin en az etkin olduğu ülke Slovakya ise, aynı zamanda taşıma miktarı ve hat uzunluğu en düşük ülkedir.

Ülkemiz Türkiye, hat uzunluğu açısından Polonya'dan sonra ikinci sırada yer almakta fakat taşıma miktarı açısından dördüncü sırada yer almaktadır. Bakım giderleri açısından yedinci, altyapı yatırımları açısından ise altıncı sırada yer almaktadır. Firma sayısı ise bir adettir. Bu durum; hat uzunluğu ne kadar fazla olursa olsun, taşınan miktarın az olması halinde, demiryolu yük taşımacılığı faaliyetlerinin etkinliğinin, zayıf olmasına sebep olduğunu göstermektedir. Türkiye, sahip olduğu demiryolu altyapı ve kaynaklarını etkin kullanabilmek için bakım ve altyapı giderlerini artırmalı, firmaları demiryolu taşımacılığı kullanma konusunda teşvik edici politikalar geliştirmelidir.

Kaynakça

- Ahi, M. T., Yıldız, K. (2017). Türkiye'de Demiryolu Sektörü İçin Lojistik Zincir Analizi ve Modellemesi – SCOR Yöntemi. *TMMOB İnşaat Mühendisleri Odası 12. Ulaştırma Kongresi*, 291-300.
- Bojovic, N., Milenkovic, M. (2008). The Best Rail Fleet Mix Problem. *Oper Res Int J.*, 8, 77–87.
- Buckley J.J. (1985). Ranking Alternatives Using Fuzzy Numbers, *Fuzzy Sets Systems*, 15(1), 21-31.
- Cacchiani, V., Caprara, A., Toth, P. (2010). Scheduling Extra Freight Trains on Railway Networks. *Transportation Research Part B.*, 44, 215–231.
- Chang, D.Y. (1996). Applications of the Extent Analysis Method on Fuzzy AHP. *Eur J Oper Res*, 95, 649–55.
- Chiou, Y.C., Lan, L. W., & Yen, B. T. H. (2012). Route-based Data Envelopment Analysis Models. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 48(2), 415–425.
- Chou, S-W., and Chang, Y-C., (2008) The Implementation Factors That Influence the ERP (Enterprise Resource Planning) Benefits, *Decision Support Systems*, 46 (1), 149-157.

- Çekerol, G. S., Nalçakan, M. (2011). Lojistik Sektörü İçerisinde Türkiye Demiryolu Yurtiçi Yük Taşıma Talebinin Ridge Regresyonla Analizi. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 31(2), 321-344.
- Anghinolfi, D., Paolucci, M., Sacone, S., & Siri, S. (2011). Freight transportation in railway networks with automated terminals: A mathematical model and MIP heuristic approaches. *European Journal of Operational Research*, 214, 588–594.
- Gürol, P. Sezer, F., Kara, K. (2015). Türkiye’de Demiryolu ile Limanlardan Taşınması Gereken Yük Miktarlarının Zaman Serisi Analiziyle Tahmin Edilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi IV. Ulusal Lojistik ve Tedarik Zinciri Kongresi*.
- Gürsoy, M. (2010). A Decision Supportive Method For Multimodal Freight Transport Mode Choice: An Example From Turkey. *Iranian Journal of Science & Technology, Transaction B: Engineering*, 34, B4, 461-470.
- Hajiaghal, S.H.R., Hashemi, S.S., Mohammadi, Y., Zavadskas, E.K. (2016). Fuzzy Belief Structure Based VIKOR Method: An Application For Ranking Delay Causes of Tehran Metro System By FMEA Criteria. *TRANSPORT*, 31(1), 108–118.
- Hilmola, O.P. (2007). European railway freight transportation and adaptation to demand decline: Efficiency and partial productivity analysis from period of 1980-2003. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 56(3), 205-225.
- International Union of Railways Statistics. <https://uic.org/statistics> Erişim Tarihi: Eylül 2018.
- Kuzu, S. (2015). *VIKOR, Operasyonel, Yönetmel ve Stratejik Problemlerin Çözümünde Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri*. Bursa: Dora Yayıncılık.
- Liu, D. (2016). Measuring Aeronautical Service Efficiency and Commercial Service Efficiency of East Asia Airport Companies: An application of Network Data Envelopment Analysis. *Journal of Air Transport Management*, 52, 11–22.
- Longo, G., Padoano, E., Rosato, P., Strami, S. (2009). Considerations on the Application of AHP/ANP Methodologies to Decisions Concerning a Railway Infrastructure. *Proceedings of the International Symposium on the Analytic Hierarchy Process*.
- Nuhodzic, R., Macura, D., Bojovic, N. (2010). One Approach for Management Rail Marketing Strategies. *Economic Computation & Economic Cybernetics Studies & Research*, 44(1).
- Nyström, B., Söderholm, P. (2010). Selection of Maintenance Actions Using the Analytic Hierarchy Process (AHP): Decision-Making in Railway Infrastructure. *Structure and Infrastructure Engineering*, 6(4), 467-479.
- OECD Stats. <https://stats.oecd.org/> Erişim Tarihi: Eylül 2018.

- Opricovic, S., Tzeng, G.H. (2004). Compromise solution by MCDM methods: A comparative analysis of VIKOR and TOPSIS. *European Journal of Operational Research*, 156, 445–455.
- Ranjan, R., Chatterjee, P., Chakraborty, S. (2016). Performance Evaluation of Indian Railway Zones Using DEMATEL and VIKOR Methods. *Benchmarking: An International Journal*, 23(1), 78-95.
- Sheth, C., Triantis, K., & Teodorovic, D. (2007). Performance Evaluation of Bus Routes: A Provider and Passenger Perspective. *Transportation Research Part E*, 43, 453–478.
- Tadić, S., Zečević, S., Krstić, M. (2015) Ranking of Logistics System Scenarios Using Combined Fuzzy AHP-VIKOR MODEL. *International Journal for Traffic and Transport Engineering*, 5(1), 54-63.
- Taherkhani, H., Esfahani, M.H. (2017). Presenting a New Hybrid Model of MCDM Methods in Selecting the Best Material of Sleepers in Railway. *International Journal of Railway Research*, 4(1), 1-14.
- Van-Laarhoven, P.J.M., Pedrycz, W. (1983). A Fuzzy Extension of Saaty's Priority Theory. *Fuzzy Sets and Systems*, 11, 229-241.
- Vesković, S., Stević, Ž., Stojić, G., Vasiljević, M., Milinković, S. (2018). Evaluation of The Railway Management Model By Using A New Integrated Model DELPHI-SWARA-MABAC. *Decision-making: Applications in Management and Engineering*, 1(2).
- Wanke, P., Chen, Z., Liu, W., Antunesa, J.J.M., Azad, M.A.K. (2018). Investigating the drivers of railway performance: Evidence from selected Asian countries. *Habitat International*, 80, 49–69.
- Wiegmans, B., Champagne-Gelinas, A., Duchesne, S., Slack, B. & Witte, P. (2018). Rail and road freight transport network efficiency of Canada, member states of the EU, and the USA. *Research in Transportation Business & Management*, 28, 54-65.
- Yaghinia, M. & Akhavan R. (2012). Multicommodity Network Design Problem in Rail Freight Transportation Planning. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 43, 728 – 739.
- Yang, L., Gao, Z. & Li, K. (2011). Railway Freight Transportation Planning with Mixed Uncertainty of Randomness and Fuzziness. *Applied Soft Computing*, 11, 778–792.
- Yu, M. M. (2008). Assessing the Technical Efficiency, Service Effectiveness, and Technical Effectiveness of the World's Railways Through NDEA Analysis. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 42(10), 1283–1294
- Yu, M.-M. & Lin, E. T. J. (2008). Efficiency and Effectiveness in Railway Performance Using A Multi-Activity Network DEA Model. *International Journal of Management Science*, 36(6), 1005–1017.

- Yu, M.-M., Chen, L.-H., & Hsiao, B. (2016). Dynamic Performance Assessment of Bus Transit with the Multi-Activity Network Structure. *Omega*, 60, 15-25.
- Zahurul Islam, D. Md. (2018). Prospects for European Sustainable Rail Freight Transport During Economic Austerity, *Benchmarking: An International Journal*, 25(8), 2783-2805.
- Zhang, X., Li, L. & Zhang, J. (2019). An Optimal Service Model for Rail Freight Transportation: Pricing, Planning, and Emission Reducing. *Journal of Cleaner Production*, 218, 565-574.



E-Atmosferin Plansız Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisinde Alışveriş Keyfinin Aracılık Rolü: Tüketicilerin Atmosfer Duyarlılıklarına Göre Bir Karşılaştırma

The Mediating Role of Shopping Enjoyment on the Effect of e-Atmospherics on Impulse Buying Behavior: A Comparison on the Atmospheric Responsiveness of Consumers

**Ece Bayramoğlu¹ - Kübra Tuğçe Özata² - Doç. Dr. Oylum Korkut Altuna³
Prof. Dr. F. Müge Arslan⁴**

Başvuru Tarihi: 13.06.2018

Kabul Tarihi: 18.02.2019

Öz

Günümüzde e-ticaretin gelişmesi ve tüketiciler için e-ticaret sitelerinin oldukça yoğun olarak tercih edilen bir kanal haline dönüşmesi ile birlikte, bu alana olan akademik ilgi de artmıştır. Literatür incelendiğinde, e-alışveriş davranışları ve e-tüketiciler üzerine yürütülen çalışmalar arasında e-ticaret sitesine ilişkin çeşitli unsurların e-alışveriş davranışı üzerindeki etkilerinin farklı perspektiflerden ele alındığı görülmektedir. Bu çalışmanın amacı, e-atmosferin plansız satın alma davranışı ve alışveriş keyfi üzerindeki etkilerinin incelenmesi ve bu ilişkide alışveriş keyfinin aracılık etkisinin e-tüketicilerin atmosfer duyarlılık düzeylerine göre test edilmesidir.

Araştırma kapsamında kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak 234 cevaplayıcı üzerinde çevrimiçi anket yapılmıştır. Araştırma sonucunda alışveriş keyfi değişkeninin e-atmosferin plansız satın alma davranışı üzerindeki etkisinde tüm örneklem için ve farklı atmosfer duyarlılığı seviyelerine (düşük/yüksek) sahip gruplar için tam aracılık rolü üstlendiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: E-Atmosfer, E-Atmosferik Unsurlar, Alışveriş Keyfi, Plansız Satın Alma, Atmosfer Duyarlılığı

Abstract

Nowadays academic interest in e-consumer behavior has increased as a result of the substantial development of e-commerce and the significant growth in the usage of e-commerce sites as a marketing channel by consumers. Review of previous literature reveals a number of studies dealing with the relationship between various characteristics of web sites and their effects on e-consumers and their

¹ İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ece.bayramoglu@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-1665-348X

² İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, k.t.ozata@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1665-348X

³ İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, oaltuna@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1665-348X

⁴ Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi, mugearslan@marmara.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1665-348X

behavior from different perspectives. The aim of this study is to investigate the effects of e-atmospherics on impulse buying behavior and shopping enjoyment and to test the mediating role of shopping enjoyment on this relationship according to the atmospheric responsiveness levels of e-consumers.

In the study, convenience sampling was used where 234 surveys were collected using online survey method. The results of the study show that shopping enjoyment has a statistically significant mediating role on the relationship between atmospherics and impulse buying behavior for the total sample and for the two different levels (low/high) of atmospheric responsiveness groups.

Keywords: *E-Atmospherics, E-Atmospheric Cues, Shopping Enjoyment, Impulse Buying, Atmospheric Responsiveness*

Giriş

Tüketici davranışları, her geçen gün önemi daha da artan bir konu haline gelmektedir. Tüketici davranışlarına konu olan “birey”, küresel ve makro çevresel koşullar gereği kendini yenileyen, her an istekleri farklılaşabilen karmaşık bir varlıktır ve bu nedenle tüketici davranışları da sürekli değişim gösteren, dinamik bir alandır. Son yıllarda işletme alanında görülen değişimler sonucunda istek ve ihtiyaçların karşılanması açısından tüketicileri memnun etmek daha da güç hale gelmiştir. Tüketiciler mal veya hizmeti daha hızlı elde etmeye, tek seferde ihtiyaçlarını tek merkezden karşılamaya ihtiyaç duymaktadırlar (Özmen, 2009). Özellikle teknolojinin gelişimi ve internetten pazarlamanın oldukça yaygınlaşması, pazarlama profesyonelleri ve akademisyenlerini de bu ortamdaki tüketici davranışlarını anlama çabası içine yöneltmiştir. İnternette alışverişin yaygınlaşmasında, tüketicilerin bilgiye ulaşma maliyetini azaltması ve perakendecilerin iş yapma maliyetlerini düşürmesinin etkili olduğu bilinen bir gerçektir. İnternet kullanım oranı Türkiye’de 2017 yılında 16-74 yaş grubundaki bireylerde %66,8 oranına ulaşmıştır (<http://www.tuik.gov.tr>, 24.04.2018). Bu artış, internet üzerinden alışveriş oranının da yükselmesine ve bunun sonucu olarak e-ticaret sistemine ilişkin dinamiklerin anlaşılması yönünde gerekliliğin artmasına neden olmuştur. Bu bağlamda e-ticaret, e-perakendecilik, e-tüketici davranışları, e-mağazacılık gibi alanlarda profesyonel araştırmaların yanı sıra akademik çalışmaların sayısının da büyük artış gösterdiği görülmektedir.

Perakendecilikte, mağaza çekiciliğini artırmak ve tüketiciler açısından mağazayı çekici kılacak mağaza atmosferi oluşturmaya yönelik çok sayıda araştırma ile karşılaşmak mümkündür (ör. Kotler, 1973-1974; Bitner, 1992; Turley ve Milliman, 2000; Mattila ve Wirtz, 2001; Baker vd, 2002). Geleneksel mağazacılıkta olduğu gibi, e-mağazacılıkta da mağaza atmosferi unsurlarının önemi vurgulanmaktadır. Bilindiği gibi, mağaza atmosferinde beş duyu organına hitap edilebilirken, e-mağazacılıkta sadece görsel ve işitsel unsurlar kullanılarak e-atmosfer yaratılabilmektedir (Arslan, 2011), ancak atmosfer yaratmadaki mantık her iki mağaza ortamında da aynıdır. E-perakendecilikte mağaza atmosferi üzerine belirli çalışmalar bulunmaktadır (örneğin, Chang ve Chen, 2008; Davis vd., 2008; Manganari vd. 2009; Mazaheri vd., 2013; Koo ve Park 2017). E-atmosfer konusuna odaklanan söz konusu çalışmalarda da, geleneksel perakendecilik çalışmalarında olduğu gibi Uyarıcı–

Organizma-Tepki (U-O-T) (*Stimulus-Organism-Response, S-O-R*) modelinin temel alındığı görülmektedir (Eroğlu vd., 2003; Wu vd., 2008; Kim ve Lennon, 2009; Manganari vd., 2009; Koo ve Ju, 2010). Mağaza atmosferi, U-O-T modeli çerçevesinde uyarıcı olarak yer almakta ve tüketici davranışları üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğu bilinmektedir (Eroğlu vd., 2003; Kim ve Lennon, 2009).

Mağaza atmosferi konusunda ilgili literatür incelendiğinde çok sayıda çalışmanın yer aldığı görülmekle beraber, tüketicilerin mağaza atmosfer duyarlılıklarını ele alan ve mağaza atmosferinin tüketici davranışları üzerindeki etkilerini mağaza atmosfer duyarlılığı perspektifi ile değerlendiren çalışmaların sayısının oldukça kısıtlı olduğu görülmektedir (Eroğlu vd., 2001; Fiore ve Kim, 2007). Bu araştırmanın bu açıdan literatürde önemli bir boşluğu doldurması beklenmektedir.

Son yıllarda, tüketicilerin ihtiyaç oluştuğunda satın alma gerçekleştiren bireylerden çok, ihtiyaç oluşmadan anlık karar verip satın alma gerçekleştiren bireylere dönüştükleri gözlemlenmektedir (Özgüven, 2015). Tüketicilerin sıklıkla, anlık oluşan, önceden planlanmamış, ürünü gördükleri anda satın almaya yönelik davranışlar sergiledikleri görülmektedir. Bunun farkında olan işletmeler de tüketicileri plansız satın almaya yönelten uygulamalar başlatmış ve plansız satın almayı tetikleyen unsurları mercek altına almaya başlamışlardır. Bu unsurlardan biri olan mağaza atmosferi unsurları da tüketicileri plansız satın almaya yönlendirmede büyük bir etkiye sahiptir. Literatürde U-O-T modeli temel alınarak geliştirilen mağaza atmosferi çalışmalarında plansız satın alma davranışının bağımlı değişken olarak ele alındığı çalışmaların sayısı oldukça fazladır (Parboteeah vd., 2009; Spies vd., 1997). Bahsi geçen çalışmalar incelendiğinde mağaza atmosferi unsurları ile plansız satın alma davranışı ilişkisinde alışveriş keyfinin aracılık etkisinin de test edildiği çalışmalara rastlanmıştır (Koufaris 2002; Adelaar, 2003; Verhagen ve Dolen, 2011). Bu çalışmada da benzer şekilde, alışveriş keyfinin aracılık etkisi test edilecektir. Yapılan literatür taraması sonucunda sözkonusu etkilerin Türkiye’de e-perakende ortamında test edilmediği anlaşıldığından çalışmanın bir boşluğu dolduracağı düşünülmekte, konu ile ilgilenen akademisyen ve pratisyenlere ışık tutması beklenmektedir.

Tüm bu unsurlar göz önünde bulundurularak, eldeki çalışmada e-atmosferin plansız satın alma davranışı ve alışveriş keyfi üzerindeki etkilerinin ve e-atmosfer ile plansız satın alma davranışı ilişkisinde alışveriş keyfinin aracılık etkisinin cevaplayıcıların atmosfer duyarlılık seviyelerine göre test edilmesi amaçlanmaktadır.

Teorik Çerçeve ve Hipotez Geliştirme

Çevresel psikoloji kapsamında; mağaza atmosferi *uyarıcı*; tüketici tutumları *duygu* ve bu tutumlar sonucunda tüketicilerin geliştirdiği tepki ise *davranış* olarak tanımlanmaktadır (Mehrabian ve Russell, 1974; Donovan ve Rossiter, 1982). Mehrabian ve Russell’ın 1974’te oluşturduğu Uyarıcı (Stimulus)-Organizma (Organism)-Tepki/davranış (Response) (U-O-T:S-O-R) modeli birçok çalışmaya temel teşkil etmektedir. U-O-T modeli, bireylerin çevrelerine nasıl tepki verdikleriyle ilgili temel bir modeldir. Bu modelin önemli önermelerinden birisi, duyguların müşterilerin hizmet ortamlarına tepkilerinin temel tetikleyicisi olmasıdır (Mehrabian ve Russell, 1974). Mehrabian ve Russell (1974) bireyleri çevreleyen birçok uyarıcının (çevresel uyarıcı) olduğunu ve bu uyarıcıların

bireyler üzerinde etki yaratarak, onları çeşitli davranışlara yönlendirdiğini vurgulamaktadırlar. Bu yaklaşıma göre, çevresel uyaranlar bireylerde memnuniyet, uyarılma ve baskınlık boyutlarında duygulara sebep olmaktadır (Mehrabian ve Russell, 1974). Bireyin bu uyaranlara nihai tepkisi ise yaklaşma veya kaçınma olarak iki temel davranışla sonuçlanmaktadır (Donovan ve Rossiter, 1982; Russell ve Snodgrass, 1987). U-O-T modelini temel alan çalışmalarda duyguların tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde etkisi olduğu bulgularına ulaşılmıştır (Donovan ve Rossiter, 1982; Sherman vd., 1997). Tüketici davranışı, bu model içerisinde değerlendirildiğinde *Uyarıcı*, birey için dışsal bir faktördür ve bu faktör hem pazarlama karması unsurlarından hem de diğer çevresel unsurlardan oluşur. *Organizma*, uyarıcı ve bireyin tepkileri arasındaki ilişkiye aracılık eden bilişsel ve duygusal aracı durumları ve süreçleri ifade eder (Mehrabian ve Russell, 1974). *Tepki* ise, tutum ve/veya davranış gibi belirli davranış ve psikolojik tepkileri içeren son faaliyet ya da tüketici reaksiyonudur (Bagozzi, 1986). Mağaza unsurlarının tüketici davranışları üzerindeki etkilerinin literatürde genellikle U-O-T modeli kapsamında ele alındığı görülmektedir (Spies vd., 1997; Eroğlu, 2003). E-perakendecilik üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde U-O-T modelinin geleneksel mağazacılıkta olduğu kadar, e-mağaza alışverişlerindeki tüketici davranışlarını inceleyen çalışmalara da temel teşkil ettiği görülmektedir (Eroğlu, 2003; Wu vd., 2008; Kim ve Lennon, 2009; Manganari vd., 2009; Koo ve Ju, 2010). Bir başka deyişle, sanal satın alma sürecinde de, U-O-T modelinin, web temelli uyarıcıların sanal tüketici davranışları üzerindeki etkilerinin incelenmesinde temel alındığı söylenebilir (Dahlén ve Lange 2002; Deng ve Poole 2012; Li, 2011).

Atmosfer, alıcılar üzerinde belirli duygusal etkiler yaratmak ve satın alma olasılıklarını artırmak için bilinçli olarak satın alma ortamının tasarlanmasıdır (Kotler, 1973-1974). Kotler'a (1973-1974) göre, bir ürünün en önemli özelliklerinden biri satın alındığı veya tüketildiği yer olmakta olup, bazı durumlarda satın alma kararı üzerinde üründen daha da fazla etkiye sahip olabilmektedir. Diğer bir deyişle bazı durumlarda, atmosfer birincil ürün konumuna gelmektedir. Kotler (1973-1974), atmosfer unsurlarını, görsel (renk, boyut, şekil), işitsel, dokunsal ve koku gibi ana duygusal bileşenler olarak sınıflandırmaktadır.

Baker vd., (2002) atmosferi, ortam unsurları (örneğin, aydınlatma ve müzik) ve sosyal unsurlar (örneğin, çalışanların sayısı/güler yüzünlüğü) olarak sınıflandırmış ve bu unsurların memnuniyet, uyarılma ve satın alma isteği üzerindeki etkilerini incelemiştir. Atmosfer ve atmosfer unsurlarının tüketiciler üzerinde yarattığı etkiyi ölçen birçok çalışma yapılmıştır (ör. Donovan ve Rossiter 1982; Turley ve Milliman, 2000; Baker, 2002; Eroğlu vd., 2003; Manganari vd., 2009; Kim vd., 2009; Floh ve Madlberger 2013, Mazaheri vd., 2013). Atmosfer ile ilgili yapılan birçok çalışma Donovan ve Rossiter'in uyguladığı gibi U-O-T modeline dayanmaktadır (Bitner, 1992; Eroğlu, Machleit ve Davis, 1999; Eroğlu, Machleit ve Davis, 2003; Floh ve Madlberger, 2003; Xu, 2007; Koo ve Park, 2017). Bitner (1992) ise, fiziksel çevrenin sosyal unsur üzerindeki etkisini (çalışanlar ve müşteriler), hizmet kuruluşlarının atmosfer özelliklerine odaklanan kavramsal bir modelle sunmuştur. Atmosfer unsurlarının (sosyal, tasarım ve ortam) mağaza seçim kriterlerini değerlendirmede etkili olduğu bilinmektedir (Baker vd., 2002). Y kuşağı üzerine yapılan bir araştırmada, mağaza atmosferi unsurlarının tüketicilerin duygu durumları (memnuniyet ve uyarılma) üzerinde etkili olduğu ve

bunun sonucunda anlık satın alma davranışını olumlu yönde etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır (Xu, 2007).

Sanal alışverişin ortaya çıkışından ve hızla gelişmeye başlamasından itibaren bu alanda yapılan diğer araştırmalar kadar e-atmosfer unsurları ve bu unsurların tüketici davranışı üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar da artış göstermiştir. E-perakendecilikte çevresel unsurlar *görev ilişkili olma* düzeylerine göre (yüksek/düşük) ikiye ayrılmaktadır (Eroğlu vd., 2001). Yüksek görev ilişkili unsurlar, ekranda görünen ve tüketicinin alışveriş hedefine ulaşmasını kolaylaştıran ve etkinleştiren tüm site tanımlayıcıları (sözel/görsel) olarak tanımlanmaktadır. Yüksek görev ilişkili unsurlar tüketicinin fonksiyonel beklentilerine cevap verir. Düşük görev ilişkili unsurlar ise, tüketicinin fonksiyonel beklentileri olmadığı durumlarda etkili olur ve alışveriş görevinin tamamlanması için nispeten önemsiz olan site bilgilerini temsil eder, örneğin sitedeki renkler, ürün dışındaki diğer resimler, müzikler, vs. Bu unsurların yaklaşma (veya kaçınma) tepkilerine müdahale eden içsel durumları (duygusal ve bilişsel) etkilediği ortaya koyulmaktadır. Eroğlu vd., (2003) tarafından yürütülen deneysel çalışma sonuçlarına göre, müşterinin tutumu, tatmin düzeyi ve yaklaşma/kaçınma davranışı üzerinde e-mağaza atmosferinin belirgin bir etkisi bulunmaktadır. Sözkonusu çalışmada, U-O-T modeline göre U (Uyarıcı) atmosfer unsurlarını, O (Organisma) müşterilerin duygusal tepkilerini, T (Tepki) ise yaklaşma/kaçınma davranışını temsil etmektedir.

U-O-T modeli temelli çalışmalarda Uyarıcı (U) olarak mağaza atmosferinin kullanıldığı durumlarda, Tepki (T) olarak Plansız Satın Alma değişkeninin test edildiği çalışmalar olduğu görülmektedir (Spies vd., 1997; Morrin ve Chebat, 2005). Plansız satın alma davranışına yönelik pek çok araştırmacı çeşitli kavramsal tanımlamalarda bulunmuştur. Stern (1962) plansız satın alma davranışını “alışverişçinin daha önceden planlamadan yaptığı herhangi bir satın alma eylemi” olarak tanımlamıştır. Beatty ve Ferrell (1998)’e göre ise plansız satın alma, “tüketicinin belli bir ürün kategorisinden önceden satın alma niyeti olmadan veya belirli bir satın alma görevini yerine getirme niyeti olmadan, ani ve çabuk bir davranıştır”. Rook (1987) ise plansız satın alma davranışını, bir tüketicinin herhangi bir uyarana maruz kaldığında ortaya çıkan pozitif etkilenme neticesinde gerçekleşen plansız alışveriş olarak tanımlamıştır. Plansız satın alma davranışı, ürünün tüketiciler tarafından görülmesi veya ürünü temsil eden uyarıcının fark edilmesiyle başlamaktadır. Plansız satın almada tüketici, çevresel unsurlardan etkilenerek anlık olarak çok yoğun bir duygu seline kapılır ve kendisinde mutlaka satın alma gerektiği hissi oluşur. Dolayısıyla, müşterilerin plansız satın alma kararında o anda var olan dışsal etkiler söz konusudur. Bu dışsal etkilerin başında mağaza atmosferi unsurları gelmektedir. Ancak söz konusu dışsal etkiden etkilenme düzeyi atmosfer duyarlılığı derecesine göre fark gösterebilmektedir.

E-Atmosferik Unsurlar

Geleneksel mağazalarda olduğu gibi e-mağazacılıkta da atmosfer unsurları müşterilerin e-mağaza imajı algısı ve e-mağaza deneyimi üzerinde etkilidir (Eroğlu vd., 2001). Web sitesi atmosferi (e-atmosfer), “olumlu tüketici tepkilerini (sitenin yeniden ziyareti gibi) arttırmak amacıyla kullanıcılar üzerinde olumlu etkiler oluşturmak için web sitesi ortamının bilinçli bir şekilde tasarlanması” şeklinde tanımlanmaktadır (Dailey, 2004, s.796). Sanal alışverişte, web sitesi atmosferi ve atmosfer unsurları tüketicilerin içsel durumlarını ve alışveriş tutumlarını etkilemektedir. Sözkonusu atmosfer unsurlarının neler olduğu ve tüketicileri nasıl etkilediği yönünde pek çok çalışma yapılmıştır. Daha

önce de değinildiği gibi, Eroğlu vd., (2001) atmosfer unsurlarını yüksek ve düşük görev ilişkili olarak incelemişler ve yüksek görev ilişkili unsurların, alışverişin asıl amacına uygun olan, malın tanımı, fiyatı, teslimi, iadesi ile ilgili sözel içerikler, ürün resimleri veya gezinme unsurlarını içerdiğinden; düşük görev ilişkili unsurların ise alışverişin asıl hedefi dışında kalan, sözel içerikler, renkler, animasyonlar, yazı tipleri, müzikler, ürün dışı görseller, bağlantıları vb. kapsadığından bahsetmişlerdir. McKinney (2004) tüketicilerin internet alışverişine yönelik yönelimlerini belirleme amacıyla yola çıktığı çalışmasında sanal atmosferi, dış değişkenler, iç değişkenler, düzen, satın alma noktaları ve müşteri hizmetleri şeklinde beş sınıfta ele almaktadır. Hausman ve Siekpe (2009) ise, web arayüz özelliklerinin tüketici satın alma niyeti üzerindeki etkisini ele aldığı çalışmasında web atmosferini insan ve bilgisayar faktörleri olarak ikiye ayırmıştır. Bilgisayar faktöründe (onay kutuları, menüler, butonlar vb.) gibi işlevsellik özellikleri baskındır. İnsan faktörü ise, keyif, bilişsel sonuçlar, kullanıcı yetkilendirmesi, güvenilirlik, görsel görünüm ve bilgi içeriği özelliklerini kapsamaktadır. Yapılan araştırmalarda, sanal atmosfer unsurlarının (müzik ve renk), tüketicilerin duygusal tepkileri üzerinde önemli bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Wu vd., 2008); tasarım, atmosfer, sosyal yapı gibi e-mağaza atmosfer unsurlarının tüketici davranışlarını çeşitli yönlerden etkilediği saptanmıştır (Manganari vd., 2009). Koo ve Ju'nun 2010'da Güney Kore'de yaptıkları araştırmada, sanal mağaza atmosferi unsurlarının (grafik, renk, bağlantı ve menü) müşteri duygulanımları (memnuniyet ve uyarılma) üzerinde ve bu duygu durumlarının da müşterilerin satın alma niyetleri üzerinde etkili olup olmadığı test edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, menü hariç diğer atmosfer unsurlarının memnuniyet ve uyarılma üzerinde olumlu etkileri olduğu görülmüştür. Bir başka araştırmada, Kuzey Amerika, Çin ve Orta Doğu'da, duyguların ve e-atmosfer unsurlarının (bilişim, etkinlik ve eğlence) tüketici tutumlarına etkisini ortaya konulmuştur (Mazaheri vd., 2013). Davis vd. İse, 2008 yılında yaptıkları çalışmada, Çinli ve Amerikalı sanal müşteriler için, kültürün atmosfer unsurları üzerindeki etkilerini incelemiş ve anlamlı sonuçlara ulaşmışlardır. Parboteeah vd. (2009), web sitesi özelliklerinin plansız satın alma davranışı üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmada, bu özellikleri ikiye ayırmışlardır: görevle ilgili unsurlar ve ruh haliyle ilgili unsurlar. Görevle ilgili unsurlar (güvenlik, gezinme, bilgi, indirme), faydacı olup doğrudan müşterinin işini görmesini sağlayan web sitesi özellikleri iken; ruh haliyle ilgili unsurlar (memnuniyet, görsellik) ise müşteriler üzerinde duygu durumu yaratan özelliklerdir. İlgili çalışmada, web sitesinin hem yüksek kalitede görevle ilgili unsurları hem de ruh haliyle ilgili unsurları sağladığında, sanal plansız satın alma davranışı ihtimalini ve alışveriş miktarının büyüklüğünü maksimize edeceği sonucuna ulaşmışlardır. Koo ve Park'ın (2017) çalışmasında, atmosfer unsurlarının memnuniyet üzerinde etkisi olup olmadığı ve bu tepkinin tüketicilerin yaklaşım davranışına yol açıp açmadığı araştırılmıştır. Söz konusu çalışmada atmosfer unsurları görsel, bilgi, gezinme ve sosyal olmak üzere dört grupta incelenmiştir. Görsel unsur dışındaki diğer atmosfer unsurlarının memnuniyet üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Floh ve Madlberger (2013) ise atmosfer unsurlarını, tasarım, içerik, gezinme olarak üç boyutta ele almış ve bu unsurların plansız satın alma üzerindeki etkilerini incelemiştir. Çalışma sonucunda atmosfer unsurlarının plansız satın almada önemli bir rolü olduğunu saptamışlardır.

Plansız Satın Alma

Literatürde yer alan araştırmalar, sanal mağaza atmosferi unsurlarının plansız satın alma üzerindeki etkilerini ortaya koymaktadır. Adelaar (2003) çalışmasında harekete geçirme etkisi olarak duyguların plansız satın alma üzerinde etkin olduğunu ortaya koymuştur. Bununla birlikte medya formatlarının

ne duygular ne de plansız satın alma üzerinde herhangi bir etkisi bulunduğunu göstermiştir. Parboteeah ve Wells (2009), web sitesi unsurlarının (iş ile ilgili göstergeler ve ruh hali ile ilgili göstergeler) plansız satın alma üzerindeki etkisini, algılanan fayda ve algılanan haz durumlarının aracılık etkisiyle test etmiştir. Çalışmanın sonunda, plansız satın alma eğiliminin ruh hali ile ilgili göstergelere karşı hassas olduğu ve bu göstergelerden etkilendiği sonucuna varılmıştır. Verhagen ve Dolen (2011) ise, sanal mağaza ile ilgili değişkenlerin (mağaza çekiciliği, sitenin kullanım kolaylığı, keyif ve web sitesi iletişim tarzı), tüketici sanal plansız satın alma davranışı ile ilişkisini incelemişlerdir. Plansız satın alma davranışının %40'nun sanal harcamalar olarak gerçekleşmesi bulgusundan yola çıkarak tasarlanan çalışmada, pozitif ve negatif duyguların aracılık etkisi test edilmiştir. Araştırma bulgularına göre, olumlu etkilenme duygusunun sanal plansız satın almanın temel öncüllerinden biri olduğunu ortaya koymuştur. Bressolles, 2007'de yaptığı çalışmada sanal hizmet kalitesi bileşenlerinin müşteri tatmini ve plansız satın alma üzerindeki etkilerini incelemiştir. Elde edilen sonuçlara göre, müşteri tatmininin plansız satın alma üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür. Böylece aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H1: E-Atmosferin plansız satın alma üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

Alışveriş Keyfi

Alışveriş keyfi, alışveriş sürecinde elde edilen memnuniyet olarak tanımlanmaktadır (Beatty ve Ferrell 1998). Shun ve Yunjie (2006) alışveriş keyfini, bir e-mağazadaki alışveriş deneyiminin, beklenen herhangi bir performans sonucundan bağımsız olarak, kendi başına eğlenceli olarak algılanma derecesi olarak ifade etmektedir. Bellenger ve Korgaonkar (1980), alışveriş yapmaktan hoşlanan müşterilerin daha fazla plansız satın alma gerçekleştirdiklerini vurgulamaktadır. Beatty ve Ferrell (1998) alışveriş keyfinin, doğrudan tüketicilerin ruh halleriyle ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. E-tüketiciler, olumlu his yaratan alışverişten keyif almakta ve bunun sonucu plansız alışveriş gerçekleştirmektedirler. Koufaris (2002), önceki çalışmaları temel alarak, alışveriş keyfinin plansız satın alma üzerinde olumlu bir etkiye sahip olup olmadığını test etmiş ancak beklenmedik bir sonuç olarak, alışveriş keyfinin plansız satın alma üzerinde bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Bu çalışmanın aksine, Adelaar (2003), uyaranlara karşı olumlu duygusal tepkilerin plansız satın alma niyetini arttırdığını göstermiştir. Verhagen ve Dolen (2011) tarafından yapılan çalışma, alışveriş keyfi ve plansız satın alma arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Aynı şekilde, Mohan vd. (2013) de, alışveriş keyfinin plansız satın alma üzerinde olumlu bir etkisi olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Ayrıca, yapılan araştırmalara göre, tüketicilerin sanal mağaza ortamına ilişkin algılarının alışveriş keyfi ve alışveriş katılımı üzerinde olumlu etkileri vardır (Kim vd., 2007). Bu bilgiler eşliğinde aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H2: E-Atmosferin alışveriş keyfi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H3: Alışveriş keyfinin plansız satın alma üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H4: Alışveriş keyfinin, e-atmosferin plansız satın alma üzerindeki etkisinde aracılık etkisi bulunmaktadır.

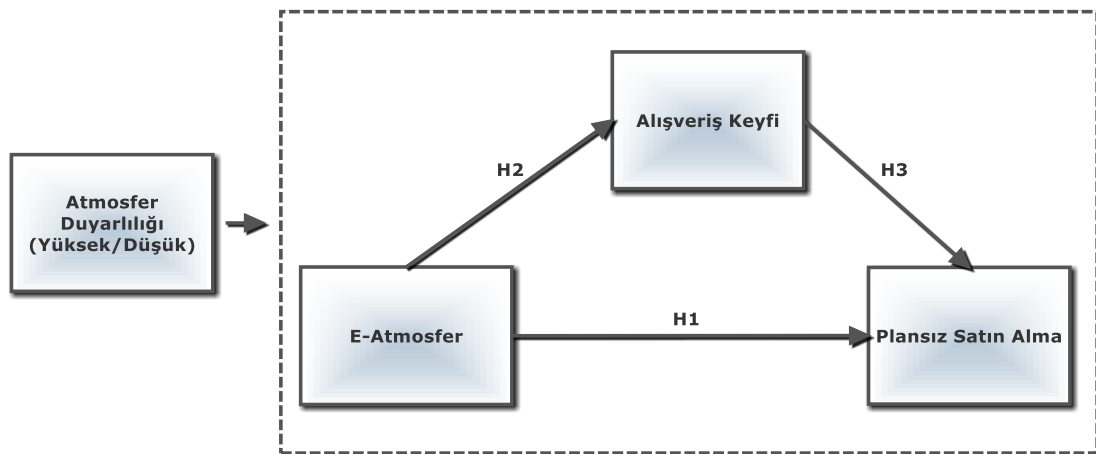
Atmosfer Duyarlılığı

Atmosfer duyarlılığı, müşterinin nerede ve nasıl alışveriş yapacağını ve alışverişe ne kadar zaman harcayacağını belirleyen unsurlardan biridir (Eroglu vd., 2001). Atmosfer duyarlılığı McKechnie (1974) tarafından, mağazanın fiziksel özelliklerine bağlı olarak tüketicinin bir mağazadan alışveriş yapma ve oradan satın alma kararı eğilimi olarak tanımlanmıştır. Bunun sonucu olarak sanal alışveriş bağlamında, atmosfer duyarlılığın, sanal alışveriş uyararı ve müşteri duygusal durumu arasındaki ilişkiyi etkilemesi beklenmektedir.

Sanal alışveriş ortamlarına ilişkin daha önce yürütülen çalışmalarda (Eroglu vd., 2001; Fiore ve Kim, 2007) çeşitli web sitesi uyararı ile tüketicilerin bilişsel ve duygusal tepkileri arasında atmosfer duyarlılığı seviyesi ve demografik özelliklerin aracılık etkileri test edilmiştir. Özellikle, tüketici bireysel farklılık özelliklerinden biri olarak kabul edilen atmosfer duyarlılığının, tüketicilerin, mağaza atmosferi kalitesine bağlı olarak satın alma kararını nasıl etkilediği (Grossbart vd., 1990) ve web sitesi uyararlarından kaynaklı duygusal ve bilişsel tepkiler üzerindeki etkilerinin ne olduğunu inceleyen çalışmalara rastlanmaktadır (Eroglu vd., 2001; Fiore ve Kim, 2007).

Eroglu 2001'de yaptığı çalışmada, tüketicilerin web sitesi uyararı kaynaklı duygusal ve bilişsel tepkilerinin atmosfer duyarlılığı seviyelerine göre farklılık gösterebildiğini ve sanal alışverişte yüksek atmosfer duyarlılığına sahip olmanın fark yarattığını belirtmiştir. Eroglu 2003'te yaptığı çalışmada, web sitesi atmosferi ile duygusal tepki (memnuniyet ve uyarılma) arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Eroglu'nun yaptığı deneysel çalışmada sanal mağaza çevresinin yüksek atmosfer duyarlılığına sahip tüketicilerin memnuniyetini daha fazla etkilediği sonucu elde edilmiştir. Bir başka araştırmada (Lennon, 2011) ise, yüksek atmosfer duyarlılığına sahip tüketicilerin, renkli web sitesi tasarımını daha canlı ve etkili bulduğu sonucuna varılmıştır.

Araştırmada test edilen kavramsal model, tüm etkiler gösterilerek, Şekil 1'de verilmiştir.



Şekil 1. Tüm Etkilerin Yer Aldığı Kavramsal Model

Araştırma Metodolojisi

Çalışmanın amacı e-atmosferin plansız satın alma davranışı ve alışveriş keyfi üzerindeki etkisinin incelenmesi; ayrıca, e-atmosfer ile plansız satın alma davranışı ilişkisinde alışveriş keyfinin aracılık etkisinin test edilmesidir. Çalışmada ilaveten, cevaplayıcıların atmosfer duyarlılığı düzeylerine göre model karşılaştırması yapılarak modeller arasında fark bulunup bulunmadığının tespiti amaçlanmıştır. Araştırma kapsamına dahil edilen e-ticaret sitelerinin belirlenmesi amacı ile Alexa internet sitesi verileri incelenmiş ve bunun sonucunda Türkiye’de en çok kullanılan e-ticaret sitelerinin Trendyol ve Morhipo olduğu görülmüştür (www.alexacom.24.04.2018). Bu bağlamda, söz konusu araştırma modelinin bu iki alışveriş sitesi dâhilinde test edilmesine karar verilmiştir.

Örneklem, Veri Toplama Yöntemi ve Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Araştırmanın ana kütesini Morhipo ve Trendyol e-ticaret sitelerinden ürün satın alma deneyimine sahip olan kişiler oluşturmaktadır. Ana kütenin büyük olması ve ayrıca araştırmadaki zaman ve maliyet kısıtları nedeniyle örneklem alınmasına ve tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yapılmasına karar verilmiştir. Anketler internet yoluyla (çevrimiçi) anket yöntemi ile toplanmıştır. Cevaplayıcıların araştırmaya dâhil edilen e-ticaret sitelerinden alışveriş yapan kişiler arasından seçilmesi amaçlandığından, araştırma anketine “*Trendyol/Morhipo e-ticaret sitesinden alışveriş yapıyor musunuz?*” filtre sorusu ile başlanmıştır.

Araştırmada kullanılan anket üç bölümden oluşmaktadır. Filtre sorusunun ardından anketin ilk bölümünde e-atmosfer, alışveriş keyfi, plansız satın alma ve alışveriş duyarlılığı değişkenlerine ait ölçek maddelerinden oluşan sorular yer almaktadır. İkinci bölümde cevaplayıcıların demografik bilgilerine ilişkin sorular ve üçüncü bölümde ise e-ticaret sitesindeki alışveriş davranışını belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır.

Araştırmada kullanılan e-atmosfer ölçeği, Koo ve Park (2017) çalışmasından alınmış olup, dört boyutta toplanan 18 maddeden oluşmaktadır. Plansız satın alma ölçeği, Yeniçeri vd. (2012)’nin sanal plansız satın alma davranışı üzerine yürüttükleri çalışmadan alınmış olup, beş maddeden ve tek boyuttan oluşmaktadır. Alışveriş keyfi ölçeği, 2013 yılında Beatty ve Ferrell (1998)’in geliştirdiği ölçeği temel alıp çevrimiçi alışveriş ortamına uyarlayan Floh ve Madberger (2013) çalışmasındaki tek boyutlu ve üç maddeden oluşan ölçekten alınmıştır. Atmosfer duyarlılığı ölçeği ise, Eroğlu vd. (2003) çalışmasından alınmış olup, dört maddeden oluşan tek boyutlu bir ölçektir. Söz konusu ölçeklerin tümü 5’li Likert tipi ölçeği (1=Kesinlikle Katılmıyorum; 5=Kesinlikle Katılıyorum) kullanılarak ankette yer almıştır.

Araştırma kapsamında toplam 237 anket toplanmış ve uç değer analizi sonucunda 234 kullanılabilir anket araştırmaya dahil edilmiştir.

Verilerin Analizi ve Araştırma Bulguları

Veri analizi kapsamında araştırmaya katılan cevaplayıcılara ait örneklem profili, ölçek maddelerine ilişkin tanımsal istatistikler, ölçek yapılarına ilişkin güvenilirlik ve geçerlilik testleri ile yapısal eşitlik model testi uygulanmıştır.

Örneklem Profili

Araştırmaya katılan cevaplayıcılara ait örneklem profili ve e-site alışveriş alışkanlıkları Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Örneklem Profili ve E-Site Alışveriş Alışkanlıkları

	Toplam Örnek		Trendyol		Morhipo	
	Fre. (N)	Yüz. (%)	Fre. (N)	Yüz. (%)	Fre. (N)	Yüz. (%)
Cinsiyet						
Kadın	186	79,8	94	83,2	92	76,7
Erkek	47	20,2	19	16,8	28	23,3
Yaş						
18 ve altı	6	2,6	4	3,5	2	1,7
18-20	8	3,4	6	5,3	2	1,7
21-25	73	31,3	49	43,4	24	20,0
26-30	71	30,5	21	18,6	50	41,7
31-40	48	20,6	21	18,6	27	22,5
41-50	19	8,2	9	8,0	10	8,3
51+	8	3,4	3	2,7	5	4,2
İlgili Siteden En Sık Satın Alınan Ürün Grubu						
Giyim	196	86,7	101	91,8	95	81,9
Aksesuar	7	3,1	0	0	7	6,0
Kozmetik	11	4,0	5	4,5	6	5,2
Ev eşyası	2	0,9	1	0,9	1	,9
Spor Ekipmanı	3	1,3	0	0	3	2,6
Diğer	7	3,1	3	2,7	4	3,4
İlgili Sitenin Ayda Ortalama Ziyaret Sıklığı						
< 1 defa	41	17,7	13	11,5	28	23,5
2-5 defa	100	43,1	52	46,0	48	40,3
6-10 defa	37	15,9	13	11,5	24	20,2
11-20 defa	28	12,1	18	15,9	10	8,4
21-30 defa	16	6,9	10	8,8	6	5,0
31+ defa	10	4,3	7	6,2	3	2,5
İlgili Site Her Ziyaret Edildiğinde Geçirilen Ortalama Süre						
< 1 saat	165	72,7	78	71,6	87	73,7
1-2 saat	58	25,6	29	26,6	29	24,6
3-4 saat	3	1,3	2	1,8	1	0,8
5-6 saat	1	0,4	0	0	1	0,8
İlgili Site Her Ziyaret Edildiğinde Yapılan Ortalama Harcama						
0-50 TL	16	7,1	7	6,4	9	7,8
51-100 TL	98	43,6	52	47,7	46	39,7
101-250 TL	87	38,7	42	38,5	45	38,8
251-500 TL	24	10,7	8	7,3	16	13,8

Tablo 1’de görüldüğü gibi, toplam örneklemin çoğunluğu kadın (%79,8) ve 21-25 yaş aralığında (%31,3), ilgili siteden ağırlıklı olarak giyim eşyası satın alan (%86,7), siteyi ayda ortalama 2-5 defa ziyaret eden (%43,1), her ziyaretinde ortalama bir saatten az süre geçiren (%72,7) ve her alışverişinde ortalama 51-100 TL arasında harcama yapan (%43,6) kişilerden oluşmaktadır. Alışveriş sitesine göre ayırım yapıldığında ise, örneklem profili toplamla büyük benzerlikler göstermektedir; sadece Morhipo örnekleminde ortalama yaş, toplama ve Trendyol örnekleminde göre daha yüksek çıkmıştır (Morhipo: 26-30 yaş aralığı (%41,7); toplam ve Trendyol: 21-25 yaş aralığı (%31,3; %43,4).

Ölçek Maddelerine İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Araştırmada yer alan ölçek maddelerine ait aritmetik ortalamalar, standart sapmalar Ek 1’de yer almaktadır. Ek 1’e göre, e-atmosfer ölçeğinde yer alan ifadeler içinde en yüksek ortalamayı 3,54 ile “güncel görünüm”; alışveriş keyfi ile ilgili ifadelerde en yüksek ortalamayı 3,73 ile “alışverişin kişiyi mutlu etmesi”; plansız satın alma ile ilgili sorularda en yüksek ortalamayı 3,23 ile “internette gezinirken kişinin düşünmediği şeyleri alması”; ve alışveriş duyarlılığı ile ilgili ifadelerde en yüksek ortalamayı 3,41 ile “internette alışveriş yapılırken sanal mağaza atmosferine dikkat edilmesi” soruları elde etmiştir. E-atmosfer ölçeğinin toplam aritmetik ortalaması 3,29’dur. E-atmosfer ölçeğini oluşturan dört faktör içinde en yüksek ortalama *Gezinme Unsurları* faktöründen elde edilmiştir olup (3,52), bunu sırasıyla *Görsel Unsurlar* (3,43), *Bilgi Unsurları* (3,40) ve *Sosyal Unsurlar* (2,77) takip etmiştir.

Tablo 2’de ölçeklerin ortalamaları hem tüm örneklem için, hem de iki sanal mağazaya göre (Trendyol ve Morhipo) verilmiştir.

Tablo 2. Ölçeklere Ait Genel Ortalama ve Standart Sapmalar

Ölçek	Toplam Ort. (Std. Sap.) (N=234)	Trendyol Ort. (Std. Sap.) (n=114)	Morhipo Ort. (Std. Sap.) (n=120)
E-Atmosfer	3,29 (0,97)	3,37 (0,92)	3,22 (1,02)
Alışver. Keyf.	3,65 (1,27)	3,75 (1,25)	3,55 (1,29)
Plansız S. A.	3,07 (1,15)	3,08 (1,10)	3,07 (1,19)
Atmos. Duy.	3,22 (1,11)	3,31 (1,10)	3,14 (1,11)

Tablo 2’ye göre, e-atmosfer ölçeğinin toplam aritmetik ortalaması, daha önce belirtildiği gibi, 3,29; alışveriş keyfi 3,65; plansız satın alma 3,07; atmosfer duyarlılığı ise 3,22 olarak elde edilmiştir. En yüksek ortalama alışveriş keyfi için elde edilmiştir. Trendyol ve Morhipo karşılaştırıldığında ise, Trendyol’un tüm değişkenlerde Morhipo’ya nazaran daha yüksek ortalamalar elde ettiği görülmektedir.

Ölçek Yapılarına İlişkin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

Veri analizine geçilmeden önce araştırmada yer alan tüm ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilik testleri yapılmıştır. Öncelikle araştırmada kullanılan e-atmosferik unsurlar değişkenine ilişkin temel alınan orijinal ölçek dört boyuttan oluştuğu için söz konusu ölçeğin Türkiye’de yapılan araştırma örnekleminde de aynı yapıyı koruyup korumadığının test edilebilmesi için Açıklayıcı Faktör analizi yapılmış ve benzer bir yapının elde edildiği görülmüştür (Ek1). Ancak araştırmanın ana amacı e-atmosferik unsurların satın alma niyetine etkisinde alışveriş keyfinin aracılık etkisinin test edilmesi olduğundan, boyutsal yapısı doğrulanan ölçek araştırmanın ilerleyen aşamalarında bütünsel olarak analizlere dahil edilmiştir.

Ölçeklerin güvenilirliğinin tespiti için, Cronbach's Alfa testinden yararlanılmıştır (Tablo 3). Tablo 3 incelendiğinde, Cronbach's Alfa değerlerinin 0,926-0,972 arasında yer aldığı görülmektedir. Elde edilen alfa değerleri 0,70'in çok üzerinde olduğundan, ölçeklerin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu söylenebilir (Nunnally, 1978).

Tablo 3. Ölçeklere Ait Korelasyon, Güvenilirlik ve Açıklanan Ortalama Varyans Değerleri

Ölçek	1	2	3	4	α	CR	AVE
E-Atmosferik Unsurlar (1)	(0.907)				0,972	0.988	0.823
Alışveriş Keyfi (2)	0.742**	(0.952)			0,966	0.967	0.907
Plansız Satın Alma (3)	0.602**	0.719**	(0.847)		0,926	0.910	0.718
Atmosfer Duyarlılığı (4)	0.666**	0.708**	0.758**	(0.868)	0,930	0.923	0.754

* Çaprazda, parantez içinde yer alan değerler AVE karekök değerleridir.

**p<0.01

Tablo 3'te ayrıca ölçekler arasındaki korelasyon değerleri, çaprazda parantez içinde ortalama açıklanan varyans (AVE) karekök değerleri, birleşik güvenilirlik (CR) katsayıları, ve AVE değerleri verilmiştir. Tablo 3'e göre, tüm ölçekler arasındaki korelasyon katsayılarının oldukça yüksek ve anlamlı olduğu görülebilir (r katsayıları: 0.602-0.758). En yüksek korelasyon katsayısı, plansız satın alma ile atmosfer duyarlılığı arasında tespit edilmiştir (r=0.758).

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerliliklerinin tespit edilebilmesi için ölçekler yakınsak ve ayrıksak geçerlilik açısından incelenmiştir. Yakınsak geçerliliğin sağlanabilmesi için üç koşul bulunmaktadır: (i) ölçeklerde yer alan her bir maddenin faktör yükünün 0,50'den büyük olması; (ii) ölçeklere ait AVE değerlerinin en az 0,50 olması; ve (iii) ölçeklere ait birleşik güvenilirlik katsayılarının (CR) en az 0,70 olmasıdır (Fornell ve Larcker, 1981). Ek 1'de yer alan tablodaki faktör yükleri (yol katsayıları) incelendiğinde, maddelerin faktör yük değerlerinin 0,722-0,983 arasında, dolayısıyla her bir maddenin yük değerinin 0,50'nin çok üzerinde olduğu görülebilir. Tablo 3'de yer alan AVE değerleri incelendiğinde ise, ölçeklerin AVE değerlerinin 0,718-0,907 arasında, dolayısıyla 0,50'den oldukça yüksek olduğu, ölçeklere ait CR değerlerinin ise 0,910-0,988 arasında, dolayısıyla en alt eşik olan 0,70 değerinin oldukça üzerinde olduğu görülmektedir. Söz konusu bulgular tüm üç koşulun da sağlandığını gösterdiğinden, araştırmada yer alan ölçeklerin yakınsak geçerliliklere sahip olduğu rahatlıkla söylenebilir.

Ölçeklerin ayrıksak geçerliliklerinin tespit edilebilmesi için ölçeklerin AVE karekök değerleri ile ölçekler arasındaki korelasyon katsayıları karşılaştırılmaktadır. AVE karekök değerlerinin kendi satır ve sütundaki korelasyon değerlerinden yüksek olması durumunda ölçeklerin ayrıksak geçerliliğe sahip olduğu belirtilmektedir (Fornell ve Larcker, 1981). Tablo 3'de yer alan AVE karekök değerleri ile korelasyon katsayı değerleri karşılaştırıldığında bahsedilen şartın sağlandığı, dolayısıyla ölçeklerin ayrıksak geçerliliğe sahip olduğu görülmektedir.

Araştırmada kullanılan ölçekler, Amos 24 programı kullanılarak yapı geçerliliği açısından test edilmiştir. Bu kapsamda, dört boyuttan oluşan *e-atmosfer* ölçeği için birinci ve ikinci düzey çok faktörlü doğrulayıcı faktör analizi uygulanırken; *plansız satın alma*, *alışveriş keyfi* ve *atmosfer duyarlılığı* ölçekleri için tek faktörlü birinci düzey doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. *E-atmosfer* ve *atmosfer duyarlılık* ölçeklerinde ilgili teori ile uyum çerçevesinde önerilen hata terimleri arasındaki modifikasyonlar uygulanmıştır. Analiz sonucunda ölçeklere ilişkin elde edilen uyum değerleri Tablo 4’de sunulmuştur.

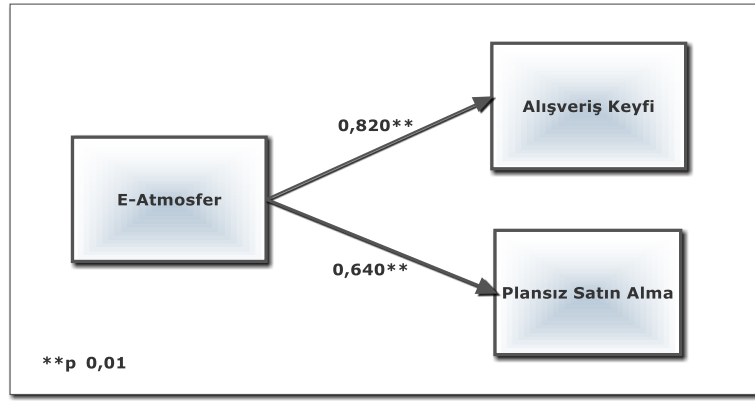
Tablo 4. Ölçeklerin Uyum Değerleri (DFA)

Ölçek	χ^2	df	χ^2 / df	GFI	CFI	NFI	RMSEA
E-Atmosfer	292,071	129	2,264	0,874	0,971	0,950	0,074
Plansız S. A.	4,246	2	2,123	0,991	0,996	0,993	0,069
Alışveriş Keyfi	<i>Mükemmel Uyum Elde Edilmiştir</i>						
Atmos. Duy.	1,537	1	1,537	0,997	0,999	0,998	0,048
Kabul Edilebilir Uyum Değerleri (Malhotra, 2010:732-733)			1-5	≥ 0.90	≥ 0.90	≥ 0.90	≤ 0.08

Tablo 4’de görüldüğü üzere, Doğrulayıcı Faktör Analiz (DFA)’leri sonucunda elde edilen uyum değerleri kabul edilebilir sınırlar dahilinde olduğundan ölçeklerin belirtildiği boyutsal yapıları ile doğrulandığı kabul edilmektedir. Doğrulayıcı Faktör Analizi sonuçları, ortalamalar, standart sapmalar ve Ölçme Modeli’nde elde edilen Standardize β değerleri **Ek 1’de** verilmiştir. Uyum değerleri yeterli olduğu için yapısal model analizi aşaması ile devam edilmiştir.

Yapısal Eşitlik Modeli Testi

Ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilikleri kanıtlandıktan sonra, e-atmosfer değişkeninin bağımsız, alışveriş keyfi ve plansız satınalma değişkenlerinin bağımlı değişken olduğu model testi aşamasına geçilmiştir. Yapısal eşitlik modellemesi analizi sonucunda elde edilen modelin uyum değerleri kabul edilebilir düzeyde çıkmıştır ($X^2=626,268$; $df=267$; $X^2/df=2,346$; $GFI=0,820$; $CFI=0,953$; $NFI=0,922$; $RMSEA=0,076$). Modelin yol (standardize β) analizi sonuçlarına göre e-atmosferin plansız satınalma ($\beta=0,640$, $p<0,01$, Kritik Oran=10,184, Standart hata=0,077, $R^2=0,41$) ve alışveriş keyfi ($\beta=0,820$; $p<0,01$, Kritik Oran=16,071, Standart hata=0,066, $R^2=0,67$) üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkisi bulunmuştur. Dolayısıyla, **H1 ve H2 hipotezleri desteklenmiştir** (bakınız Şekil 2).



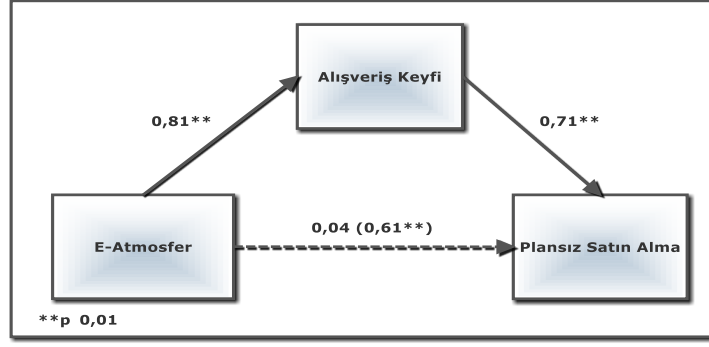
Şekil 2. Yapısal Eşitlik Modeli Test Sonucu

Alışveriş Keyfinin Aracılık Etkisi Testi

Çalışmada aracılık etkisini test etmek için, Baron ve Kenny (1986) tarafından önerilen üç koşullu yöntem temel alınmıştır. Bu yöntemin ilk koşulu olan bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkileri test edilmiştir. E-atmosferin plansız satınalma üzerinde etkili olduğu anlaşılmıştır (standardize $\beta=0,61$; $p<0,01$, Kritik Oran=9,685, Standart Hata=0,08, $R^2=0,38$; modelin uyum değerleri: $X^2=418,790$; $df=202$; $X^2/df=2,073$; GFI=0,855; CFI=0,966; NFI=0,937; RMSEA=0,068). Söz konusu değerler kabul edilebilir sınırlar içinde olduğundan (Malhotra, 2010:732,733) ve etki anlamlı olduğundan birinci koşul sağlanmıştır.

Baron ve Kenny (1986) tarafından önerilen yöntemin ikinci ve üçüncü koşullarını test edebilmek amacıyla aracı değişkenin (alışveriş keyfi) dahil edildiği yapısal eşitlik modeli testi uygulanmıştır (Model uyum değerleri: $X^2=570,369$; $df=266$; $X^2/df=2,144$; GFI=0,829; CFI=0,961; NFI=0,929; RMSEA=0,070). Elde edilen bulgulara göre ikinci koşul olan bağımsız değişkenin aracı değişken üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkiye sahip olması şartının sağlandığı ve e-atmosferin alışveriş keyfi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir ($\beta=0,81$, $p<0,01$, Kritik Oran=15,747; Standart Hata=0,07; $R^2=0,66$). Böylece aracılık etkisi testinin ikinci koşulu da sağlanmıştır.

Baron ve Kenny (1986) yönteminde önerilen üçüncü koşulun ilk şartı, aracı değişkenin bağımlı değişken üzerinde anlamlı etkiye sahip olmasıdır. Analiz sonucuna göre, alışveriş keyfi plansız satın alma üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahiptir ($\beta=0,71$, $p<0,01$; Kritik Oran=7,807; Standart Hata=0,09; $R^2=0,55$). Böylece üçüncü koşulun ilk şartı sağlanmış ve ayrıca **H3 hipotezi desteklenmiştir**. Aracılık etkisinde gerekli olan üçüncü koşulun diğer şartı ise, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin aracı değişkenin modele dahil olması ile birlikte azalması veya ortadan kalkmasıdır. E-atmosferin plansız satın alma üzerindeki istatistiksel olarak anlamlı olan etkisi, alışveriş keyfinin aracı değişken olarak modele dahil edilmesi durumunda ortadan kalkmıştır ($\beta=0,04$; $p=0,628$; Kritik Oran=0,485; Standart Hata=0,109; $R^2=0,66$) ve böylece üçüncü koşul sağlanmıştır. Şekil 3'de aracılık testi sonucu bulguları yer almaktadır.



Şekil 3. Alışveriş Keyfi Aracı Etkisi Modeli

Şekil 3’de görüldüğü gibi, aracı değişken olan alışveriş keyfi modelde yer almadığında e-atmosfer plansız satınalma üzerinde yüksek ve anlamlı bir etkiye sahipken ($\beta=0,61$, $p<0,01$), modele alışveriş keyfi eklenince bu etki istatistiksel olarak anlamsız hale gelmektedir ($\beta=0,04$, $p=0,628$). Bu bulgulara dayanarak, e-atmosfer ile plansız satın alma arasındaki ilişkide, alışveriş keyfinin *tam aracılık rolü* olduğu anlaşılmıştır. Bu bağlamda, **H4 hipotezi desteklenmiştir**.

Atmosfer Duyarlılığı Düzeylerine Göre Modelin Test Edilmesi

Alışveriş keyfinin, e-atmosfer ile plansız satın alma ilişkisindeki aracılık rolünün cevaplayıcıların atmosfer duyarlılığı düzeylerine (yüksek/düşük) göre fark gösterip göstermediğini test etmek amacıyla atmosfer duyarlılık ölçeği için medyan değeri hesaplanmış (medyan=3,50) ve örneklem, atmosfer duyarlılığı düşük (ortalama \leq 3,50; n=129) ve yüksek (ortalama $>$ 3,50; n=105) olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Araştırma anketinde yer alan tüm ölçeklerin her bir maddesi için iki grubun cevapları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olup olmadığını tespit etmek amacıyla bağımsız örneklem t-testi uygulanmış ve tüm ölçek maddeleri için gruplar arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Atmosfer duyarlılığı düşük olan grup için, aracılık testi öncesinde, e-atmosferin plansız satın alma üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı ($\beta=0,63$, $p<0,01$) iken; alışveriş keyfi modele aracı değişken olarak eklendiğinde, e-atmosferin plansız satın alma üzerindeki etkisinin ortadan kalktığı ve istatistiksel olarak anlamsız hale geldiği tespit edilmiştir ($\beta=0,07$, $p=0,59$). Söz konusu modelde alışveriş keyfinin plansız satın alma üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ($\beta=0,65$, $p<0,0$, Kritik Oran=4,792; Standart Hata=0,11; $R^2=0,51$) etkiye sahip olduğu görülmüştür (Model uyum değerleri: $X^2=531,197$; $df=266$; $X^2/df=1,997$; GFI=0,763; CFI=0,940; NFI=0,887; RMSEA=0,088).

Atmosfer duyarlılığı yüksek olan grup için, aracılık testi öncesinde e-atmosferin plansız satın alma üzerinde (*duyarlılığı düşük gruptan farklı olarak*) 0,01 anlamlılık düzeyinde etkisiz, ancak 0,05 anlamlılık düzeyinde etkili olduğu tespit edilmiştir ($\beta=0,22$, $p=0,04$). Bu bağlamda, Baron ve Kenny (1986) koşulu sağlandığından, alışveriş keyfinin aracılık etkisini ölçmek amacıyla aracılık model testi uygulanmıştır. Elde edilen bulgulara göre, alışveriş keyfi değişkeni modele dahil edildiğinde, e-atmosferin plansız satın alma üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamsız hale gelmiştir ($\beta=-0,04$,

$p=0,73$). Aynı modelde alışveriş keyfinin plansız satın alma üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ($\beta=0,60$, $p<0,0$, Kritik Oran=5,429; Standart Hata=0,16; $R^2=0,34$) etkisi olduğu tespit edilmiştir (Model uyum değerleri: $X^2=457,189$; $df=266$; $X^2/df=1,719$; GFI=0,758; CFI=0,914; NFI=0,819; RMSEA=0,083).

Böylece, bulgular incelendiğinde, atmosfer duyarlılığı düşük ve yüksek olmak üzere her iki grup için de, alışveriş keyfi değişkeninin e-atmosfer ve plansız satın alma davranışı ilişkisinde *tam aracılık rolü* olduğu görülmektedir.

Bulguların Tartışılması, Sonuç ve Öneriler

E-atmosferin plansız satın alma ve alışveriş keyfi üzerindeki etkisinin araştırılması ve ek olarak e-atmosfer ile plansız satın alma davranışı ilişkisinde alışveriş keyfinin aracılık etkisinin, atmosfer duyarlılığı düzeylerine göre incelenmesinin amaçlandığı bu çalışma Trendyol ve Morhipo e-ticaret sitelerinden alışveriş yapan ve çoğunluğu kadın olan 234 cevaplayıcı ile gerçekleştirilmiştir. Çoğunluğu 21-25 yaş grubunda olan cevaplayıcıların, söz konusu siteleri ağırlıklı olarak ayda ortalama 2-5 defa ziyaret ettikleri ve en sık satın aldıkları ürün grubunun giyim olduğu tespit edilmiştir. İki e-ticaret sitesi karşılaştırıldığında, Trendyol'un e-atmosfer açısından daha yüksek ortalamalar elde ettiği görülmüştür.

Araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla ilk olarak e-atmosferin plansız satın alma üzerindeki etkisi test edilmiştir. Geçmiş çalışmalarda (örneğin, Adelaar, 2003; Verhagen ve VanDolen, 2011) elde edilen bulgulara paralel olarak, e-atmosferin plansız satın alma üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir deyişle, web sitelerinde e-atmosferin hedef kitleye uygun şekilde tasarlanması, ziyaretçilerin plansız satın alma davranışı göstermelerinde etkili olmaktadır. Benzer şekilde, araştırma bulgularına göre, e-atmosferin alışveriş keyfi üzerinde de istatistiksel olarak anlamlı etkisi olduğu görülmektedir. Elde edilen bu bulguya göre e-atmosfer, web sitesini ziyaret eden tüketicilerin alışverişten keyif alma düzeylerini etkilemektedir. Ayrıca Trendyol'un, Morhipo ile karşılaştırıldığında, e-atmosfer ve alışverişten keyif alma ölçeklerinde daha yüksek ortalamalara sahip olması, farklı e-atmosfere sahip sitelerden, tüketicilerin farklı düzeylerde keyif aldıklarına işaret etmektedir.

Geçmiş çalışmalar incelendiğinde, e-atmosferin tüketicilerde duygusal tepkiler oluşturduğu (örneğin, Wu, Cheng ve Yen, 2008) ve farklı yönlerden tüketici davranışlarını etkilediği (örneğin, Manganari, Siomkos ve Vrechopoulos, 2009) yönünde araştırmalara rastlanmaktadır. Bu bağlamda, bu araştırmada, alışveriş keyfinin e-atmosfer ve plansız satın alma arasındaki ilişkideki aracılık rolü test edilmiştir. Beklendiği üzere ve geçmiş çalışma bulgularına paralel olarak, e-atmosferin plansız satın alma üzerindeki doğrudan etkisi, modele alışveriş keyfi değişkeninin eklenmesi ile ortadan kalkmış ve e-atmosfer söz konusu modelde yalnızca alışveriş keyfi üzerinden dolaylı olarak plansız satın alma üzerinde etkili bulunmuştur. Diğer bir deyişle, e-atmosfer plansız satın alma üzerinde doğrudan etkili olsa da, her alışverişin, tüketicilerde olumlu veya olumsuz düzeyde alışveriş keyfi oluşturması beklentisi göz önünde bulundurulduğunda, e-atmosferin öncelikle alışveriş keyfi düzeyini etkilemesi ve bu yolla plansız satın almayı teşvik ettiği bulgusu ilgili literatür ile paralellik göstermektedir. Bu bulgular göz önünde bulundurularak, e-ticaret firmalarına web sitesi tasarımlarını planlarken e-

atmosferlerini ziyaretçilerin alışveriş keyfini artıracak şekilde tasarımları önerisinde bulunmak mümkündür. Dolayısıyla, araştırma bulgularına göre denilebilir ki, e-mağazadaki alışveriş keyfinin artırılması ziyaretçileri sitede plansız alışveriş yapmaya daha çok teşvik edecektir.

Atmosfer duyarlılığı düzeylerine göre (düşük/yüksek) aracılık testi tekrarlandığında, beklenen durumdan farklı olarak, her iki grup için de, tüm örneklem ile paralel şekilde, alışveriş keyfinin tam aracılık rolü üstlendiği görülmüştür. Bu bağlamda, atmosfer duyarlılık düzeyleri arasındaki fark göz önünde bulundurulmaksızın, e-atmosferin plansız satın alma davranışında her iki grup için de alışveriş keyfi üzerinden etkili olduğu ortaya konmuştur. Özetle, e-mağaza ziyaretçisi, ister yüksek, ister düşük alışveriş duyarlılığına sahip olsun, alışverişten keyfi aldığı sürece plansız satın alma ihtimali artmaktadır. Bu sebeple e-mağaza sahiplerinin ziyaretçilerini plansız satın almaya yönlendirmek arzuları bulunması durumunda e-atmosferlerini alışveriş keyfi yaratacak şekilde tasarımları tavsiye edilir.

Araştırma Kısıtları

Her çalışmada olduğu gibi bu çalışma da bazı kısıtlar içermektedir. Araştırmada zaman ve maliyet kısıtları nedeniyle tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme kullanılmıştır. Bu bağlamda araştırma sonuçları yalnızca araştırmaya dahil edilen örneklem için geçerli olup, geneli yansıtmak açısından sınırlıdır. Araştırma kapsamına yalnızca iki e-ticaret sitesi dahil edilmiştir. Konu ile ilgili yapılacak yeni araştırmalarda farklı araştırma sitelerinin de araştırma kapsamına alınması, farklı örneklem kullanılması ve tesadüfi örnekleme yöntemleri ile örneklem seçilmesi bulguların genelleştirilmesi açısından katkı sağlayabilir.

Kaynakça

- Adelaar, T., Chang, S., Lancendorfer, K. M., Lee, B., Morimoto, M. (2003). Effects of Media Formats on Emotions and Impulse Buying Intent, *Journal of Information Technology*, 18, 247-266.
- Arslan, F. M. (2011). *Mağazacılıkta Atmosfer*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ.
- Bagozzi, R. P. (1986). *Principles of Marketing Management*. Chicago: Science Research Associates, Inc.
- Baker, J., Parasuraman, A. P., Grewal, D., Voss, G. B. (2002). The Influence of Multiple Store Environment Cues on Perceived Merchandise Value and Patronage Intentions, *Journal of Marketing*, 66, 120-141.
- Baron, R.M., Kenny D.A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), December, 1173-1182.
- Beatty, S. E., Ferrell, M.E. (1998). Impulse Buying: Modeling Its Precursors, *Journal of Retailing*, 74(2), 169-191.

- Bellenger, D.N., Korgaonkar, P.K. (1980). Profiling the Recreational Shopper, *Journal of Retailing*, 56, 77-92.
- Bitner, M. J., (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees, *Journal of Marketing*, 56, 57-71.
- Bressolles, G., Durrieu, F. Giraud, M. (2007). The Impact of Electronic Service Quality's Dimensions on Customer Satisfaction and Buying Impulse, *Journal of Customer Behavior*, 6(1) 37-56.
- Chang H. H., Chen, S. W.(2008). The impact of Online Store Environment Cues on Purchase Intention: Trust and Perceived Risk As A Mediator, *Online Information Review*, 32, 818-841.
- Dahlen, M., Lange, F. (2002). Real Consumers in the Virtual Store, *Scandinavian Journal of Management*, 18(2002), 341-363.
- Daily, L. (2004). Navigational Web Atmospheric Explaining the Influence of Restrictive Navigation Cues, *Journal of Business Research*, 57, 795-803.
- Davis, L., Wang, S., Lindridge, A. (2008). Culture Influences on Emotional Responses to On-line Store Atmospheric Cues, *Journal of Business Research*, 61,806-812.
- Deng, L., Poole, M.S., (2012). Aesthetic Design of E-Commerce Web Pages – Webpage Complexity, Order and Preference, *Electronic Commerce Research and Applications*, 11(2012), 420-440.
- Donovan, R. J., Rossiter, J. R. (1982). Store Atmosphere: An Environmental Psychology Approach, *Journal of Retailing*, 58, 34-57.
- Eroglu, S. A., Machleit, K. A., & Davis, L. M. (2001). Atmospheric Qualities of Online Retailing: A Conceptual Model and Implications. *Journal of Business Research*, Special Issue on Retail Strategy and Consumer Decision Research, 54, 177-184.
- Eroglu, S. A., Machleit, K. A., Davis, L. M. (2003). Empirical Testing of a Model of Online Store Atmospheric and Shopper Responses. *Psychology & Marketing*, 20, 139-150.
- Fiore, A.M. and Kim, J. (2007). An Integrative Framework Capturing Experiential and Utilitarian Shopping Experience. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 35(6), 421-442.
- Floh, A., Madlberger M. (2013). The Role of Atmospheric Cues in Online Impulse-Buying Behavior. *Electronic Commerce Research and Applications*, 12, 425-439.
- Grossbart, S., Hampton, R., Rammohan, B. and Lapidus, R.S. (1990). Environmental dispositions and customer response to store atmospherics. *Journal of Business Research*, 21, 224- 5.
- Hausman, A.V., Siekpe, J.S. (2009). The Effect of Web Interface Features on Consumer Online Purchase Intentions. *Journal of Business Research*, 62, 5-13.
- <http://www.tuik.gov.tr/HbPrint.do?id=24862>, 24.04.2018.
- https://www.alexacom/topsites/category/Top/World/T%3%BCrk%3%A7e/AI%4%B1%C5%9Fveri%C5%9F/%C3%87ok_%C3%87e%C5%9Fitli_%C3%9Cr%C3%BCnler, 24.04.2018.

- Kim, H., Fiore, A. M., Niehm, L. S., Jeong, M. (2010). Psychographic Characteristics Affecting Behavioral Intentions Towards Pop-Up Retail, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 38, 133 – 154.
- Kim, J., Fiore, A. M., Lee, H. H. (2007). Influences of Online Store Perception, Shopping Enjoyment, and Shopping Involvement on Consumer Patronage Behavior Towards An Online Retailer, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 14, 95–107.
- Kim, J.H., Kim, M., Lennon, S.J. (2009). Effects of Web Site Atmospheric on Consumer Responses: Music and Product Presentation. *Direct Marketing: An International Journal*, 3, 4-19.
- Koo, D. M., Ju, S. H. (2010). The Interactional Effects of Atmospheric and Perceptual Curiosity on Emotions and Online Shopping Intention. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 377-388.
- Koo, W., Park, H. (2017). Critical Atmospheric Cues in Designing Online Stores: The Case of Amazon.com. *International Journal of Marketing Studies*, 9, 37-45.
- Kotler, P. (1973-1974). Atmospheric as a Marketing Tool. *Journal of Retailing*, 49, 48-64.
- Koufaris, M. (2002). Applying the Technology Acceptance Model and Flow Theory to Online Consumer Behavior, *Information Systems Research*, 13, 205-223.
- Koufaris, M., Kambil, A., Labarbera, P.A. (2001). Consumer Behavior in Web-Based Commerce: An Empirical Study. *International Journal of Electronic Commerce*, 6(2), 115-138.
- Li, Y., (2011). *Motivations for eWOM Communication in Microblogging in U.S. and China : a Conceptualized Social Cognitive Perspective*. The University of Texas, The Faculty of the Graduate School, Master Thesis.
- Malhotra, N. (2010). *Marketing Research, An Applied Orientation* (6th Ed.). New Jersey, USA: Pearson Education Inc.
- Manganari, E.E., Siomkos, G. J., Vrechopoulos, (2009). Store atmosphere in web retailing. *European Journal of Marketing*, 43(9/10), 1140-1153.
- Mattila A. S., Wirtz J.(2001). Congruency of Scent and Music as a Driver of in-store Evaluations and Behavior. *Journal of Retailing*, 77, 273-289.
- Mazaheri E., Richard M. O., Laroche M., Ueltschy L. C. (2013). The Influence of Culture, Emotions, Intangibility, and Atmospheric Cues on Online Behavior. *Journal of Business Research*, 67, 253-259.
- McKechnie, G. E. (1974). *Manual for the environmental response inventory*, Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press; akt. Eroglu, S. A., Machleit, K. A., & Davis, L. M. (2001). Atmospheric qualities of online retailing: A conceptual model and implications. *Journal of Business Research, Special Issue on Retail Strategy and Consumer Decision Research*, 54, 181.
- McKinney, L. N. (2004). Creating a Satisfying Internet Shopping Experience via Atmospheric Variables. *International Journal of Consumer Studies*, 28, 268-283.
- Mehrabian, A., Russell, J. A., (1974). *An Approach to Environmental Psychology*. MIT Press, Cambridge.

- Mohan, G., Sivakumaran, B., Sharma P. (2013). Impact of Store Environment on Impulse Buying Behavior. *European Journal of Marketing*, 47, 1711-1732.
- Morrin, M., Chebat, J. C., (2005). Person-Place Congruency: The Interactive Effects of Shopper Style and Atmospherics on Consumer Expenditure. *Journal of Service Research*, 8(2), 181-191.
- Nunnally, J. (1978). *Psychometric Theory*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Fornell, C., Larcker, D.F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18, 39-50.
- Özgüven T. N. (2015). Market Alışverişlerinde Plansız Satın Alma Davranışında Demografik Farklılığı Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Selçuk Ün. Sos. Bil. Ens. Dergisi*. 1(34), 87-94.
- Özmen, Ş. (2009). *Ağ Ekonomisinde Yeni Ticaret Yolu E-ticaret* (Geliştirilmiş 3. Baskı), İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Parboteeah, D.V., Valacich, J. S., Wells, J. D. (2009). The Influence of Website Characteristics on a Consumer's Urge to Buy Impulsively. *Information Systems Research*, 20, 60-78.
- Rook, D. W. (1987). The Buying Impulse.. *Journal of Consumer Research*, 14, 189–199.
- Russel, J. A., and J. Snodgrass (1987). Emotion and Environment., *in Handbook of Environmental Psychology*, 1(1), 245-80.
- Sherman, E., Mathur, A., Smith, R.B. (1997). Store Environment and Consumer Purchase Behavior: Mediating Role of Consumer Emotions. *Psychology and Marketing*, 14(7), 361–378.
- Shun, C., Yunjie, X. (2006). Effects of Outcome, Process and Shopping Enjoyment on Online Consumer Behaviour. *Electronic Commerce Research and Applications*, 5, 272–281.
- Spies, K., Hesse, F. and Loesch, K. (1997). Store Atmosphere, Mood and Purchasing Behavior. *International Journal of Research in Marketing*, 14, 1-17.
- Stern, H. (1962). The significance of Impulse Buying Today. *Journal of Marketing*, 26,59–62.
- Turley, L.W., Milliman, R.E. (2000). Atmospheric Effects on Shopping Behavior: A Review of the Experimental Evidence. *Journal of Business Research*, 49, 193-211.
- Verhagen, T., Dolen, W. (2011). The Influence of Online Store Beliefs on Consumer Online Impulse Buying: A Model and Empirical Application. *Information & Management*, 48, 320–327.
- Wu, C. S., Cheng F. F., Yen, D. C. (2008). The Atmospheric Factors of Online Storefront Environment Design: An Empirical Experiment in Taiwan. *Information & Management*, 45, 493-408.
- Xu, Y. (2007). Impact of Store Environment on Adult Generation Y Consumers' Impulse Buying. *Journal of Shopping Center Research*, 14, 39-56.
- Yeniçeri, T., Yaraş, E. ve Akın, E. (2012). Tüketicilerin Riskten Kaçınma Düzeylerine Göre Sanal Alışveriş Risk Algısı ve Sanal Plansız Tüketim Eğilimlerinin Belirlenmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 5(9), 145-164.
- Young H., Sharron J. Lennon, (2011). Consumer Responses to Online Atmosphere: The Moderating Role of Atmospheric Responsiveness. *Journal of Global Fashion Marketing*, 2(2), 86-94.

EK: Ölçeklere Ait Faktör Yapıları, Ortalamalar, Standart Sapmalar, DFA Standardize β ve Güvenilirlik Değerleri

Ölçek Soruları*	Soru Ortalama (Std. Sap.)	Standardize β (DFA)	Ölçek Ortalama (Std. Sap.)	Güvenilirlik Cronbach's Alfa (α)
E-Atmosfer			3,29 (0,97)	0,972
Görsel Unsurlar			3,43 (1,08)	0,966
Cezbedici düzen	3,39 (1,15)	0,919		
Çekici renk	3,39 (1,12)	0,910		
Hoş tasarım	3,39 (1,16)	0,936		
Çekici şekilde ürün sergileme	3,48 (1,15)	0,916		
Çekici görsel	3,49 (1,17)	0,908		
Bilgi Unsurları			3,40 (1,04)	0,944
Güncel görünüm	3,54 (1,20)	0,860		
Doğru bilgiler	3,52 (1,16)	0,877		
Faydalı bilgiler	3,31 (1,12)	0,886		
Bilgilendirici site	3,32 (1,12)	0,879		
Sitede yeterli bilgi	3,30 (1,13)	0,871		
Gezirme (Navigasyon) Unsurları			3,52 (1,10)	0,950
Sitenin rahat gezinti olanağı sağlaması	3,50 (1,18)	0,896		
Geçerli bağlantı	3,53 (1,19)	0,885		
Mantıklı tasarım	3,50 (1,18)	0,921		
Bilgilere kolay ulaşım	3,53 (1,15)	0,937		
Sosyal Unsurlar			2,77 (1,21)	0,961
Sitede fikir paylaşım olanağı	2,86 (1,22)	0,866		
Ürünlerle ilgili kullanıcı yorumlarının bulunması	2,70 (1,30)	0,953		
Ürünle ilgili başkalarının düşüncelerine kolay ulaşım	2,68 (1,29)	0,975		
Başkalarının ürünle ilgili değerlendirme ve puanlamalarına kolay ulaşım	2,83 (1,29)	0,920		
Alışveriş Keyfi			3,65 (1,27)	0,966
Alışverişin eğlenceli bir aktivite olması	3,71 (1,30)	0,983		
Alışverişin kişiyi mutlu etmesi	3,73 (1,30)	0,967		

Alışverişin kişinin en sevdiği aktivitelerden biri olması	3,51 (1,35)	0,905		
Plansız Satın Alma			3,07 (1,15)	0,926
İnternette gezinirken kişinin düşünmediği şeyleri alması	3,23 (1,35)	0,896		
İnternette rastgele bir şeyler almanın eğlenceli olması	3,03 (1,32)	0,899		
İnternette düşük fiyatlı ürünlerin düşünmeden alınması	3,14 (1,33)	0,825		
İnternette ilgi çeken birşey görüldüğünde nasıl olduğunu görmek için alınması	2,86 (1,28)	0,761		
İnternette ilk görüldüğünde beğenilen ürünün alınması	3,10 (1,25)	--**		
Atmosfer Duyarlılığı			3,22 (1,11)	0,930
İnternette alışveriş yapılırken sanal mağaza atmosferine dikkat edilmesi	3,41 (1,22)	0,722		
Sanal mağaza atmosferinin sanal mağaza tercihini etkilemesi	3,30 (1,24)	0,863		
Sanal mağaza görüntüsünün farketmeden alışveriş yaptırması	3,08 (1,21)	0,919		
Sanal mağaza tasarımının nereden alışveriş yapılacağını etkilemesi	3,12 (1,22)	0,947		

*Sorunlar ankette yer alan orijinal halinde olmayıp, tablo için kısaltılmıştır.

**DFA sonucunda modifikasyon yapılarak bu soru analizden çıkarılmıştır.



Yasal Düzenlemelerin Borsa İstanbul'da Sektörel Etkisi: Sigorta Sektörü Örneği

Sectoral Effect of Legal Regulations on Stock Exchange in Istanbul: Example of Insurance Sector

Dr. Öğr. Üyesi Fatma Davarcioğlu Özaktaş¹

Başvuru Tarihi: 15.02.2018

Kabul Tarihi: 26.09.2018

Öz

Çalışma, sigorta sektörüne yönelik beş yasal düzenlemenin Borsa İstanbul'da işlem gören sigorta şirketlerinin hisse senedi getirilerinde normal üstü getiriler oluşturup oluşturmadığını araştırmayı amaçlamaktadır. Analiz yöntemi olarak olay çalışması benimsenmiştir. Tahmin penceresinin 150 gün, olay penceresinin (-10,+10) olduğu çalışmada, olay günü, düzenlemelerin yürürlük tarihleridir.

Analiz sonuçlarına göre, beş olaydan sadece birinde sektör yatırımcısı normal üstü getiriler elde edememiştir. Diğer dört olayda, istatistiksel olarak anlamlı normal üstü ve kümülatif normal üstü getiriler sağlandığı gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sigorta sektörü, Firma değeri, Etkin Piyasalar Hipotezi, Anormal Getiriler, Olay Çalışması

Abstract

The study aims to investigate the role of five legal regulations on the insurance companies traded in the Istanbul Stock Exchange, whether they provide abnormal returns on stocks. Event study was adopted as analysis method. 150 work days were taken into account as event window. The date on which the laws entered into force were determined as event days and event window was constructed by establishing 10 days before and after the event days.

According to the analysis results, the sector investor, has not been able to get abnormal return on just one event. In other four cases, statistically significant abnormal and cumulative abnormal returns were observed.

Keywords: Insurance Sector, Firm Value, Efficient Market Hypothesis, Abnormal Return, Event Study

¹ Abant İzzet Baysal Üniversitesi İİBF, davarcioğlu_f@ibu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3528-8329

Giriş

Firmalar için halka arz olmak ve hisse senetlerinin talep görmesi büyük önem taşımaktadır. Halka arz olmak, kurumsallaşma, itibar, kredibilite artışı, nitelikli insan gücüne erişime kadar pek çok alanda katkı sağlamanın yanısıra asıl olarak, cazip bir finansman kaynağı olarak hem likiditeyi hem de güçlü bir mali yapıyı getirmektedir.

Hisse senedi yatırımcıları ise, makro ve mikro faktörleri değerlendirmektedirler. Dünya ekonomilerinin tümünü ilgilendiren küresel bazda olaylar tüm finansal piyasayı etkilerken, mikro faktörler doğrudan sektör ve firma ile ilgilidir. Yatırımcıların talebini etkileyen en önemli unsur, firmanın kazancıdır, zira kar elde etmeyen bir firmanın yatırımcısı tatmin olmayacaktır. Ancak ilk bakışta, sadece finansal tablolar çerçevesinde kararlar alındığını yansıtan bu ifade arkasında pek çok bilgiyi barındırır. Çünkü firmanın karlılığı, firma yönetim başarısı, arge faaliyet payı, gelecek yatırım planları, yasal düzenlemelerden nasıl etkileneceği gibi pek çok ögeye de bağlıdır.

Yatırımcı, her ne kadar sektörün/firmanın geçmiş performansı ve tüm bu gelişmeleri dikkate alsada, asıl olarak tüm bu gelişmeler karşısında sektörün/firmanın nasıl etkileneceğine dair beklentisiyle de yatırım kararı verir. Bir başka ifadeyle, finansal piyasalarda yatırımcının beklentisi oldukça önemli bir belirleyendir. Beklentiler ve geçmiş verilerle yatırım analizi yapılarak daha fazla getiri elde etme isteği yatırımcının ana hedefidir (Gümrah ve Belen, 2016, s.429).

Diğer yandan, sektörü yada doğrudan firmayı etkileyen 'olay' niteliğindeki yasal düzenleme, birleşme, satın alma, kurumsal derecelendirme notları, beklenmedik haberler gibi durumlarının yatırımcı için fazladan bir kazanç sağlayıp sağlamadığı konusunda farklı görüşler bulunmaktadır.

Teorisi gereğince fiyatların piyasaya ulaşan bilgi doğrultusunda düzeltme yapması gerektiğini iddia eden etkin piyasalar teorisinin, test edilmesinin bir yolu da olay çalışmasıdır. Zira olay çalışması herhangi bir olayın fiyatlar üzerindeki yansımalarını istatistiki olarak ölçmeyi amaçlar. Ancak çalışmanın ana teması hisse senedi piyasalarındaki etkinliği ölçmek değildir.

Bu çalışmanın amacı, sigorta sektörüne yönelik bazı yasal düzenlemelerin sektöre yansımalarını, firma değerine nasıl yansıdığını dolayısıyla sektör yatırımcısını nasıl etkilediğini, normal üstü getiri elde edip edemeyeceğini tespit etmektir. Sigorta sektörünün seçilmiş olması ise, sektörün toplumsal boyutlu hizmet sağlaması nedeniyle kamu düzenlemelerine birçok sektöre göre daha fazla maruz kalmasından ileri gelmektedir.

Bu doğrultuda çalışma dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, olay çalışmasına ilişkin literatüre yer verilmiş ardından olay çalışması sonuçlarını yorumlayabilmek için öncelikle etkin piyasalar hipotezi aktarılmıştır. Bu kısmı uygulama kısmı izlemiş ve çalışmanın amacı doğrultusunda alınan olaylar, veriler, yöntem ile hipotezler açıklanarak, bulgu ve değerlendirmelerle son bulmuştur.

Literatür Özeti

Olay çalışması analizi, elde edilen bir bilgi yada meydana gelen bir olay karşısında piyasanın verdiği olağandışı tepkiyi ölçmede kullanılmaktadır.

Menkul kıymetler piyasasında işlem gören farklı sektörlerin varlığı ve hisse senedi piyasasını etkileyen bilgi yada olayların çeşitliliği, olay çalışması literatürünü büyük ölçüde genişletmiştir. Bu konuda öncü çalışmalardan ilki, Dolley'in (1933) 1921-1935 yıllarını kapsayan 95 şirketin kullanıldığı hisse bölünmesinin fiyatlara etkisini incelediği çalışmasıdır. Çalışmada, olayların 57'sinde fiyatın arttığını, 26'sında fiyatın azaldığını, 12'sinde ise etkisinin olmadığı bulunmuştur. Yine benzer bir konuyu işleyen diğer bir öncü çalışma, Fama, Fisher vd. ait olan 1969 yılı çalışmasıdır. Çalışma açıklama sonrasında, hisse senedi piyasasında fiyatlarda meydana gelen en büyük değişimin duyurunun yapıldığı haftada gerçekleştiği sonucuna varmaktadır. Fama 1970 yılında yaptığı çalışmada etkin piyasa hipotezini de ortaya koyarak literatürü daha da genişletmiştir (Derin ve Kütük, 2016, s. 310, Mazgit, 2013, s. 231).

Banka yada şirket birleşme ve devralma haber ve duyurularının borsaya etkisini inceleyen çalışmalara Çukur ve Eryiğit (2006), Yılmaz (2010), Hekimoğlu ve Tanyeri (2011), Çevikçelik (2012), Şahin ve Doğukanlı (2015), Şimşir (2016) örnek gösterilebilir.

Türkiye bankacılık sektöründe 2005 yılında ortaya çıkan birleşme ve devralma olaylarının etkisini ölçmeyi amaçlayan çalışmada, Çukur ve Eryiğit (2006), birleşme ve devralma niyetlerinin kamuya açıklanmasının borsada olumlu karşılandığı, pozitif, anlamlı anormal getiriler ortaya çıktığı, ayrıca, bu fazlalık getirilerin geçici olmaktan ziyade kalıcı özelliklere sahip olduğunu raporlamıştır.

2010 yılında 2002-2003 dönemi için 51 adet şirketi alarak birleşmenin etkisini yine aynı yöntemle ortaya koyan Yılmaz (2010), birleşmenin açıklanmasından önce istatistiksel olarak anlamlı pozitif aşırı getiriler olduğu sonucuna varmıştır.

Türkiye'de 1991 ile 2009 yılları arasında halka duyurulan birleşmelerin ve kısmi satışların hedef şirket hisse senedi fiyatları üzerindeki etkileri inceleyen bir diğer çalışma Hekimoğlu ve Tanyeri'ye (2011) aittir. Hedef şirket hissedarlarının, halka duyuru gününü merkez alan üç günlük zaman aralığında, birleşme ve kısmi satışlarda kümülatif anormal getiri elde ettikleri belirtilmiştir.

2005-2011 yılları arasında birleşme ve devralmaya konu olmuş finans sektörü dışındaki şirketler üzerinde yapılan Çevikçelik (2012) çalışması, birleşmelerin genel olarak hisse senedi fiyatlarına kısa vadeli etkilerinin olduğunu ortaya koymuştur.

2002-2012 yılları arasında 13 bankayı ele alan Şahin ve Doğukanlı (2015) çalışmasında ise, duyuru tarihinden önce hisse senedi fiyatlarının arttığı, duyuru tarihinden sonra ise getirilerin negatife dönüştüğü belirtilmektedir.

Şimşir (2016) çalışması da, benzer şekilde birleşme ve devralmaların hisse senedi fiyatlarına yansıdığı sonucunu elde eden bir diğeridir.

Şirketlerin endeks kapsamında olmasının hisse senedi getirilerine etkisi (Mazgit 2013), gönüllü bazı açıklamaları (Babacan ve Özer 2013), kazanç açıklamaları (Güvercin ve Yusuf 2015), bedelli/bedelsiz sermaye artırımları (Çukur ve Eryiğit 2007; Küçüksille ve Mizrahi 2015), yatırım duyuruları (Elbir ve Kandır 2017), bankalar için sendikasyon kredisi kullanımının hisse senedi getirilerine etkisi (Sakarya ve Sezgin 2015) de literatürde geniş yer almıştır.

Mazgit (2013), BIST Temettü 25 endeksinde yer alan şirketler üzerinde yaptığı çalışmada, bu endeks kapsamında yapılan değişikliklerin hisse senedinin fiyat performansı üzerinde önemli bir etki yapmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Hisse senetleri İMKB 100 endeksinde işlem gören banka ve diğer finansal kurum dışındaki firmaların gönüllü açıklamalarının, hisse senedi getirileri üzerindeki etkisini olay etüdü ile inceleyen Babacan ve Özer (2013), gönüllü açıklamaların hisse senedi getirilerini etkilediğini, bu etkinin özellikle sunduğu mal ve hizmetin teknolojik değişim hızı ve dolaşımdaki sermayesi düşük olan firmalarda ortaya çıktığı sonucuna varmıştır.

Şirketlerin kazanç açıklamalarının şirket değeri üzerindeki etkisi araştıran Güvercin ve Yusuf (2015), 2009-2013 yılları arasında BIST 100 endeksinde listelenen 78 şirketi örnek almış ve beklentilerin aksine kazanç açıklaması sonrası şirket değerinin düştüğü sonucuna varmıştır.

Şirketlere dair diğer bir durum olan bedelli, bedelsiz sermaye artırımlarının etkilerini yine aynı yöntemle analizini konu alan Çukur ve Eryiğit (2007) çalışması, İMKB’de 2000-2005 yılları arasında yatırım ortaklığı sektöründe ortaya çıkan bedelsiz sermaye artırımları için istatistiki olarak anlamlı anormal getiri ve/veya kümülatif anormal getiriler tespit edilemediğini belirtmiştir.

Bedelli sermaye artırım duyurusu üzerinde çalışan bir diğer çalışma 2010-2014 yılları arasında hisse senetleri BIST Hisse Senetleri Piyasası’nda işlem gören işletmeleri alan, Küçüksille ve Mizrahi’ye (2015) aittir. Elde edilen bulgulara göre; bedelli sermaye artırım duyurusunun yapıldığı tarihte, duyurudan bir gün sonra, dört gün ve dokuz gün sonra istatistiksel olarak anlamlı ortalama negatif anormal getiriler elde edildiğini göstermektedir.

Elbir ve Kandır (2017), demir çelik sektöründe payları Borsa İstanbul’da işlem gören yedi şirketin 2005-2015 yılları arasındaki 23 adet yatırım duyurusunun pay getirileri üzerindeki etkisini incelemiş ve sözkonusu duyuruların pay getirilerinde anormal getiriye neden olduğunu göstermiştir. Ayrıca, pay getirilerinin yatırım duyuruları öncesinde arttığı belirlenmiştir.

Olay çalışması yöntemiyle şirketlere dair yapılan bir diğer çalışma örneği, hisse senetleri BIST’de işlem gören ve 2010 ile 2013 tarihleri arasında sendikasyon kredisi anlaşması imzalamış bankaların bu anlaşmalara dair yapmış oldukları özel durum açıklamalarının, hisse senedi

getirilerini ne yönde etkilediği ve anormal getirilerin elde edilip edilemeyeceğinin belirlenmesi amacıyla Sakarya ve Sezgin (2015) tarafından yapılmıştır. Analiz sonucunda, bankaların sendikasyon kredisi anlaşmalarına dair açıklamalarının hisse senedi getirilerini pozitif yönde etkilediği, pozitif anormal getirilerin elde edildiği gözlemlenmiştir.

Şirketler üzerine yapılan diğer çalışma konuları ise, aracı kurum tavsiyelerinin (Badalova vd., 2017), denetim görüşlerinin (Aygören ve Uyar 1997), kurumsal yönetim endeksi kapsamındaki şirketlerin kurumsal yönetim derecelendirme notlarının (Sakarya, 2011) hisse senedi getirileri üzerindeki etkisidir.

Badalova vd. (2017), olay çalışması yöntemini kullanarak Borsa İstanbul'da yer alan hisse senetlerine yönelik borsa uzmanları tarafından 2007-2015 yılları arasında yapılan hisse senedi tavsiyelerinin hisse senedi fiyatları üzerindeki etkisi incelemektedir. Yapılan analizde, kısa vadede aracı kurumların hisse alım satımı ile ilgili tavsiyeleri ile hisse senedi fiyatları arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu, olay sonrası kısa vade de hisse senetlerinden anormal getiri elde edilebileceği tespit edilmiştir.

Aygören ve Uyar (1997) ise, İMKB'da işlem gören 101 adet şirketin 2004 ve 2005 yıllarına ait denetim raporlarının hisse senedi getirileri üzerindeki etkileri için yine aynı yöntemle anormal getirilerin varlığını elde etmişlerdir.

Sakarya (2011), İMKB'de işlem gören ve 2009 yılında ilk defa yeterli kurumsal derecelendirme notu alarak İMKB Kurumsal Yönetim Endeksi'ne giren şirketlerin, derecelendirme notlarının ilan ile hisse senedi getirileri arasındaki ilişki incelemiştir. Analiz sonucunda, iyi kurumsal derecelendirme notunun ilan ile hisse senedi getirisi arasında pozitif bir ilişki olduğu, anormal getirilerin elde edilebileceği belirtilmiştir.

Yukarıda verilen olay çalışması örneklerine yasal düzenlemeleri de ekleyebilmek mümkündür. Leasing sektöründe kdv oranı değişikliğinin İMKB'de işlem gören leasing şirketlerinin hisse senedi getirisine etkisi Koçyiğit ve Kılıç (2008) tarafından incelenmiş ve olay öncesi ve sonrası, istatistiksel olarak anlamlı anormal getirilerin elde edilmesinin mümkün olduğu sonucuna varılmıştır.

Kurumlar vergisi oranındaki değişikliğin hisse senedi getirileri üzerindeki etkisinin incelenmesini alan Kandır ve Yakar (2012) ve Güre ve Kütük (2016) yasal düzenleme konusundaki diğer örneklerdir. Olay çalışması yönteminden faydalanılan her iki çalışma sonucunda da, kurumlar vergisi indirim açıklamasının olay gününde anormal getirileri beraberinde getirdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Diğer yandan, hisse senedi piyasasını bir bütün olarak alan ekonomik bazı değişkenlere örneğin enflasyon açıklamalarına (Belen ve Gümrah 2016) yada beklenmedik sosyal yada ekonomik boyutlu olaylara (Mutan ve Topcu 2009) olan tepkisini ölçen çalışmalarda olay çalışması literatürdeki diğer örneklerdir.

Belen ve Gümrah (2016), 2006-2016 arası aylık tüfe beklenti ve gerçekleştirmeleri ile BIST100 verilerini kullanarak yaptıkları çalışmalarında, enflasyon açıklamalarındaki süprizlerin hisse senedi piyasasında anormal getiriler sağladığını fakat sistematik bir şekilde seyretmediğini ve özellikle olay gününde belirgin bir anlamlılığın olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Mutan ve Topcu (2009) çalışması ise, 1990-2009 tarihleri arasında hisse senedi piyasasının beklenmedik on farklı siyasi ve ekonomik olaya tepkisi ölçülmüş ve getirilerde yaşanan sapmaların büyük, normal olarak beklenen aralığın dışında ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır.

Bu çalışmanın şekillendirilmesinde, yukarıda özet halinde sunulan literatürün geniş ağından büyük ölçüde faydalanılmıştır. Ancak, yapılan taramada yasal düzenlemelerin olay olarak alındığı örnekler olmasına rağmen, sigorta sektörü üzerine bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu açıdan, çalışmanın yayına değer bulunması halinde ilgili sektöre katkı sağlaması arzu edilmektedir.

Etkin Piyasalar Hipotezi, Firma Değeri ve Yasal Düzenlemeler

Hisse senedi fiyatlarının piyasadaki geçmiş yada edinilmiş yeni bilgilerden etkilenip etkilenmediği, dolayısıyla bir hafıza yada kural doğrultusunda hareket edip etmediği üzerinde fikir birliğine varılmış değildir. Bu konuda yapılan ilk çalışma, İngiliz hisse senetleri ve emtia fiyatlarını alan Kendall (1953) çalışmasıdır. Kendall, fiyat serilerinin zaman içinde birbirleriyle bağlantılı olmadığını öne sürmüştü ve bu bağımsız yapıyı rassal yürüyüş modeli olarak geliştirmiştir (Güngör, 2003, s. 114).

Geçmiş fiyatların gelecek fiyatlar konusunda belirleyici olmadığını öne süren bu modelin üzerine finans literatüründe yeni bir hipotezle yola çıkan ise E. Fama'dır. Fama, (1970), piyasanın yeni bilgilere hızla uyum gösterdiğini ve varlık fiyatlarının mevcut tüm bilgileri içerdiğini dolayısıyla ekstra getirilere izin vermediğini belirtmektedir (Çelik ve Taş, 2001, s. 13). Bu yapının ortaya çıktığı piyasa ise etkin piyasa olarak adlandırılmaktadır (Fama, 1991, s.155; Fama ve Fisher vd.,1969, s.1).

Fama, etkin piyasa olarak adlandırılan hipotezini tam rekabet koşulları altında çalışan bir piyasa altında şekillendirmiştir. Buna göre, fiyat kabul edici olan çok sayıda alıcı ve satıcı, herhangi bir maliyete katlanmaksızın edindikleri tam bilgiyi rasyonel olarak fayda maksimizasyonu hedeflerine yönelik kullanabilmektedirler (Cootner, 1962, s. 25). Bir başka ifadeyle, piyasa katılımcıları, sahip oldukları bilgileri kullanarak varlığın piyasa değerini elbirliği ile belirlemiş olmaktadır. Dolayısıyla, piyasada oluşan fiyatlar, her türlü bilgi ve beklentiye içermektedirler. Benzer şekilde, piyasaya yeni bir bilgi gelmesi durumunda da, yatırımcılar bu yeni bilgiyi analiz ederek varlık fiyatlarına yine yansıtacaklardır (Bayraktar, 2012, s.39; Gümrah ve Belen, 2016, s.429).

Fama'nın (1970) makalesinde yarı güçlü formda etkinlik, 1991 yılındaki makalesinde ise olay çalışması adını alacak olan, yarı güçlü formda piyasa etkinlik ise, varlık fiyatlarının piyasada

oluşmuş geçmiş bilgilerinin yanısıra kamuya açıklanan ve hisse senedi fiyatına tesir edebilecek olayların da (şirketlerin temettü dağılımı, sermaye artırımları, fiyat/kazanç oranları açıklamaları, kamunun faiz, enflasyon, büyüme vb oran açıklamaları gibi) gecikme olmaksızın fiyatlara yansıdığını ifade etmektedir (Fama, 1970, s. 388). Zayıf formda etkinliği de içeren dolayısıyla ne geçmiş ne de yeni bilgiye dayalı ekstra getiri sağlanamayan bu durumda, ancak içerden sağlanan bilginin şansı olabileceği yorumlanabilir.

Ancak uygulamada, fiyatların tüm bilgiyi yansıtamayabileceğine, tam etkin piyasaların varlığına dair tartışmalarda sözkonusudur. Bilgi edinmenin maliyeti ve işlem maliyetlerinin varlığı üzerine oturan ve Grossman ve Stiglitz'in çalışmalarında yer bulan bu öğeler, fiyatların bilgiyi tamamen yansıtmamasını zorlaştırmaktadır. (Grossman ve Stiglitz, 1980, s.393). Diğer yandan, yatırımcıların her zaman rasyonel kararlar alamayabileceği de, diğer bir sebep olarak gösterilmektedir. Dolayısıyla, tüm bu nedenlere bağlı olarak, varlığın değerinin yatırımcılar tarafından tam olarak tahmin edilemediği ve fiyatların dengeden uzaklaştığı etkin olmayan piyasalardan da literatürde bahsedilebilmektedir (Bayraktar, 2012, s. 40; Kandır ve Yakar, 2012, s. 172-173).

Bu çalışmada da, sigorta sektör yatırımcısının, firmaların karlılık düzeylerini etkileyebileyecek olması dolayısıyla yakından ilgilendirdiği düşünülen beş yasal düzenlemenin fiyatlara yansıyor yansımadağı analiz edilmeye çalışılmaktadır.

İlk olay olarak tanımlanan bireysel emeklilik sisteminin getirilmesi ve bu sistemi besleyen köklü değişiklikler olan devlet katkısı (olay 2) ile otomatik katılım (olay 4) sigorta sektörüne yeni fon toplama olanağı yaratması açısından önem arz etmektedir. Bugüne dek hayat sigortacılığı altında fon toplayıp işleten sektöre daha geniş katılımı, daha uzun soluklu fon sağlayan ve devlet desteğini de alan bireysel emeklilik sistemi sigorta sektörün genel ekonomideki önemini de artırmaktadır. Genel beklenti, özellikle devlet katkısı ve otomatik katılım ile gelen destekleyici uygulamaların katılımcı sayısını yükseltmesi, yönetilecek fon büyüklüklerini artırması, ölçek ekonomileri ile birim başına maliyelerin düşmesi ve bu alandaki firmaların karlılıklarının artması biçimindedir. Elbetteki sektör yatırımcısı da, yasal düzenlemelerin etkilerini yakından takip ederek değişimlerin etkilerine duyarsız kalmak istemeyecektir.

Sigorta sektöründe halka açık olan yedi şirketten iki tanesi hayat/emeklilik branşında çalışırken diğerleri hayatdışı branşta hizmet vermektedir. Dolayısıyla, sektör yatırımcısı hayatdışı branştaki yasal düzenlemeleri de takip edecektir. Bu doğrultuda, zorunlu olması nedeniyle büyük bir havuzu olan trafik sigortasındaki yine köklü değişimler çalışmanın diğer olaylarıdır.

Şirketleri rekabete zorlayan ve bu nedenle yatırımcı açısından belli ölçüde gelir kaybı riskini taşıyan serbest tarife uygulaması (olay 3) ile belli bir süre için uygulanacak olsada tavan fiyat uygulaması (olay 5) firmaların karlılığını düşürebileceği için, sektör yatırımcısının getiri açısından tedirginlikle izleyecekleri gelişmelerdir. Ancak, tavan fiyat uygulamasında, kaza sayısına bağlı sürekli artan zamlı sigorta primlerinin, iyi sürücüler için ucuz, kötü sürücüler için pahalı bir sistemi beraberinde getirmesi, sigorta şirketlerinin hasar yazdıran sürücülerini bu

hasara bir ölçüde de olsa ortak ederek kendilerini koruma altına almalarının mümkün olduğunu de içermektedir. Dolayısıyla, yatırımcının uygulama hakkında doğru bilgilenmesi, yatırımı konusunda daha doğru karar almasını sağlayacaktır.

Ekonometrik Metodoloji

Amaç, Kapsam, Veri

Çalışmanın amacı, bireysel emeklilik ve trafik sigortasına ilişkin bazı yasal düzenlemelerin Borsa İstanbul'da işlem gören sigorta şirketlerinin hisse senedi getirileri aracılığıyla, sektör yatırımcısı için normal üstü getiriler sağlayıp sağlamadığının araştırılmasıdır.

Bu amaçla yukarıda kısaca özetlenen olay çalışması yöntemi kullanılmıştır.

İncelenen literatürde, ilgili sektöre ilişkin herhangi bir çalışmaya rastlanmaması ve sektörün toplumsal önemi çıkış noktasıdır. Çalışma kapsamında, Borsa İstanbul'da payları işlem gören 7 adet sigorta şirketi bulunmaktadır ve şirket listesi, Kamuyu Aydınlatma Platformundan (KAP) edinilmiştir. Şirketlerden, 2 tanesi hayat/emeklilik branşlarında hizmet verirken (Anadolu Hayat ve Emeklilik (ANHY), Avivasa Hayat ve Emeklilik (AVISA)); diğerleri hayatdışı branşlarda çalışmaktadırlar. (Aksigorta (AKGRT), Anadolu Sigorta (ANSGR), Güneş Sigorta (GUSGR), Halk Sigorta (HALKS), RAY Sigorta (RAYSG)).

Şirketlere ilişkin veriler, datastream veritabanı aracılığıyla edinilirken, BIST 100 endeksi için TCMB Elektronik Veri Dağıtım Sisteminden (EVDS) faydalanılmıştır.

Yasal düzenlemelerin sektöre yansımaları görebilmek için şirketlere ilişkin veriler yardımı ile sektör değerleri elde edilmiştir. Bunun için öncelikle şirketlerin aktif büyüklüklerine göre sektördeki ağırlıkları tespit edilmiştir. Her bir şirketin endekslenen fiyat değerleri ile ağırlıkları çarpılmış ve ilgili dönemdeki tüm şirketler için hesaplanan bu değerler toplanarak sektörü anlatan yeni seri oluşturulmuştur. Ayrıca, çalışılan dönem içerisinde piyasaya yeni giren şirketlerin ilgili tarihlerde dahil edilmesiyle değişen ağırlıklara ve böylece elde edilen yeni ve eski serinin birleştirilmesi sürecine de dikkat edilmiştir. Sözkonusu işlemler Halk Sigorta ve Avivasa'nın katıldığı dönemler için de geçerlidir.

Sigorta sektöründeki yasal düzenlemeler içerisinde olay seçimi yapılırken, ele alınan dönem itibarıyla firmaların nakit akım değerlerini, karlılıklarını ve getirilerini etkileyebilecek, köklü değişim yaratan ve halen yürürlükte olanlar alınarak, bir seçim önyargısı oluşturulmamaya da özen gösterilmiştir. Diğer yandan, her ne kadar sektör bazında bir değerlendirme yapılmış olsa da, içinde barındırdığı her bir şirket grubunu doğrudan etkileyecek olaylar olmasına da dikkat edilmiştir. Bu çerçevede toplam 5 olay (ekde detaylandırılmaktadır) inceleme konusu yapılmıştır.

Çalışmadaki olaylar için şirket bazında da analiz yapılmış olmakla beraber, sektörün geneli üzerine yapılan analizler raporlanmıştır.

Yöntem

Olay çalışması, herhangi bir olayın varlık fiyatlarını uzun veya kısa dönemde nasıl ve hangi hızda etkilediği konusunda sonuçlar çıkarılmasını sağlayan ve piyasanın etkinliğini ölçmede kullanılan bir yöntemdir (Badalova vd., 2017, s. 103; Badalova, 2016, s. 45).

Olay çalışması, olayın tanımlanması, olay penceresinin tanımlanması, olayın etkilerinin değerlendirilmesi ve modelin test edilerek sonuçların yorumlanması olmak üzere 4 adımdan oluşmaktadır (Campbell vd, 1997, s.150-152).

İlk aşamada sigorta sektörünün nakit akışını etkileyebilecek olan kanuni düzenlemeler olay olarak seçilmiştir.

Olay çalışmalarının ikinci önemli aşaması olayla ilgili zamanların belirlenmesidir. Zamanlama üç ana zaman bölümünü kapsamaktadır (Kavcar ve Gümrah, 2017, s.106).

Olay günü (zamanı), ilgili olayın gerçekleştiği tarihtir. Kontrol dönemi olarak da tanımlanabilen tahmin penceresi, olayın etkisinin görülmediği dönemdir. Bu dönemde, varlığın normal getirilerinin hesaplanması sözkonusudur (Çukur ve Eryiğit, 2006, s. 101). Gerçek fiyat hareketlerini tanımlayabilmek için, literatürde 100-300 günlük aralık kullanılmaktadır (Mazgit, 2013, s. 233). Bu çalışmada da, süre 150 gün olarak belirlenmiştir.

Olay penceresi ise, olaydan önceki ve sonraki 3 ila 15 gün arasının alınabildiği bir aralıktır. Olay öncesinin alınması, olay öncesinde olası bilgi sızmalarının fiyatları etkileme ihtimalini ölçmek açısından anlamlıdır (Elbir ve Kandır, 2017, s. 24). Olay sonrası aynı süre ise, olay gerçekleştikten sonra fiyatlara yansımaları görmek açısından yeterli bir süre olarak değerlendirilmektedir (Yazgan, 2017, s.57-58; Mazgit, 2013, s. 233). Çalışmada, olay penceresi, olay tarihinden 10 gün öncesi ve sonrası (-10,+10) olarak belirlenmiştir.

Olay çalışmalarında amaç, olayın olduğu tarihten önceki ve sonraki günlerde, normal üstü getiri (abnormal return, AR) ve kümülatif normal üstü getiri (cumulative abnormal return, CAR) hesaplanmasıdır. Nitekim, piyasanın yeni bilgiye tepkiler vererek fazlalık getiriler yansıttığı varsayılmaktadır.

Normal üstü getirilerin hesaplanabilmesi için ilk olarak gerçekleşen ve beklenen getirin hesaplanması gerekir (Mackinlay,1997, s. 15). Beklenen getirileri hesaplayabilmek için ise piyasa modelinden yararlanılabilir. Piyasa modeli yatırımcıların olay açıklaması nedeniyle olay gününde ve olay gününün öncesi ve sonrasında normal üstü getiriler elde edip etmediklerini belirlemek için kullanılmaktadır (Çukur ve Eryiğit, 2006, s.102; Küçükşille ve Mizrahi, 2015, s. 65; Sakarya ve Sezgin, 2015, s.14).

Bunun için öncelikle, i hisse senedinin t zamanındaki beklenen getirisinin hesaplanması gerekir: (Mackinlay,1997, s. 18)

$$E(R_{i,t}) = \alpha_i + \beta_i R_{mt} + e_{it} \quad [1]$$

$E(R_{it})$: i payının t dönemdeki getirisi

R_{mt} : BIST 100 endeksinin t dönemindeki getirisi

a_i : sabit terim, β_i : i payının sistematik riski (eğimi), e_{it} : hata terimi

Pazara ilişkin günlük getiri şöyle hesaplanmaktadır. (Henderson, 1990, s. 287)

Pazar getiri oranı:

$$R_{mt} = \frac{I_t - I_{(t-1)}}{I_{(t-1)}} \quad [2]$$

I_t : BIST 100 endeksinin t günündeki kapanış değerini,

$I_{(t-1)}$: BIST 100 endeksinin t-1 günündeki kapanış değerini göstermektedir.

İkinci aşamada, fiili ve pazar getiri oranları arasındaki fark alınarak normal üstü getiri hesaplanır (Mackinlay, 1997, s.19).

Normal üstü getiri = Fiili getiri oranı - Pazar getiri oranı

$$AR_{it} = R_{it} - E(R_{it}) \quad [3]$$

$$AR_{it} = R_{it} - a_i - b_i R_{mt} \quad [4]$$

$$AR_{it} = R_{it} - (a_i + b_i R_{mt}) \quad [5]$$

AR_{it} : i hisse senedi için t günündeki normal üstü getiri

R_{it} : i hisse senedinin t günündeki gerçekleşen getirisi

R_{mt} : Pazar portföyünün t dönemdeki getirisi

Hesaplanan normal üstü getiriler, sırasıyla birbirleriyle toplanarak, kümülatif normal üstü getiriler (CAR) elde edilir. (Mackinlay, 1997, s. 21)

$$CAR_{it} = \sum_i^N AR_{it} \quad [6]$$

AR_{it} : i hisse senedi için t günündeki ortalama normal üstü getiri

CAR_{it} : i hisse senedi için t günündeki ortalama normal üstü getirilerin toplamıdır.

$$CAR_{-10,10} = \sum_{t=-10}^{10} AR_t \quad [7]$$

Olay çalışması yönteminin son aşamasında olay günü ve olay penceresindeki diğer günler için aşağıdaki formül yardımıyla t istatistiği hesaplanır.

$$t = \frac{AAR}{S(AAR_t)} \quad [8]$$

t: t istatistiği, AAR: ortalama anormal getiri, $S(AAR_t)$: t günündeki anormal getirinin standart sapması

Hipotez

Yukarıdaki denklemler yardımıyla hesaplanan normal üstü getiriler ve kümülatif normal üstü getirilerin olay penceresi aralığında anlamlı olarak sıfırdan farklı olup olmadığını test edilecektir. Bunun için aşağıdaki hipotezler kurulmuştur.

H_0 hipotezi: Getirilen yasal düzenlemenin, sigorta sektörü hisse senedi getirilerine hiçbir etkisi yoktur.

H_0 : AR, CAR=0

H_1 hipotezi: Getirilen yasal düzenlemenin, sigorta sektörü hisse senedi getirilerine etkisi vardır.

H_1 : CAR, CAR≠0

Hipotezin kabulü halinde, olayın hisse senedi fiyatlarını etkilediğini söyleyebiliriz yani yatırımcılar sektör hisselerinden düzenlemeden kaynaklı normalin üzerinde getiri elde edebilirler (Aygören ve Uyar, 1997, s. 38).

Bu hipotezlerde kullanılan AR ve CAR'ların sıfırdan farklı olup olmadığının tespit edilmesinde t testi kullanılmaktadır (Çukur ve Eryiğit, 2006, s. 103; Koçyiğit, 2008, s. 171).

Bulgular ve Değerlendirme

Yukarıda belirtilen denklemler yardımıyla, çalışmada olay olarak alınan, sigorta sektörüne ait beş yasal düzenlemenin, önce kanun kabul tarihleri itibariyle, ardından da yürürlüğe girdikleri tarihleri itibariyle (+10,-10) penceresindeki, normal üstü (AR) ve kümülatif normal üstü getirileri (CAR) ile test sonuçları sunulmuştur.

Normal üstü getiriler, yasal düzenlemenin getirilmesinin her bir gün için piyasa değeri üzerindeki etkisini gösterirken; kümülatif normal üstü getiriler toplam etkiyi göstermektedir (Nagm ve Kautz, 2008, s. 70, Elbir ve Kandır, 2017, s.25).

Normal üstü getirilerin pozitif değerleri, olayların yatırımcılar tarafından olumlu algılandığına işaret ederken, negatif değerler tam tersi bilgiyi aktarmaktadır. AR değerlerinin sıfırın etrafında salınımda bulunması ise, düzenlemenin istatistiki olarak etkisinin olmadığı anlamına gelmektedir.

Tablo 1 ve Tablo 2 sırasıyla kanun kabul tarihleri itibariyle tekil ve birikimli normal üstü getirileri raporlamaktadır.

Kanun kabul tarihlerinin olay günü olarak alındığı ilk durumda, hiçbir olay için olay gününde anlamlı bir tekil normal üstü getiri ile karşılaşılmamıştır. Diğer yandan, günler itibariyle ortaya çıkan anlamlı tekil anormal getiriler de genel olarak negatif değerler almaktadır.

Birikimli anormal getiriler için, olay gününde analiz sonuçları olay 3 haricinde anlamlı olarak bulunmuştur. Sözkonusu anlamlı etki, olay 1 ve olay 5 için pozitif olarak gerçekleşmişken, diğerlerinde negatif değerler elde edilmiştir. Varolan etkilerin kalıcılığını da izleyebildiğimiz birikimli normal üstü getirilerin ortak noktası, çok düşük değerlerde seyretmesidir.

Sözkonusu yasal düzenlemelerin yürürlüğe girme tarihleri itibariyle yapılan diğer analiz sonuçları ise Tablo 3 ve Tablo 4 ile raporlanmakta ve daha açıklanabilir sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir.

Tablo 1. Olay 1-5 Etrafındaki Tekil Normal Üstü Getiriler²

günler	olay 1		olay 2		olay 3		olay 4		olay 5	
	AR	t-ist	AR	t-ist	AR	t-ist	AR	t-ist	AR	t-ist
-10	0,006	0,36	-0,007	-1,07	-0,015	-0,64	-0,011	-2,30	0,007	0,88
-9	-0,001	-0,08	-0,008	-1,17	-0,006	-0,28	-0,001	-0,11	0,000	0,02
-8	0,031	1,85	0,004	0,55	-0,001	-0,05	-0,003	-0,67	0,005	0,60
-7	-0,012	-0,70	0,010	1,54	0,033	1,44	0,002	0,41	0,004	0,51
-6	0,046	2,80	-0,010	-1,41	-0,034	-1,49	0,004	0,80	-0,001	-0,10
-5	0,034	2,03	0,000	-0,05	0,022	0,96	-0,007	-1,46	-0,001	-0,18
-4	0,012	0,72	-0,001	-0,16	-0,005	-0,23	-0,002	-0,38	0,000	0,02
-3	-0,001	-0,08	-0,006	-0,94	-0,003	-0,12	-0,001	-0,19	0,002	0,31
-2	-0,014	-0,82	-0,005	-0,76	-0,006	-0,24	0,008	1,60	0,017	2,12
-1	-0,002	-0,14	0,006	0,84	-0,015	-0,65	-0,009	-1,89	0,011	1,36
0	0,007	0,44	0,000	-0,07	-0,010	-0,43	-0,001	-0,27	-0,015	-1,89
1	0,007	0,40	-0,006	-0,95	-0,012	-0,53	0,002	0,53	-0,008	-1,03
2	0,000	0,00	0,003	0,51	-0,051	-2,21	-0,007	-1,48	0,012	1,49
3	-0,006	-0,39	0,010	1,51	0,060	2,59	0,001	0,20	0,009	1,13
4	-0,004	-0,25	0,000	0,06	0,007	0,31	-0,006	-1,33	-0,005	-0,58
5	-0,024	-1,45	-0,001	-0,22	0,017	0,72	0,006	1,31	0,005	0,64
6	-0,006	-0,37	0,007	0,98	-0,022	-0,93	-0,002	-0,42	-0,007	-0,87
7	-0,002	-0,12	-0,014	-2,05	-0,003	-0,14	0,002	0,46	0,001	0,17
8	-0,010	-0,59	0,004	0,61	0,005	0,20	-0,002	-0,34	0,003	0,40
9	-0,006	-0,38	0,009	1,28	-0,015	-0,64	-0,001	-0,31	-0,006	-0,69
10	0,003	0,20	0,000	-0,05	0,000	-0,02	0,000	0,02	0,015	1,91

²Kanun kabul tarihleri analizinde, olay 3 kanundaki yönetmelik değişikliği ile gerçekleştiğinden Resmi Gazete’de yayın tarihi, olay 5 için ise, istisnai bir durum olarak Resmi Gazete’de yayınlanmadan önce genelgeyle uygulamaya konduğundan yürürlük tarihleri alınmıştır.

Tablo 2. Olay 1-5 Etrafındaki Birikimli Normal Üstü Getiriler³

günler	olay 1		olay 2		olay 3		olay 4		olay 5	
	CAR	t-ist	CAR	t-ist	CAR	t-ist	CAR	t-ist	CAR	t-ist
-10	0,006	0,17	-0,007	-1,17	-0,015	-0,61	-0,011	-1,62	0,007	0,53
-9	0,005	0,13	-0,015	-2,44	-0,021	-0,88	-0,011	-1,71	0,007	0,54
-8	0,035	0,99	-0,011	-1,84	-0,022	-0,92	-0,015	-2,18	0,012	0,90
-7	0,024	0,66	-0,001	-0,17	0,011	0,45	-0,013	-1,89	0,016	1,20
-6	0,070	1,96	-0,011	-1,70	-0,024	-0,96	-0,009	-1,33	0,015	1,14
-5	0,104	2,90	-0,011	-1,75	-0,001	-0,05	-0,016	-2,36	0,014	1,03
-4	0,116	3,23	-0,012	-1,93	-0,006	-0,27	-0,018	-2,63	0,014	1,04
-3	0,114	3,20	-0,018	-2,95	-0,009	-0,38	-0,019	-2,76	0,016	1,23
-2	0,101	2,82	-0,024	-3,77	-0,015	-0,61	-0,011	-1,63	0,033	2,49
-1	0,099	2,75	-0,018	-2,86	-0,030	-1,22	-0,020	-2,97	0,044	3,31
0	0,106	2,95	-0,018	-2,93	-0,040	-1,63	-0,021	-3,16	0,029	2,18
1	0,112	3,14	-0,025	-3,97	-0,052	-2,13	-0,019	-2,79	0,021	1,56
2	0,112	3,14	-0,021	-3,41	-0,103	-4,22	-0,026	-3,84	0,033	2,45
3	0,106	2,96	-0,011	-1,77	-0,043	-1,77	-0,025	-3,70	0,042	3,12
4	0,102	2,84	-0,011	-1,71	-0,036	-1,47	-0,031	-4,64	0,037	2,77
5	0,078	2,16	-0,012	-1,95	-0,019	-0,79	-0,025	-3,71	0,042	3,16
6	0,071	1,99	-0,006	-0,89	-0,041	-1,68	-0,027	-4,00	0,035	2,64
7	0,069	1,94	-0,019	-3,12	-0,044	-1,81	-0,025	-3,68	0,037	2,74
8	0,060	1,67	-0,015	-2,46	-0,039	-1,62	-0,026	-3,92	0,040	2,98
9	0,053	1,49	-0,007	-1,06	-0,054	-2,22	-0,028	-4,13	0,034	2,56
10	0,057	1,58	-0,007	-1,12	-0,055	-2,24	-0,028	-4,12	0,049	3,71

Yasal düzenlemelerin yürürlük tarihlerinden itibaren (+10,-10) penceresindeki, normal üstü (AR) ve birikimli normal üstü getiriler (CAR) test sonuçları sırasıyla Tablo 3 ve Tablo 4 itibariyle sunulmuştur

³ bkz.*

Tablo 3. Olay 1-5 Etrafındaki Tekil Normal üstü Getiriler

Günler	olay 1		olay 2		olay 3		olay 4		olay 5	
	AR	t-ist	AR	t- ist	AR	t-ist	AR	t-ist	AR	t-ist
-10	-0,001	-0,06	-0,011	-0,55	0,001	0,17	0,009	1,66	0,007	0,88
-9	-0,006	-0,30	0,002	0,08	-0,002	-0,19	-0,003	-0,52	0,000	0,02
-8	0,034	1,59	0,020	0,96	0,013	1,71	0,006	1,07	0,005	0,60
-7	0,005	0,22	0,022	1,08	-0,010	-1,25	-0,002	-0,30	0,004	0,51
-6	0,036	1,71	0,031	1,51	0,013	1,60	0,008	1,42	-0,001	-0,10
-5	0,039	1,84	-0,006	-0,27	-0,001	-0,14	0,011	2,09	-0,001	-0,18
-4	-0,046	-2,16	-0,006	-0,29	-0,008	-1,06	0,003	0,57	0,000	0,02
-3	0,016	0,78	0,000	0,02	0,009	1,15	0,007	1,27	0,002	0,31
-2	-0,009	-0,42	0,006	0,27	0,001	0,08	0,001	0,27	0,017	2,12
-1	-0,009	-0,41	-0,016	-0,80	0,004	0,52	-0,003	-0,61	0,011	1,36
0	0,040	1,92	-0,001	-0,07	-0,006	-0,75	0,000	-0,08	-0,015	-1,89
1	-0,024	-1,15	0,068	3,36	-0,013	-1,71	0,001	0,25	-0,008	-1,03
2	0,008	0,36	-0,003	-0,15	0,000	-0,06	0,000	-0,01	0,012	1,49
3	0,011	0,54	0,023	1,14	0,007	0,93	0,005	0,86	0,009	1,13
4	0,010	0,49	0,000	0,01	-0,006	-0,77	0,009	1,65	-0,005	-0,58
5	0,000	0,01	0,042	2,08	-0,004	-0,57	0,005	0,84	0,005	0,64
6	0,011	0,52	-0,004	-0,17	-0,006	-0,76	-0,012	-2,27	-0,007	-0,87
7	-0,002	-0,11	-0,003	-0,14	-0,012	-1,51	0,006	1,06	0,001	0,17
8	-0,001	-0,02	0,013	0,63	0,003	0,35	0,007	1,35	0,003	0,40
9	0,027	1,26	0,021	1,04	0,009	1,15	0,005	0,96	-0,006	-0,69
10	0,003	0,14	-0,008	-0,38	0,006	0,78	0,006	1,17	0,015	1,91

Tablo 4. Olay 1-5 Etrafındaki Birikimli Normal üstü Getiriler

Günler	olay 1		olay 2		olay 3		olay 4		olay 5	
	CAR	t-ist	CAR	t- ist	CAR	t-ist	CAR	t-ist	CAR	t-ist
-10	-0,001	-0,03	-0,011	-0,17	0,001	0,12	0,009	0,50	0,007	0,53
-9	-0,008	-0,19	-0,010	-0,14	0,000	-0,01	0,006	0,34	0,007	0,54
-8	0,026	0,63	0,010	0,15	0,013	1,18	0,012	0,67	0,012	0,90
-7	0,031	0,74	0,032	0,47	0,004	0,31	0,010	0,57	0,016	1,20
-6	0,067	1,62	0,063	0,93	0,016	1,42	0,018	1,00	0,015	1,14
-5	0,106	2,56	0,057	0,84	0,015	1,32	0,030	1,63	0,014	1,03
-4	0,060	1,45	0,051	0,76	0,007	0,58	0,033	1,80	0,014	1,04
-3	0,076	1,85	0,052	0,76	0,016	1,38	0,040	2,19	0,016	1,23
-2	0,068	1,64	0,057	0,85	0,016	1,44	0,041	2,27	0,033	2,49
-1	0,059	1,43	0,041	0,60	0,020	1,80	0,038	2,08	0,044	3,31
0	0,099	2,41	0,040	0,58	0,014	1,28	0,037	2,06	0,029	2,18
1	0,075	1,82	0,108	1,60	0,001	0,09	0,039	2,14	0,021	1,56
2	0,083	2,00	0,105	1,55	0,001	0,05	0,039	2,13	0,033	2,45
3	0,094	2,28	0,128	1,89	0,008	0,70	0,043	2,39	0,042	3,12
4	0,104	2,53	0,128	1,90	0,002	0,17	0,053	2,89	0,037	2,77
5	0,104	2,53	0,171	2,52	-0,003	-0,23	0,057	3,14	0,042	3,16
6	0,115	2,79	0,167	2,47	-0,009	-0,76	0,045	2,46	0,035	2,64
7	0,113	2,74	0,164	2,43	-0,020	-1,81	0,051	2,78	0,037	2,74
8	0,113	2,73	0,177	2,62	-0,018	-1,57	0,058	3,18	0,040	2,98
9	0,139	3,37	0,198	2,93	-0,009	-0,76	0,063	3,48	0,034	2,56
10	0,142	3,44	0,191	2,82	-0,002	-0,22	0,070	3,83	0,049	3,71

Olay 1 etrafındaki tekil ve birikimli normal üstü getiriler (AR ve CAR):

Araştırma bulgularına göre, Tablo 1'den görülebileceği gibi, bireysel emeklilik tasarruf ve yatırım sistemi yürürlüğe girmeden önceki 10 günün 5 gününde negatif normal üstü getiriler elde edilirken, bunlardan sadece 4. gün anlamlı negatif bir etkiye rastlanmaktadır. Düzenleme yürürlüğe girdikten sonraki 10 günde, negatif normal üstü getiri sayısı 3'e düşerken, geri kalan 7 gün de istatistiki anlamlılığı olmasa da pozitif AG'ler elde edilmiştir. Olay tarihinde ise, anlamlılık düzeyi ikiye yakın bir değerle % 4'lük bir normal üstü getiri sözkonusudur. Olay günü öncesinde yaşanan negatif değerlerin varlığı, her ne kadar uzun süredir bahsi geçse de sistemin nasıl işleyeceğine dair belirsizlikle ilişkilendirilebilir. Kanunun yürürlüğe girmesi ile bu negatif değerlerin azalması da aynı bakış açısıyla açıklanabilir. CAR değerlerine bakıldığında, olay öncesi 5. günde %10,5 lik anlamlı bir etki yaşanmıştır. Olay günü ise, bu 5. günün değerinin biraz altında %9,9'luk anlamlı etki yakalanmıştır. Olay sonrası 1. gün haricinde geri kalan 9 günde de anlamlı pozitif değerler artarak devam etmekte ve normal üstü getirilerin kalıcılığına işaret etmektedir. Ancak çok yüksek olmayan değerler, kanunun kabul edilmesine rağmen, yeni emeklilik şirketlerinin 2003 Ekim ayı itibariyle emeklilik planlarını tasdik ettirerek faaliyete geçmeleri ile açıklanabilir.

Olay 2 etrafındaki tekil ve birikimli normal üstü getiriler (AR ve CAR):

Bireysel emeklilik sisteminde devlet katkısının getirilmesine dair uygulamanın yürürlük tarihinden önceki günlerde, piyasada istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye rastlanmamaktadır. Üstelik bu durum, olay günü içinde geçerlidir. Ancak, olay sonrası 1. ve 5. günlerde pozitif anlamlı değerlere rastlanmaktadır. CAR değerlerinde ise, AR değerlerine benzer şekilde olay öncesi yada olay günü herhangi bir hareketlenme görülmezken, anlamlı ve kalıcı etkilerin 5. günden 10. güne dek sürdüğü görülmektedir.

Olay 3 etrafındaki tekil ve birikimli normal üstü getiriler (AR ve CAR):

Trafik sigortasında sigorta şirketlerinin tarifelerini tam olarak serbest bir şekilde belirleyebileceklerine dair uygulamanın yürürlüğe girmesi ne olay gününde ne de olay öncesi ve sonrasında anlamlı normal üstü getiriler sağlayamamıştır. Üstelik bu durum, kümülatif normal üstü getiriler içinde geçerliliğini korumuştur. Hem tekil hem de birikimli normal üstü getirilerin sıfırın etrafında salınması, ilgili düzenlemenin herhangi bir normal üstü getiri sağlamadığını işaret etmektedir. Düzenlemenin fiyat rekabetini tetiklemesinin yatırımcıyı tedirgin ederek sektördeki pay getirilerine ilgisini azalttığı düşünülebilir.

Olay 4 etrafındaki tekil ve birikimli normal üstü getiriler (AR ve CAR):

Bireysel emeklilik sistemine getirilen diğer bir yasal düzenleme, sektörü büyük ölçüde hareketlendirmesi beklenen aşamalı olarak uygulanacak olan otomatik katılımdır. Olay gününde sektör piyasalarında herhangi bir etkinin olmadığını gösteren AR değerlerine rağmen, olaydan 5 gün önce yaklaşık %11'lik anlamlı bir normal üstü getirinin varlığı, olayın öncesi piyasaya bilginin sızdığını ve ilk etkinin bu gün itibarıyla gerçekleştiği biçiminde yorumlanabilir. Aynı olayın kümülatif normal üstü getirilerinin seyrine bakıldığında ise, olaydan 3 gün önce başlayan pozitif ve anlamlı değerlerin olay günü de dahil olmak üzere olaydan sonraki 10. güne dek süreklilik gösterdiğini gözlemlemek mümkündür. Söz konusu kalıcı etkinin artış eğiliminde olduğunu da belirtmek gerekir. Bu durum , olayın yatırımcı tarafından olumlu karşılandığının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Olay 5 etrafındaki tekil ve birikimli normal üstü getiriler (AR ve CAR):

Hayatdışı sigorta branşları içerisindeki ve trafikteki tüm araçları doğrudan ilgilendiren bir diğer düzenleme tavan fiyat uygulamasının yürürlüğe girmesidir. Trafik sigortalarındaki hasar artışı ve vefat tazminatının ödemelerindeki geriye dönük ödemelerin süresi ve itiraza açık hale gelmesi gibi birçok diğer unsurla artan maliyetin fiyatlara artış olarak yansınca tavan fiyat uygulaması gündeme gelmiştir. Bu uygulamanın yürürlüğe girdiği olay günü ve sonrasında anlamlı bir etkiye rastlanamamıştır. Ancak olaydan 2 gün önce, belki de Hazine Müsteşarlığı'ndan yapılan trafik sigortalarında fiyat artışlarının önüne geçilmezse, müsteşarlığın yetkilerini kullanacağı açıklamasının etkisiyle %1,7 'lik bir anlamlı pozitif normal üstü getiri elde edilmiştir. Uygulamanın kümülatif normal üstü getirilerine bakıldığında, benzer şekilde olay gününden 2 gün önce başlayan ve olay sonrası 1. gün haricinde anlamlı olan pozitif normal üstü getirilerden bahsedebilmek mümkündür. Tavan fiyat uygulamasına kaba haliyle baktığımızda trafik sigortasında indirimden bahsedilebilir. Oysa, detaya girildiğinde, kaza sayısına bağlı sürekli artan zamlı sigorta primleri ile aslında, iyi sürücüler için ucuz, kötü

sürücüler için pahalı bir sistemi beraberinde getiriyor. Bu durum, sigorta şirketlerinin kendilerine hasar yazdıran sürücüleri bu hasara ortak etmesi biçiminde okunursa, şirketleri gelir kaybına uğratmayan bir uygulama olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla da, yatırımcı açısından tedirgin edici bir gelişme olarak yorumlanmayabilir.

Sonuç

Bu çalışmanın amacı, sigorta sektörüne yönelik beş yasal düzenlemenin Borsa İstanbul'da işlem gören sigorta şirketlerinin hisse senedi getirileri aracılığıyla, sektör yatırımcısı için normal üstü getiriler oluşturup oluşturmadığının test edilmesidir.

Bu etkinin ölçülmesi amacıyla da, olay çalışması analiz yöntemi olarak benimsenmiştir. Kanun kabul tarihleri ve yürürlüğe girme tarihleri olarak iki farklı tarihin olay günü olarak seçildiği çalışmada, kanun kabul tarihlerinde anlamlı etkiler gözlemlenmemiştir.

Yürürlük tarihlerinin esas olarak ele alındığı analiz sonuçlarına göre, sektörü ilgilendiren beş olay içerisinde, sadece trafik sigortasında tam serbest tarifeye geçilmesi durumunda, getirilen yasal düzenlemenin, sigorta sektörü hisse senedi getirilerine hiçbir etkisinin olmadığını belirten H_0 hipotezinin kabul edildiği görülmüştür. Buna göre, olay 3 etrafında sigorta sektöründe, uygulama ile ortaya çıkan fiyat rekabetinin yatırımcıyı tedirgin ederek pay getirilerine ilgiyi azalttığı ve normal üstü getirilerin oluşmadığı söylenebilir.

Diğer tüm olaylarda ise, yasal düzenlemelerin kimi zaman olay öncesinde kimi zaman ise olay gününde normal üstü ve kümülatif normal üstü getiriler sağladığı gözlemlenmiştir. Bu durum, olay 1-2-4 ve 5 için getirilen yasal düzenlemelerin, sigorta sektörü hisse senedi getirilerine etkisi var biçiminde şekillenen sıfırdan farklı hipotezin kabulüne işaret etmektedir. Ayrıca, yukarıda olaylar etrafındaki AR ve CAR değerleri yorumlanırken de görüldüğü gibi, elde edilen sonuçlar, düzenlemelerin sektöre olası etkilerine dair beklentilerle de uyumludur.

Normal koşullarda düzenlemenin gündeme girdiği an veya en azından kanunlaştığı anda fiyatların anlamlı tepki vermemesi etkin piyasalar açısından bilginin fiyatlara yansıma hızı bakımından sorunlu olacaktır. Teknik olarak etkin olmayan piyasa olarak değerlendirilebilecek bir durum geçmiş otuz yılı bulan bir borsa için çok normal görülen bir durum değildir. Bu açıdan hisse fiyatlarının neden ilk anda değilde, uygulamaya girmesinden sonra tepki verdiğinin analizi gelecek çalışmaların ilgi alanı olması gerekir.

Kaynakça

- Aygören, H., Uyar, S. (1997). İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) Denetim Görüşlerinin Hisse Senedi Getirileri Üzerindeki Etkisi. *İMKB Dergisi*, 9(36), 31-45.
- Babacan, B., Özer, G. (2013). Şirketlerin Gönüllü Açıklamalarının Hisse Senedi Getirileri Üzerine Etkileri. *Yönetim ve Ekonomi*, 20(2), 91-104.
- Badalova, L. (2016). *Aracı Kurum Tavsiyelerinin Hisse Senedi Değeri Üzerine Etkisi*. (Yayımlanmamış yüksekisans tezi). Hacette Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Badalova, L., Yıldız, Y. ve Karan, M.B. (2017). Aracı Kurum Tavsiyelerinin Hisse Senedi Fiyatı Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Nisan, 97-119.
- Bayraktar, A. (2012). Etkin Piyasalar Hipotezi. *Aksaray Ü. İİBF Dergisi*, 4(1), 37-47.
- Campbell, J.Y., Lo A. W. L. ve Mackinlay A. C. (1997). *The Econometrics of Financial Markets*. New Jersey: Princeton University Press
- Çelik, T. T., Taş, O. (2007). Etkin Piyasa Hipotezi ve Gelişmekte Olan Hisse Senedi Piyasaları. *İTÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 11-22.
- Çevikçelik, S. (2012). *Şirket Birleşmelerinin Firmanın Piyasa Değerine Etkisi: İMKB'de Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış yüksekisans tezi). Adnan Menderes Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın
- Cootner, P. H. (1962). Stock Prices: Random Walk vs. Systematic Changes. *Industrial Management Review*, Spring, 24-45.
- Çukur, S., Eryiğit, R. (2006). Banka Birleşme ve Devralma Olaylarının Borsadaki Etkisi. *İktisat, İşletme ve Finans*, 21(243), 96-107.
- Çukur, S., Eryiğit, R. (2007). Yatırım Ortaklıkları ve Bedelsiz Sermaye Artırımları: İMKB'de Ampirik Bir Analiz. *İktisat İşletme Finans*, 22(254), 73-85.
- Elbir, G., Kandır, S. Y. (2017). Yatırım Duyurularının Pay Getirileri Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Demir-Çelik Sektörü Örneği. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 9(1), 16-32.
- Fama, F. E., Fisher, L., Jensen, C. M. & Roll, R. (1969). The Adjustment of Stock Prices To New Information. *International Economic Review*, 10(1), 1-21.
- Fama, E.F. (1970). Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work. *Journal of Finance*, 25(2), 383-417.
- Fama, E. F. (1991). Efficient Capital Markets: II. *The Journal of Finance*, 46(5), 1575-1617.

- Grossman, S. ve Stiglitz, J. (1980). On The Impossibility Of Informationally Efficient Markets. *American Economic Review*, 70(3), 393-408.
- Gümrah, Ü., Belen, M. (2016) Türkiye’de Hisse Senedi Piyasası’nın Enflasyon Açıklamalarındaki Süprizlere Tepkisi. *İnsan ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 109-133.
- Güngör, B. (2003). Finans Literatüründe Anomali Kavramı ve Etkin Piyasalar Hipotezi. *Atatürk Ü. İİBF Dergisi*, 17(1-2), 109-133.
- Güre, D. P., Kütük, S. (2016). Türkiye’de Kurumlar Vergisi Değişikliğinin Hisse Senedi Fiyatlarına Kısa Dönemli Etkisi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 71(1) , 303-322.
- Güvercin, A., Demir, Y. (2015). Kazanç Açıklamaları ve Şirket Değeri İlişkisi: BIST 100 Şirketleri Üzerine Bir Olay Analizi. *Eskişehir Osmangazi Ü. İİBF Dergisi*, 10(3), 233-253.
- Hekimoğlu, M.H., Tanyeri, B. (2011). *Türk Şirket Birleşmelerinin Hisse Senedi Fiyatları Üzerindeki Etkileri*. Erişim Tarihi: 12.07.2017, <http://ssrn.com/abstract=1768015>
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1768015>
- Henderson, G. V. (1990). Problems and Solutions In Conducting Event Studies. *The Journal of Risk and Insurance*, 57(2), 282-306.
- Kamuyu Aydınlatma Platformu. <https://www.kap.org.tr>
- Kandır, S.Y.,Yakar, S. (2012). Kurumlar Vergisi Oranındaki Değişikliğin Hisse Senedi Getirileri Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi. *Maliye Dergisi*, 163, 170-186.
- Kavcar, B., Gümrah Ü. (2017). Borsa İstanbul’da Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum ve Firma Değeri: Olay Çalışması. *AİBÜ Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(1), 103-114.
- Koçyiğit, M., Kılıç A. (2008). Leasing Sektöründe KDV Oranı Değişikliğinin İMKB’de İşlem Gören Leasing Şirketlerinin Hisse Denedi Getirilerine Etkisi. Erişim tarihi: 10.10.2017, <http:journal.mufad.org.tr>, 165-174.
- Küçüksille, E., Mizrahi R. (2015). Bedelli Sermaye Artırımı Duyurularının Halka Açık İşletmelerin Hisse Senedi Performanslarına Etkisi: Borsa İstanbul’da Bir Araştırma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 17(29), 63-69.
- Mackinlay, A. C. (1997). Event Studies In Economics And Finance. *Journal of Economic Literature*, XXXV(1), 13-39.
- Mazgit, İ. (2013). Endeks Kapsamında Olmanın Hisse Senedi Getirilerine Etkisi: BIST Temettü 25 Endeksi Üzerine Bir Uygulama. *Sosyoekonomi*, 20(20), 225-264.

- Mutan, C. O., Topcu, A. (2009). Türkiye Hisse Senedi Piyasasının 1990-2009 Tarihleri Arasında Yaşanan Beklenmedik Olaylara Tepkisi. *Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Raporu*.
- Şahin, A., Doğukanlı, H. (2015). Banka Birleşme ve Satın Alma Duyurularının Hedef Banka Hisse Senedi Fiyatları Üzerine Etkileri. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, 52(600), 9-25.
- Sakarya, Ş. (2011). İMKB Kurumsal Yönetim Endeksi Kapsamındaki Şirketlerin Kurumsal Yönetim Derecelendirme Notu ve Hisse Senedi Getirileri Arasındaki İlişkinin Olay Çalışması Yöntemi İle Analizi. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 147-162.
- Sakarya, Ş., Sezgin, H. (2015). Sendikasyon Kredisi Kullanımının Bankaların Hisse Senedi Getirilerine Etkisi: Olay Çalışması Yöntemiyle BIST'te Bir Uygulama. *TBB Bankacılar Dergisi*, 26(92), 5-24.
- Şimşir, Ş. A. (2017). Birleşme ve Devirler Türk Alıcı ve Hedef Şirketler İçin Ekonomik Değer Yaratıyor Mu? *Sabancı Üniversitesi Araştırma Raporu*, Erişim tarihi:01.10.2017, http://cef.sabanciuniv.edu/wp-content/uploads/2016/02/CEF_ARASTIRMA-RAPORU_TR_052017.pdf
- TC. Merkez Bankası Veri Bankası , evds.tcmb.gov.tr
- Yazgan, K.F. (2017). *Kurumsal Yönetim Derecelendirmesinin Hisse Senedi Performansına Etkisi: BIST Kurumsal Yönetim Endeksi Üzerine Bir İnceleme*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Balıkesir Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Yılmaz, M. (2010). *Şirket Birleşme ve Devralmalarının Getiri Üzerinde Etkisi ve İMKB'de Bir Uygulama*, (Yayımlanmamış doktora tezi), Kadir Has Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Ek: Çalışmada Ele Alınan Olaylar

İnceleme konusu olaylara ilişkin bilgilendirme aşağıdaki gibidir.

Olay 1: Bireysel emeklilik sistemi: Bireysel emeklilik sisteminde, bireysel emeklilik fonu altyapısı oluşturulması, kayıtlılık ve tahsilat artırıcı tedbirlerin alınması gibi konular ilgili kanun ile 2000 yılında başbakanlığa gelmiş ve 07.10.2001 itibariyle yürürlüğe girerek uygulama alanı bulmuştur.

Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu (BES Kanun no: 4632)

Kanun kabul tarihi :28.03.2001

Yürürlük tarihi :07.10.2001

Resmi Gazete yay. tarihi :07.04.2001 (Resmi Gazete no: 24366)

Olay 2: Bireysel emeklilikte devlet katkısı: Bireysel emeklilikteki değişiklikleri, destekleri içeren paketle gündeme gelen devlet katkısı , sisteme dahil olanların devletin %20 lik vergi teşviğini belli koşullarda doğrudan nakit olarak alabilecekleri dair bir uygulama olarak 01.01.2013 itibariyle yürürlüğe girmiştir.

Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun (Kanun no: 6327)

(Resmi Gazete no :28338 madde 29, ek madde 1 ile devlet katkısı açıklanmaktadır.)

Kanun kabul tarihi :13.06.2012

Yürürlük tarihi :01.01.2013

Resmi Gazete yay. tarihi :29.06.2012

Olay 3: Trafik sigortasında tam serbest tarife: Hazine tarafından sigorta şirketlerinin görüşüne önceden sunulmuş olan, trafik sigortasının hem primlerinde hem de şartlarında yapılacak değişiklikler bir yönetmelikle toplanarak 01.01.2014 de yürürlüğe sokulmuştur. Yeni uygulama ile artık şirketlerin, trafik sigortası primlerini tam bir serbestlik içinde belirleyecekleri ve internet siteleri üzerinden açıklama zorunluluğunun getirilmiştir.

Resmi Gazete yay.: 19.06.2013 (Resmi Gazete no: 28682)

Yürürlük tarihi : 01.01.2014

Olay 4: Bireysel emeklilikte otomatik katılım: Birçok ülkede uygulanan işverenlerin çalışanlarını işe başlatırken otomatik olarak BES sistemine dahil ettiği uygulamanın ilk ayağının yürürlük tarihi 01.01.2017'dir.

Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun (Kanun no: 6740)

Kanun kabul tarihi :10.08.2016

Yürürlük tarihi :01.01.2017

Resmi Gazete yay. tarihi :25.08.2016 (Resmi Gazete no:29812)

Olay 5: Tavan fiyat uygulaması: Hazine, zorunlu trafik sigortası primlerindeki artışa karşı tavan fiyat uygulamasını getirmiş ve uygulama 12.04.2017 itibariyle yürürlüğe girmiştir.

(Tavan fiyat uygulamasının yasal sürecinde istisnai bir durum olarak resmi gazetede yayınlanmadan önce genelgeyle uygulamaya konmuştur. Genelgeye göre Başbakan yardımcısı Mehmet Şimşek'den alınan 10.04.2017 tarihli onayla 12.04.2017-31.12.2017 tarihleri arasında uygulanmak üzere tavan fiyat genelgesi çıkartılmıştır.

Genelge no ve tarih: 2017/1 10.04.2017

Resmi Gazete yay tarihi: 3.05.2017 (Resmi Gazete sayı: 30055 (Karayolları Motorlu Araçlar Zorunlu Mali Sorumluluk Sigortasında Tarife Uygulama Esasları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik) Trafik sigortası poliçelerine ilişkin primlerin tespitine dair geçici madde eklenmiş ve tavan fiyat uygulaması anlatılmıştır.)

Yürürlük tarihi: 12.04.2017



Hemşirelerin Stresle Başa Çıkma Tarzlarında Duygusal Zekanın Etkisi:

Çorum İlinde Bir Uygulama

The Impact of Emotional Intelligence on Nurses' Coping Styles With Stress:

An Application in Çorum

Dr. Öğr. Üyesi Muhammet Çankaya¹ - Dr. Öğr. Üyesi Gamze Ebru Çiftçi²

Başvuru Tarihi: 25.12.2018

Kabul Tarihi: 13.05.2019

Öz

Bu çalışmanın temel amacı; stresle başa çıkma tarzlarında duygusal zekanın ne derece etkili ve ilişkili olduğunun saptanmasıdır. Bunun yanında örneklem grubunun stresle başa çıkma tarzlarında demografik değişkenlerin herhangi bir farklılığa yol açıp açmadığının incelenmesi çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Bu amaçla Çorum İlindeki bir sağlık kurumunda çalışan 200 hemşire üzerinde anket uygulaması yapılmıştır. Araştırmada iki ölçek kullanılmıştır. Duygusal zekayı ölçümlemek için Chan (2004) tarafından geliştirilen 12 madde ve dört boyutlu duygusal zeka ölçeği kullanılmıştır. Stresle başa çıkma tarzını ölçmek için ise; Folkman ve Lazarus tarafından 68 madde ile geliştirilen Başa çıkma Envanterinin (Ways of Coping Inventory) Şahin ve Durak tarafından (1995) kısa formunun uyarlanmasıyla oluşturulmuş 30 maddelik ve beş boyutlu Stresle Başa Çıkma Tarzı Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre; stresle başa çıkma yöntemlerinde duygusal zekanın anlamlı düzeyde etkisinin olduğu bununla birlikte katılımcıların cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, yaş ve çalışma süresi gibi demografik özelliklerinin stresle başa çıkma tarzlarında herhangi bir farklılığa yol açmadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Stresle Başa Çıkma Tarzları, Duygusal Zeka, Hemşire

Abstract

The main aim of this study is to determine how effective and relevant emotional intelligence is in the methods of coping with stress. In addition, the another aim of study is to examine that the whether the demographic variables in the style of coping with stress cause any difference. For this purpose, a questionnaire was applied to 200 nurses working in a health institution in Corum Province. Two scales were used in the study. Emotional intelligence scale composed of 12 items

¹ Hitit Üniversitesi Sağlık Bilimler Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü, muhammetcankaya@hitit.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3498-7328

² Hitit Üniversitesi Sungurlu MYO Yönetim ve Organizasyon Bölümü, gamzebruciftci@hitit.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4271-6376

and 4 factors developed by Chan (2004) was used to measure emotional intelligence. In order to measure the way of coping with stress, The Stress Beginning Questionnaire, which is a 30-item, 5-factor construct constructed by Folkman and Lazarus in a short form adapted to university students by Şahin and Durak (1995) developed with 68 items, Ways of Coping Inventory. According to the study results; it was found that emotional intelligence had a significant effect on coping styles with stress, however there was not difference demographic characteristics of participants such as gender, marital status, education level, age and duration of study, and styles of coping with stress.

Keywords: Coping Styles with Stress, Emotional Intelligence, Nurse

Giriş

Rekabetin hızla artıyor olması hangi sektörde olursa olsun tüm işletmeleri büyük bir mücadeleye zorlamıştır. İşletmeler kar edebilmenin yanında sürdürülebilirliklerinin de devamı için daha yenilikçi, daha esnek, daha etkin ve daha verimli çalışıyor olmanın ne derece önemli olduğunun farkına varmışlardır. Elbette bu farkındalık örgütsel amaç birliği sağlanması için çalışanların da bu sürece dahil olmalarını kapsamaktadır. Yöneticilerin bu mücadelede çalışanlar üzerindeki beklentileri bir nevi baskı unsuru oluşturmuş, fazla mesai, yoğun çalışma gibi çalışma şartları çalışanlar için stres olgusunu yaratmaya başlamıştır. Bu ve benzeri nedenlerle günümüzde daha çok duymaya başladığımız ve bir sağlık problemi olarak görülen iş stresi ve bu stresle nasıl başa çıkılacağı yönetim biliminin de araştırma konusu olmuştur.

Günlük yaşantılarının önemli bir kısmını iş ortamlarında geçiren bireylerin, bu ortamlarda olumsuz tutum ve davranışlar ile karşılaştıklarında tüm yaşamlarının bunlardan etkilenmesi de olağandır. Elbette bu kadar yoğun bir rekabet ortamında stressiz bir iş yaşamını düşünmek de olanaksızdır. Yapılması gereken bu stresi minimum düzeyde karşılayabilmek ve stresi doğru bir biçimde yönetebilmektir. Çünkü stres, zihinsel bir süreçtir. Zihninizi ne düzeyde ve nasıl yönlendireceğiniz stresi de ne denli nasıl karşılayabileceğinizi gösterir. Zihninizdeki kontrol, duygularınızı da kontrol altına alınmasını sağlayacak, kartopu gibi yuvarlandıkça büyüme ihtimali olan stresi böylece en küçük seviyeye çekmek mümkün olacaktır. İşte bu zihinsel süreci duygusal zekanın kullanımı olarak görmek mümkündür. Bu nedenle bu çalışma, duygusal zekanın stresi kontrol eden ve azaltan bir mekanizma olduğu düşüncesinden yola çıkılarak tasarlanmıştır. Çünkü duygusal zeka; ilişkilerimizde, iletişimimizde günlük yaşamımızdaki olayları algılayış ve karşılayış biçimimizdeki zekamızı temsil etmektedir. Duygusal zekanın olumlu kullanımının stresle başa durumunu etkileyeceği düşünülmektedir.

Duygusal Zeka

Neoklasik yaklaşımın temellerini oluşturan Hawthorne deneyleri sonrasında insanın, “sosyal bir varlık” olduğuna vurgu yapılmıştır. Bu düşünce aynı zamanda, sanayi devrimi ve fordizmin yarattığı çalışanların kar edinme amacına ulaşmak için araç oldukları düşüncesini de yıkmıştır.

İnsanın, duyguları olan sosyal bir varlık olarak kabul görmesi tüm işletmeler için verimliliğin en önemli unsurunun çalışanlarının mutluluğu olduğunu göstermiştir. Bu aşamadan sonra ise çalışanların duygularının anlaşılması ve yönetilmesi dikkat çeken konuların başında gelmiştir. Bu nedenle son yıllarda yapılan birçok çalışmada, duyguların iş hayatındaki rolüne odaklanılmıştır. Nitekim, bu konuyla ilgili Ashforth ve Humphrey (1995) tarafından yapılan çalışmada örgütler için duyguların vazgeçilmez bir unsur olduğu ve örgütlerin çalışanlarının duygusal durumlarına daha fazla önem vermeleri gerektiği vurgulanmıştır (Akt. Taşlıyan, vd., 2014, s.64).

Tarihsel süreçte insanoğlunun yaratılışı, davranışları, organizmanın çalışma sistemi yeni bulgular ve keşiflerle incelenmektedir. Bu araştırmaların en önemli kısmı insan beynidir. Çeşitli loblardan oluştuğu söylenen insan beyninde her lobun belli bir görevi temsil ettiği söylenir. Duygusal yanımız, hayallerimiz, matematiksel hafızamız vs.. Sonuç olarak gelinen en belirgin nokta, zekanın temel olarak bilişsel ve duygusal zeka olarak ayrılabilirliği. Bu ayrım basit bir ifadeyle; çok zor matematik problemini çözmekle, ikili ilişkiler arasında olan bir problemi çözenin aynı şey olmadığını, bunun için farklı zekaların kullanıldığını göstermektedir. Nitekim çeyrek yüzyıldır oldukça ilgi gören ve tartışılan bir kavram olan duygusal zeka kavramı; bireysel başarıya ulaşmanın yalnızca zeka ile mümkün olmadığı buna ek olarak birtakım başka faktörlerin de var olduğunun farkına varılmasıyla ortaya çıkmıştır (Doğan ve Demiral, 2007, s.209; Aksaraylı ve Özgen, 2008, s.756). Yapılan birçok araştırmada insan zekasının gerçek ölçütünün bilişsel zeka (IQ-Intelligence Quotient) olduğu belirtilmekle birlikte, hayat başarısında belirleyici olanın ise kişilerin duygusal zekalarının (EQ-Emotional Quotient) olduğu belirtilmektedir (Yeniçeri, vd., 2015, s.100).

Duygusal zeka kavramının varoluşu ve gelişimine tarihsel süreç içerisinde bakıldığında psikolog Edward Thorndike'nin 1920'li yıllarda sosyal zeka kavramını ileri sürmesiyle birlikte duygusal zeka kavramının da temellerinin atıldığını söylemek mümkündür. O yıllarda çoğu araştırmacının sosyal yetenek ve davranışların tanımlanması ve değerlendirilmesi gibi konulara odaklandıkları görülmektedir (Eröz Sü, 2013, s.215). Sosyal zekanın 1920'li yıllarda tanımlanmış olması, duygusal zekanın daha sonra kavramsallaştırılma biçimini de etkilemiştir. Salovey ve Mayer gibi teorisyenler, her iki kavramın birbiriyle ilişkili olduğunu ve muhtemelen aynı yapıdaki bileşenleri temsil edebileceklerini önermiş ve duygusal zekayı sosyal zekanın bir parçası olarak görmüşlerdir (Bar-on, 2006, s.13). Sosyal zeka bilhassa; bireyin kendisini anlaması ve yönetmesi yönünde odaklanmaktadır. Duygusal zeka ise; bireyin kendisini anlaması ve yönetmesinin yanında, başkalarının duygularını da anlamasına ilişkin yeteneklerini açıklamada kullanılmaktadır (Fettahlıoğlu ve Sünbül, 2015, s.159).

İlk kez 1990 yılında psikolog Mayer ve Salovey tarafından kullanılan duygusal zeka kavramı, sosyal zekanın bir alt kümesi olarak tanımlanmıştır. Mayer ve Salovey, duygusal zekayı; "bireyin kendine ve başkalarına ait olan hisleri ve duyguları gözlemleyebilme, bu konuda sahip olduğu bilgiyi kullanarak diğerlerinin düşünce ve eylemlerinde ayrım yapabilme becerisi" olarak açıklamışlardır (Mayer ve Salovey, 1990, s.189). Goleman (1995) ise, Mayer ve Salovey'in çalışması üzerine inşa ettiği "Emotional Intelligence (EQ)" isimli eserinde; duygusal zeka kavramını daha tanınır bir duruma getirmiştir (Yelkikalan, 2006, s.43). Goleman (1995) duygusal zekayı; astlar ve üstler arasındaki ilişkilerin başarısı olarak tanımlamıştır (Jung, vd.,

2016, s.1650). Merhabian (2000) ise duygusal zeka kavramını; geleneksel zeka ölçüm yöntemleriyle özel olarak ölçülmesi mümkün olmayan ve hayatta başarılı olmayla ilişkilendirilen bireysel farklılıkları açıklamak için kullanmıştır (Maree ve Eiselen, 2004, s.486).

Mayer ve Salovey (1997) duygusal zekayı; “duyguları algılayabilme, özümseyebilme, anlayabilme ve yönetebilme gibi unsurları kapsayan bir kavram olarak açıklamaktadır. Burada duyguları algılayabilme; duyguları algılama ve ifade yeteneğini işaret ederken, duyguları özümseyebilme; bilişsel hareketleri özümsemek için duygulardan faydalanma becerisini ifade etmektedir. Duyguları anlayabilme; duyguları anlayarak bunları sebepleriyle ilişkilendirme ile ilgilidir. Duyguları yönetebilme ise; kişilerarası ilişkileri geliştirebilmek için duyguları ve duygusal ilişkileri yönetme kabiliyetini ifade etmektedir (Noorbakhsh, 2010, s.818).

Birçok örgütte çalışanlar veya yöneticilerin başarısızlık yaşamalarındaki en büyük etkenlerden biri de duygusal zekanın etkin biçimde kullanılmamasıdır. Mesleki anlamda iyi eğitim almış, yeterli deneyim ve teknik beceriye sahip bir yöneticinin duygusal zeka düzeyinin düşük olması nedeniyle astlarıyla istenilen iletişimi kuramaması ve onları motive edememesi gibi durumlarda çalışanlar arasında çatışma durumu ortaya çıkabilir (Doğan ve Demiral, 2007, s.221-222).

Bireyler yaratılış olarak duygusal varlıklardır. Fakat iş ortamlarında duyguların kontrolsüz bir biçimde ön planda tutulması ve doğru şekilde yönlendirilmemesi birtakım olumsuz sonuçlara sebep olabilmektedir. Özellikle karar verme eyleminin bizzat yöneticiler tarafından verildiğini düşündüğümüzde, durumlar ve olgular karşısında hızlı ve doğru karar vermek gerekir ve bu nedenle yöneticilerin duygusal zeka düzeylerinin yüksek olması işletme başarısı açısından oldukça önemlidir. Çünkü yöneticinin aynı zamanda liderlik vasıflarına sahip olarak, işletmeye ivme kazandıracak faaliyetlerde öngörüsünü, çevresel gelişimlerde analiz yapabilmeyi, riskleri değerlendirme yetisini taşıması gerekir. Bunlara ek olarak yöneticinin en önemli görevlerinden biri de işletmeyi temsil görevidir. Duygusal zekanın olumlu bir şekilde kullanımı ile işletmenin paydaşları ile kurulacak doğru iletişim ve ilişkilerde işletmeyi başarıya taşıyacaktır. Nitekim; George (2000) duygusal zekanın, etkili liderliğe nasıl katkıda bulunduğunu beş temel unsura odaklanarak önermiştir. Bu beş temel unsuru ise (1) toplu hedeflerin ve amaçların geliştirilerek çalışanlara aşılması, (2) iş aktivitelerini takdir etmek; coşku, iyimserlik, işbirliği, güven (3) doğru karar verebilmek, (4) değişimde esnekliği teşvik etmek, (5) bir kurum için anlamlı bir kimlik oluşturmak ve bu kimliği sürdürmek şeklinde açıklamışlardır. Diğer bir çalışmada, Siegling ve diğerleri (2014) özellikle liderlerin ve yönetici pozisyonunda görev alan kişilerin duygusal zekalarının yüksek olması gerektiğini vurgulamışlardır. Giderek artan sayıda uzman ve araştırmacılar, duygusal zekanın, liderlerin performansını etkileyen merkezi bir değişken olduğunu belirtmektedir. Çünkü işverenler ve/veya yöneticiler daha çok uluslararası bağlamda çok kültürlü bir ortamda faaliyet gösterirler, insanlar arasındaki ilişkileri etkileyen ve kolaylaştıran duygusal yetkinliklere sahip çalışanlar aramak ve daha iyi bir sosyal uyum, duygusal bir öz denetim olanağı sağlamak isterler (Pastor, 2014, s.985). Bununla birlikte bazı çalışmalarda da liderlik özellikleri ile duygusal zeka arasında bazı ilişkiler bulunması (Barling, vd., 2000) duygusal zeka düzeyinin liderlik özellikleri açısından oldukça önemli olduğunu açıklayan önemli olduğunu göstermektedir.

Duygusal zekanın olumlu kullanımı bireylerin hata yapma oranını azaltmaktadır. Özellikle kriz durumlarında duyguların kontrolü önemli hale gelmektedir. Çünkü kriz durumlarında kişi

olumsuz birçok durum ve olayla karşılaşmakta ve duygusal karmaşıklıkla karşı karşıya kalabilmektedir. Bu karışıklığın giderilmesinde duygusal zeka düzeyi önemli bir işlev görmekte ve bireyin doğru karar verebilmesine, duygularını yönetebilmesine olanak sağlamaktadır. Böylece duygusal zeka sayesinde güç durumlarla başa çıkabilme, olayları analiz edip maruz kalılabilecek kriz durumlarını fırsata çevirme olanağı sağlanabilir.

Duygusal zeka bireyleri stresten korumakta ve onların değişen durumlara daha iyi adapte olabilmelerini sağlamaktadır (Ciarrochi, 2002, s.199). Hayatta daha mutlu ve üretken olan bireylerin duygusal ve sosyal becerileri gelişmiş bireyler olduğu, net düşünememe ve işlerine odaklanama gibi içsel mücadeleleri yaşayan bireylerin ise duygularını kontrol edemeyen bireyler olduğu belirtilmektedir (Fettahlıoğlu ve Sünbül, 2015, s. 160). Nitekim bazı araştırmalarda duygusal zeka ile iş tatmini ve iş performansı arasında bulunan doğrusal ilişki bu durumu destekler niteliktedir (Cote ve Miners, 2006; O'Boyle, vd., 2011; Shooshtarian, vd., 2013).

Duygusal zekanın önemi iş hayatında da kendini göstermektedir. Özellikle yoğun mesainin yaşandığı ve çalışan hatasının minimum düzeyde olması gereken sektörlerde, duyguların yönetimi ve doğru kullanımı zorunluluktur. Bu sektörlerin başında sağlık sektörünün geldiğini söylemek mümkündür. Sağlık sektörü organik yapıya sahip olmasının yanında, hızlı kararların verilmesi gereken ve acil müdahale gerektiren durumların yaşandığı bir sektördür. Bununla birlikte sağlık sektöründe yapılması muhtemel bir hatanın, insan yaşamına ciddi etkilerinin olması bu sektörün önemini daha da arttırmaktadır. Sağlık sektörü için duyguların yönetimi, motivasyon, iş tatmini ve çalışan performansı gibi davranışsal değişkenlere daha fazla ihtiyaç bulunmaktadır. Bu bağlamda Ranasinghe ve diğerleri de (2017, s.42), sağlık sektöründe yer alan ve hastalarla ilişki içerisinde bulunan hekimler ile diğer sağlık çalışanları için duygusal zeka kavramının önemini ve bilinirliğinin giderek arttığını ifade etmişlerdir.

Stres

Latince "Estrictia" fiilinden gelmekte olan stres kavramı; insanın ya da diğer bir canlı varlığın tehlike içinde bulunduğu koşullara göre dengesinin bozulduğu bir durumu ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır (Tuna ve Baykal, 2013, s.93). Bu denge bozukluğu bedensel olabileceği gibi duygusal da olabilmektedir. Çünkü aşırı stres durumunda insanlar mantıklı düşünme yetisini kaybeder ve duygusal bir karmaşıklık içinde kalırlar. Bu karmaşıklıkta birey, olaylara müdahale etmekte zorlanır ve yaşanan durumlarda kendi kontrolünü kaybeder. Böylece birey tarafından işletme faaliyetlerinde alınan kararların kalitesi düşerek daha çok hata yapma riski artar. Sonuç olarak yanlış kararlar yanlış uygulamaların önünü açarak, işletme açısından başarısızla sonuçlanacak bir dizi durum ve olayların yaşanmasına neden olur. Stresin neden olduğu tüm bu olumsuz gelişmeler ise hiçbir işletme yöneticileri tarafından istenmeyen durumlardır.

Organizmanın fiziksel ve ruhsal sınırlarının zorlanması ve tehdit edilmesiyle ortaya çıkan bir durum olarak tanımlanan stres; kişiye özgü, bireysel bütünlüğü zorlayıcı ve bozucu etkenler şeklinde de tanımlanabilmektedir (Baltaş ve Baltaş, 2002). Yapılan birçok araştırmada, herkesin kendine göre bir stres tanımının olduğu saptanmıştır. Bir iş adamının stres tanımlaması ile laboratuvarında çalışan bir bilim adamının stres tanımlaması ve stres kaynakları birbirlerinden

farklı olabilir (Deniz ve Yılmaz, 2016, s.17). Kişiyeye göre farklılık gösteren stres kaynaklarının da kişiyeye göre farklı başa çıkma tekniklerinin olması olağan bir durumdur.

Stres birçok nedenden dolayı ortaya çıkabilmektedir. Örneğin stres, bireyi tehdit eden dış dünyanın zorlayıcı şartlarından kaynaklanabileceği gibi, bireyin dünyaya bakış ve dış dünyadan gelen bilgileri yorumlama şekline de kaynaklanabilir. İş ortamında çalışanın karşılaşabileceği stres kaynakları ise; işin sıkıcı olması, aşırı iş yükü, ücret dengesizliği veya yetersizliği, yükselme olanağının kısıtlı olması veya bulunmaması, performans değerlendirmesindeki adaletsizlikler, karara katılımın engellenmesi, araç-gereç yetersizliği, iş ortamındaki gerginlik, iş gerekleri ile kişilik uyumsuzluğu, statü düşüklüğü, zaman baskısı ve çalışma koşullarındaki diğer yetersizlikler olarak ifade edilebilir (Karahana, vd., 2007, s.29-30).

Bireylerin stresli anlarda kendilerince ürettikleri ve çevrelerinden gelen talepleri karşılayabilmek için geliştirdikleri bilişsel ve davranışsal çabalar “stresle başa çıkma” olarak ifade edilebilir (Türküm, 2002, s.25). Aslında bu anlamda strese maruz kalan birey, iki yol seçecektir. İlki strese başa çıkmak için bazı yöntemler geliştirmek, ikincisi ise stresi içselleştirip ruhen ve bedenen yenilgiyi seçmektir.

Stresin algısal ve zihinsel bir süreç olduğunu da söylemek mümkündür. Karşılaşılan olaylar ve durumlara karşı bakış açıları ve algıları insanların daha çok veya daha az strese maruz kalmasına sebep olabilir. Örneğin iş başvurusu yapan biri başarısız olduğu zaman başka bir iş arayışı için hemen motive olabileceği gibi başka bir kişi bu durumu hayatının sonu gibi algılayabilir. Bu durumdaki önemli nokta olaylara karşı gösterilen bilişsel ve algısal süreçtir. Bu süreçte duygularını yönetebilme yetisine sahip olan insanlar, strese maruz kalmamak için kendi savunma mekanizmasını geliştirerek “olumlama” veya “pozitif düşünme” yoluyla stresle mücadele ederler.

Stres ile endişe birbirlerine çok yakın bir kavramdır. Nitekim stresin altında yatan en önemli sebep işlerin daha kötü olacağına dair duyulan endişedir. Bu endişenin nedeni, daha önce yaşanan olaylarda benzer olumsuz sonuçlarla karşılaşmak olabileceği gibi bireyin kontrolsüz duygu yönetimi ile kendi ürettiği endişe kalıpları olabilir. Bu nedenle bireyin daha az strese maruz kalması için endişeye neden olan etkenlerin ortadan kaldırılması ya da hafifletilmesi gerekir. Bireye her durumun, her olayın olası sonuçlarının aynı olamama ihtimalinin var olduğunu anlatılması gerekir. Endişe düzeyinin artması ise bireyde kalıcı olarak anksiyetenin gelişmesine neden olur ki, bu hem bireyin hayatı için hem de o bireyin mevcut olduğu topluluk için oldukça olumsuz sonuçlar doğurur.

Stresin şiddeti ve yaşanma sıklığı; iş yeri koşullarına ek olarak bireyin kişilik yapısından da etkilenebilmektedir. Bazı iş ortamlarında stres, diğerlerine göre daha yüksek seviyede yaşanabilmektedir. Sağlık sektöründe hayati durumu ağır olan hastalara da sağlık bakım hizmetinin veriliyor olması, gerektiğinde hasta ve yakınlarına duygusal destek verme zorunluluğu ve iş yükünün bazı sektörlerde göre nispeten yoğun olması gibi durumlar, çalışanların işle ilgili stres yaşamalarına yol açmaktadır (Açık, vd., 2015, s.23). Sağlık bakım sisteminde önemli bir role sahip olan hemşireler, hasta memnuniyetinin yükseltilmesinde diğer sağlık çalışanlarına göre daha önemli bir pozisyondadırlar (Büyükyörük, vd., 2010.s.2; Çankaya, 2016, s.17). Hasta veya hastalık riski taşıyan stresli bir gruba hizmet vermeleri nedeniyle stresli

bir meslek üyesi olarak kabul edilen (Tuna ve Baykal, 2013, s.93; Tyler ve Cushway, 1992, s.91) hemşirelik mesleği; genel olarak zor çalışma koşullarının varlığı, uykusuzluk, yorgunluk, kaynak ve personel sayısının yetersizliği (Tyson, 2002, s.454), yetki ve sorumluluklarının yeterince belirlenmemiş olması (Shirey vd., 2008, s.128) gibi nedenlerle çok stresli bir meslek olarak kabul edilmektedir (Karahana, vd., 2007, s.31). Nitekim diğer bir çalışmada; Altuntaş ve Seren (2010) özellikle yönetici pozisyonundaki hemşirelerin; nitelikli personelle çalışmak zorunda kalması, ücretlerin yetersiz olması, mesai saatlerinin uzun olması, çalışma ortamlarının güvensiz olması, görevlerdeki belirsizlikler ve istikrarsızlıklar, araç-gereçlerdeki yetersizlikler ve çalışanlar arasındaki çatışmalar gibi birçok nedenden dolayı strese maruz kaldıkları sonucuna ulaşmışlardır.

Bireyin bilişsel ve davranışsal çabaları olarak tanımlanan stresle başa çıkma sürecine yönelik iki temel görüş bulunmaktadır. Bunlardan ilkinde; stresle başa çıkma davranışı kişisel bilgi sürecinden geçerek değerlendirilmekte olup, başa çıkma bilişsel bir süreç olarak nitelendirilmektedir. İkinci görüşe göre ise, kişi stresli duruma ilişkin aktif olarak birşeyler yapma eğiliminde veya durumu duygusal bir şekilde ele alarak daha pasif bir tutumla stres kaynağının tehdit derecesini azaltma yoluna gitmektedir (Deniz ve Yılmaz, 2016, s.18).

Stres, çalışanların ruh sağlığını bozduğu gibi işletmelerin ekonomik performansını da azaltmaktadır. Bu kapsamda iş ortamlarında yaşanan stres; çalışanlarda devamsızlık, işgücü devri ve düşük performansa yol açarak kaynakların etkin kullanılmamasına yol açabilmektedir (Erdem, 2016, s.2).

Sonuç olarak stres sadece bireye değil, bireyin çalıştığı iş ortamı dahil tüm çevresine kelebek etkisi gibi yayılarak olumsuz sonuçların yaşanabilmesine sebep olmaktadır. Stres, bireyin üretimini olumsuz etkilediği gibi çevresi ile olan iletişimin ve ilişkilerin kalitesini de düşürmektedir. Özellikle belli sektör ve meslek gruplarında yaşanması daha yüksek olan stresi azaltacak formüller geliştirilmelidir. Stres kaynaklarının tamamen yok edilmesi mümkün olmasa bile, çalışanın stresle başa çıkması konusunda kişisel gelişim, duyguların yönetimi anlamında çeşitli yöntemlerle desteklenmesi gerekir.

Literatür Taraması

Alan yazında yapılan birçok araştırma ruhsal ve fiziksel yönden sağlıklı olabilme ile stresle başa çıkma ve duygusal zeka arasında ilişki olduğunu göstermektedir. Yapılan literatür taramasıyla yurt içinde ve yurtdışında duygusal zeka ve stresle başa çıkma konularının birlikte incelendiği bazı çalışmalar incelenmiştir. Bu çalışmalara genel olarak bakıldığında:

Pau ve Croucher (2003), İngiltere'deki diş hekimliği bölümlerinde lisans öğrenimi gören 213 öğrenciyle yaptıkları çalışma sonucunda; duygusal zeka ile algılanan stres düzeyi arasında ters yönlü ilişki bulunmuş ve duygusal zeka düzeyi düşük katılımcıların algılanan stres seviyelerinin yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Duygusal zeka düzeyi düşük olan bu kişiler, stresle başa çıkma konusunda da daha yetersiz kalmış ve daha yüksek düzeyde strese maruz kalmışlardır (Pau ve Croucher, 2003, s.1023-1028).

Deniz ve Yılmaz (2006, s.17-26), bir kamu üniversitesinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin duygusal zeka ve stresle başa çıkma stilleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışma sonucunda üniversite öğrencilerinin duygusal zeka yetenekleri ile stresle başa çıkma stilleri arasında anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir.

Şahin ve diğerleri (2009) tarafından yapılan çalışmada da duygusal zeka ve stresle başa çıkma arasında bazı anlamlılıklar bulunmuştur. Şahin vd., stresle etkili başa çıkma ile duygusal zeka arasında olumlu yönde güçlü bir ilişkinin varlığını yaptıkları araştırmada ortaya koymuşlardır.

Arora ve diğerleri (2010) tarafından yapılan çalışma sonucunda; duygusal zeka boyutları ile stresle başa çıkma arasında anlamlı ilişkiler olduğu bulunmuştur.

Yeniçeri ve diğerleri (2015), Muğla İlindeki 120 tıp fakültesi öğrencisi ile yapmış oldukları çalışma sonucunda; öğrencilerin duygusal zeka düzeyleri ile stresle başa çıkma arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde ilişki tespit edilmiştir.

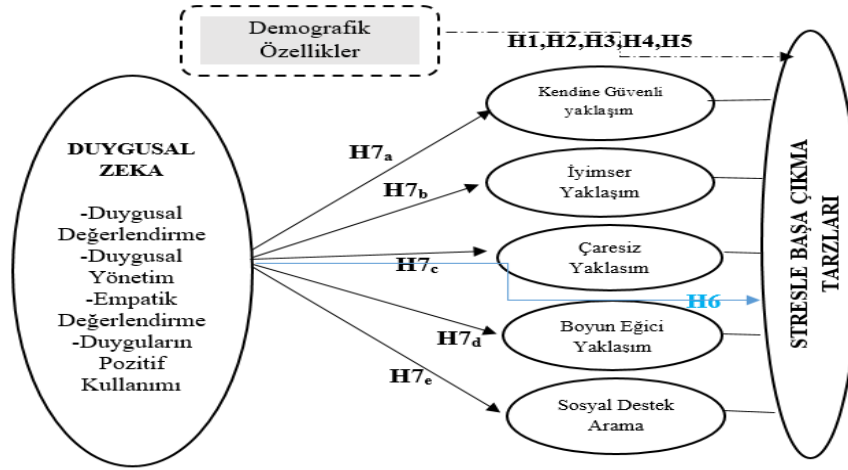
Sarabia Cobo ve diğerleri (2017) tarafından 92 hemşire ve hemşire yardımcısına uygulanan ve bir yıllık süreyi kapsayan atölye çalışması sonucunda örneklem grubunun çalışma öncesi ve sonrasındaki duygusal zeka ile stresle başa çıkma düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar olduğu, bu süre zarfında duygusal zeka ve stresle başa çıkma düzeylerinin geliştiği gözlemlenmiştir. Yine çalışma sonucunda duygusal zeka ve stresle başa çıkmanın bazı alt boyutları arasında % 1 düzeyinde anlamlı ilişkiler bulunmuştur (Sarabia Cobo, vd., 2017, s.94-98).

Aslan ve Güzel (2018), Türkiye’de 3 farklı bölgedeki 6 hastanede 291 çalışan ile yapmış oldukları çalışma sonucunda; duygusal zekanın, problem odaklı stresle başa çıkmayı pozitif yönde etkilediğini belirtmişlerdir.

Yöntem

Amaç, Önem, Kapsam ve Kısıtlar

Araştırmanın amacı özellikle iş hayatını önemli derecede etkileyen ve çağımızın ciddi sağlık sorunlarına sebebiyet veren, hatta nevrotik bir hastalık olarak tanımlanan stresle başa çıkma yöntemlerinde duygusal zekanın ne derece etkili ve ilişkili olduğunun saptanmasıdır. Literatürde de bahsi geçtiği gibi stres, psikolojik bir olgu olduğu gibi aynı zamanda nörolojik bir olgudur. İnsan beyninin olayları algılayışı ve bu olaylara ilişkin çözüm önerileri veya savunma mekanizmaları geliştirmelerinde duygusal zekanın önemli bir etkisi olduğu düşünülmektedir. Bu düşünceden yola çıkılarak bu araştırmada; stresle başa çıkarken duygusal zekanın anlamlı bir etkisinin olup olmadığı incelenecektir. Bu doğrultuda çalışmanın amacına uygun olarak araştırma modeli oluşturulmuştur (Şekil 1). Çalışma için özellikle ağır çalışma koşulları olan ve olumsuz duyguların daha yoğun yaşandığı bir sağlık kurumunda çalışan hemşireler örneklem grubu olarak seçilmiştir. Araştırma da elde edilen sonuçlar araştırmanın uygulandığı çalışanlarla sınırlıdır. Araştırmanın farklı sektörlerde, farklı örneklem ve geniş örneklem sayıları ile farklı sonuçlar verme olasılığı bulunmaktadır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Evren ve Örneklem

Araştırma evreni Hitit Üniversitesi Erol Olçok Araştırma ve Uygulama Hastanesinde görev yapan 410 hemşireden oluşmaktadır. Zaman kısıtlaması nedeni ile araştırmada tesadüfi örneklem yöntemi ile örneklem seçme yoluna gidilmiştir. Araştırma kapsamına alınması gereken örneklem sayısını bulabilmek için nicel araştırmalar için önerilen hesaplama yöntemi kullanılmıştır (Özdamar, 2001, s.116-118; Ural ve Kılıç, 2013, s.44-45). Bu yöntemle yapılan hesaplama sonucunda 410 katılımcı hemşireyi temsil eden örneklem sayısı 199 olarak bulunmuştur. Araştırma için ulaşılan örneklem sayısı ise 200 hemşireden oluşmaktadır. Örneklem evreni temsil edecek sayıda olduğu düşünülmektedir.

Hipotezler

Araştırmanın temel hipotezi; katılımcıların stresle başa çıkma tarzlarında duygusal zekanın anlamlı bir etkisi olduğuna yöneliktir. Ayrıca çalışmada ele alınan duygusal zekanın boyutlarıyla ve stresle başa çıkma tarzları boyutları arasında anlamlı ilişkilerin olduğu ve yine incelenen demografik özelliklerin katılımcıların stresle başa çıkma tarzlarında anlamlı farklılıklara yol açtığına ilişkin hipotezler de geliştirilmiştir. Bu kapsamda araştırma hipotezleri şu şekilde kurulmuştur.

H1: Çalışanların stresle başa çıkma tarzlarında cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılıklar vardır.

H2: Çalışanların stresle başa çıkma tarzlarında medeni durum değişkenine göre anlamlı farklılıklar vardır.

H3: Çalışanların stresle başa çıkma tarzlarında eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı farklılıklar vardır.

H4: Çalışanların stresle başa çıkma tarzlarında yaş değişkenine göre anlamlı farklılıklar vardır.

H5: Çalışanların stresle başa çıkma tarzlarında çalışma süresi değişkenine göre anlamlı farklılıklar vardır.

H6: Duygusal zeka ile stresle başa çıkma tarzları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H7: Duygusal zeka, stresle başa çıkma tarzları boyutlarını etkilemektedir.

H7_a: Duygusal zeka, kendine güvenli yaklaşımı etkilemektedir.

H7_b: Duygusal zeka, iyimser yaklaşımı etkilemektedir.

H7_c: Duygusal zeka, çaresiz yaklaşımı etkilemektedir.

H7_d: Duygusal zeka, boyun eğici yaklaşımı etkilemektedir.

H7_e: Duygusal zeka, sosyal destek aramayı etkilemektedir.

Ölçüm Araçları ve Veri Toplama Tekniği

Araştırmada üç bölümden oluşan anket formu uygulaması kullanılmıştır. Anketin ilk bölümünde sosyo-demografik özelliklerinden oluşan 6 maddelik soru, ikinci bölümünde çalışanların duygusal zeka düzeyini tespit etmek için 12 maddelik “Duygusal Zeka Ölçeği”, üçüncü bölümünde stresle başa çıkma tarzını ölçmeye yönelik 30 maddelik “Stresle Başa Çıkma Tarzı Ölçeği” kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin bilgiler şunlardır.

Duygusal Zeka Ölçeği; Araştırmada kullanılan ölçeklerden biri, Chan (2004) tarafından geliştirilen duygusal zeka ölçeğidir. Chan (2004) tarafından geliştirilen duygusal zeka ölçeği, alan yazında sıkça kullanılan geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış bir ölçektir. Chan (2004) ölçeği geliştirirken Schutte ve diğerlerinin (1998) geliştirdiği 33 maddelik duygusal zeka ölçeğinden yararlanarak 12 maddelik kısa formunu oluşturmuştur. Chan (2004) araştırmasında ölçeğin güvenilirlik düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir ve geliştirilen duygusal zeka ölçeğine yapılan faktör analizi sonucunda dört boyut elde edilmiştir. Bu boyutlar; duygusal değerlendirme, duygusal yönetim, empatik duyarlılık ve duyguların pozitif kullanımı şeklindedir. Ölçeğin Türkçe kullanımı ise farklı çalışmalarda görülmektedir (Aslan ve Özata, 2008; Taşlıyan vd.,2014; Konakay, 2013).

Bu çalışma için ölçeğin Cronbach’s Alpha katsayısının güvenilirlik değerleri, ölçek değişkenlerinin faktör yükleri ve varyans analiz sonuçları Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1. Duygusal Zeka Ölçeği Faktör, Varyans ve Güvenirlik Analizleri

Boyutlar	Önerme Sayısı	Cronbach's Alpha	Faktör Yüğü En düşük-en yüksek	Açıklanan Varyans	Toplam Varyans
Duygusal Değerlendirme	3	,724	,630-,811	20,639	68,324
Duygusal Yönetim	3	,756	,615-,764	18,016	
Empatik Duyarlılık	3	,760	,642-,804	16,569	
Duyguların Pozitif Kullanımı	3	,741	,685-,862	13,099	
Kaiser Meyer Ölçek Güvenirliğı			0,900		
Bartlett's Küresellik Testi Ki-Kare			962,66		
Sd			66		
P Değeri			,000		

Duygusal zeka ölçeğine yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda dört faktörlü yapı doğrulanmış ve her bir alt boyutun güvenirlik katsayıları ve faktör yükleri tespit edilmiştir (Tablo 1). Bu dört alt boyutun toplam varyansın % 68,324'ünü açıkladığı tespit edilmiştir. Ölçeğin boyutlarının güvenirlik alpha değerleri ise sırası ile; ,724, ,756, ,760, ve ,741'dir. Kaiser Meyer Ölçek Güvenirliğı (KMO: ,900; Ki-Kare: 962,66; Sd:66 ; p:,000) şeklindedir.

Stresle Başa Çıkma Tarzı Ölçeği; Araştırmada kullanılan diğer bir ölçek olan Başa Çıkma Envanteri (Ways of Coping Inventory); Folkman ve Lazarus tarafından 68 madde ile geliştirilmiş ölçeğin, Şahin ve Durak tarafından 1995 yılında uyarlanma çalışması ile oluşturulmuştur. Şahin ve Durak (1995) üniversite öğrencilerine yaptıkları çalışmada ölçeği 30 maddelik ve 5 faktörlü bir yapıda kullanmışlardır. Bu faktörler; kendine güvenli yaklaşım, çaresiz yaklaşım, boyun eğici yaklaşım, iyimser yaklaşım ve sosyal destek arama yaklaşımıdır (Şahin ve Durak, 1995).

Bu çalışma için ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısının güvenirlik değerleri, ölçek değişkenlerinin faktör yükleri ve varyans analiz sonuçları Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2. Stresle Başa Çıkma Tarzı Ölçeği Faktör, Varyans ve Güvenirlik Analizleri

Boyutlar	Önerme Sayısı	Cronbach's Alpha	Faktör Yüğü En düşük-en yüksek	Açıklanan Varyans	Toplam Varyans
Kendine Güvenli Yaklaşım	7	,718	,604-,775	14,084	50,544
İyimser Yaklaşım	5	,613	,519-,856	10,446	
Çaresiz Yaklaşım	8	,716	,576-,707	9,892	
Boyun Eğici Yaklaşım	6	,712	,451-,819	8,861	
Sosyal Destek Arama	4	,705	,505-,701	7,260	
Kaiser Meyer Ölçek Güvenirliliğı			0,846		
Bartlett's Küresellik Testi Ki-Kare			2083,58		
Sd			435		
P Değeri			0,000		

Stresle başa çıkma tarzları ölçeğine yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda beş faktörlü yapı doğrulanmış ve her bir alt boyutun güvenirlik katsayıları ve faktör yükleri tespit edilmiştir (Tablo 2). Ayrıca, bu beş alt boyutun toplam varyansın % 50,54'ünü açıkladığı tespit edilmiştir. Ölçeğin alt boyutlarının güvenirlik alpha değeri ise sırası ile; ,718 ,613 ,716 ,712 ve ,705'dir. Kaiser Meyer Ölçek Güvenirliliğı (KMO: ,846; Ki-Kare: 2,084; Sd:435 ; p:,000) şeklindedir.

Yapılan açıklayıcı faktör analizleri sonucunda ölçeklerin araştırma için gerekli varyansı karşıladığı, geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu tespit edilmiştir.

Bulgular ve Değeriendirme

Araştırmanın bu kısmında katılımcılardan elde edilen veriler ile hipotezler test edilmesine ve değeriendirmelere yer verilecektir.

Demografik Özellikler

Tablo 3'te katılımcılara ilişkin yaş, cinsiyet, eğitim, çalışma süresi gibi demografik özellikler yer almaktadır.

Tablo 3. Demografik Özellikleri İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Demografik Özellikler	Katılımcı Sayısı (n)	Yüzde (%)	Demografik Özellikler	Katılımcı Sayısı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet			Medeni Durum		
Erkek	8	4,0	Evli	102	51,0
Kadın	192	96,0	Bekar	98	49,0
Yaş			Eğitim Durumu		
<25	80	40,0	Lise	101	50,5
26-30	70	35,0	Önlisans-Lisans	92	46,5
31-35	40	20,0	Lisansüstü	7	3,5
>36	10	5,0			
Kurumda Çalışma Süresi			Çalışılan Birimler		
1 yıldan az	25	12,5	KBB	31	15,5
1-4 yıl	77	38,5	Dahiliye	22	11,0
5-8 yıl	48	24,0	Göz	19	9,5
9-12 yıl	36	10,0	Üroloji	26	13,0
13 yıl ve üstü	14	7,0	Kadın Hast. Doğ	19	9,5
			Çocuk	19	9,5
			Palyatif	8	4,0
			Acil	32	16,0
			Ortopedi	12	6,0
			Genel Cerrahi	12	6,0
Toplam	200	100	Toplam	200	100

Tablo 3'e göre katılımcıların %96'sı (192 kişi) kadın, %4'ü (8 kişi) erkektir. Katılımcıların %51'i (102 kişi) bekar, %49'u (98 kişi) evlidir. Katılımcıların %40'ı (80 kişi) 25 yaş altında, %35'i (70 kişi), %50,5'i (101 kişi) lise mezunu, %38,5'i (77 kişi) 1-4 yıl arasında kurumda çalışma süresine sahip ve %16'sı Acil biriminde görev yapmaktadır.

Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Anlamlı Farklılığı Saptamaya Yönelik Analiz Bulguları

Araştırmada hangi analizlerin kullanılacağına karar vermek için değişkenlerin normal dağılıp dağılmadığı kontrol edilmiştir. Yapılan testler her bir alt değişkene ait çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) katsayılarının -1,5 ile +1,5 arasında değerler aldığı görülmüştür. İstatistiksel olarak çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2 ile +2 ve/veya -3 ile +3 değerlerde normal dağılım değerlerini ifade etmektedir (Kalaycı, 2006, s.209). Bu nedenle parametrik testlerin kullanımına karar verilmiştir.

Tablo 4. Demografik Özellikler ile Değişkenlere İlişkin Fark Testleri

Demografik Özellikler	Stresle Başa Çıkma Tarzı				
	Kendine Güvenli Yaklaşım	İyimser Yaklaşım	Çaresiz Yaklaşım	Boyun Eğici Yaklaşım	Sosyal Destek Arama
Cinsiyet	t = -1,430 p,154	t = -,1786 p,076	t = -1,625 p,106	t = -1,299 p,195	t = -1,937 p,054
Medeni Durum	t = -,071 p,944	t = -,943 p,347	t = -,272 p,786	t = -,460 p,946	t = -1,858 p,065
Eğitim	F = ,311 p,733	F = ,248 p,781	F = ,415 p,661	F = 1,146 p,320	F = ,252 p,320
Yaş	F = ,344 p,848	F = 1,666 p,159	F = ,495 p,739	F = 1,507 p,202	F = ,273 p,895
Çalışma Süresi	F = ,513 p,726	F = 1,733 p,144	F = 1,882 p,115	F = ,992 p,447	F = ,660 p,621

Tablo 4’te katılımcıların cinsiyet, medeni durum, eğitim, yaş ve çalışma süreleri gibi demografik özelliklerinin stresle başa çıkma tarzlarında anlamlı bir farklılık oluşturup oluşturmadığına yönelik t-testi ve ANOVA analiz sonuçları görülmektedir. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların demografik özelliklerinin stresle başa çıkma tarzlarında herhangi bir anlamlı farklılık oluşturmadığı tespit edilmiştir ($p > 0,05$). **Böylece, H1, H2, H3, H4 ve H5 analizleri reddedilmiştir.**

Değişkenlere Ait Korelasyon ve Regresyon Analizi

Araştırmanın temel değişkenleri olan duygusal zeka ve stresle başa çıkma tarzlarının alt boyutları arasındaki ilişkileri tespit etmek için uygulanan korelasyon analiz bulguları Tablo 5’te verilmektedir.

Tablo 5. Değişkenlere Ait Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Katsayıları (N=200)

	Ort.	S.S.	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.Duygusal Değerlendirme (DZ)	3,31	1,01									
2.Duygusal Yönetim (DZ)	3,42	,963	,646*	1							
3.Empatik Duyarlılık (DZ)	3,44	,979	,574*	,620*	1						
4.Duyguların Pozitif Kullanımı (DZ)	3,48	,961	,472*	,529*	,632*	1					
5.Kendine Güvenli Yaklaşım (SBÇT)	2,67	,582	,359*	,379*	,543*	,558*	1				
6.İyimser Yaklaşım (SBÇT)	2,73	,560	,395*	,468*	,489*	,390*	,502*	1			
7.Çaresiz Yaklaşım (SBÇT)	2,72	,548	,398*	,484*	,589*	,536*	,723*	,657*	1		
8.Boyun Eğici Yaklaşım (SBÇT)	2,68	,602	,345*	,458*	,550*	,532*	,673*	,594*	,710*	1	
9.Sosyal Destek Arama (SBÇT)	2,78	,589	,228*	,270*	,396*	,420*	,618*	,469*	,554*	,464*	1

*r(korelasyon katsayısı) $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı korelasyon, DZ=Duygusal Zeka, SBÇT=Stresle Başa Çıkma Tarzları

Kalayıcı'ya (2006, s.116) göre pearson korelasyon katsayısı şu şekilde yorumlanmaktadır:

r;0,00-0,25	İlişki; Çok Zayıf
r;0,26-0,49	İlişki; Zayıf
r;0,50-0,69	İlişki; Orta
r;0,70-0,89	İlişki; Yüksek
r;0,90-1,00	İlişki; Çok Yüksek

Tablo 5'te çalışanların duygusal zeka boyutları ve stresle başa çıkma tarzları boyutlarına ait ortalamalar, standart sapmalar ile bu boyutlar arasındaki ilişki değerleri görülmektedir. Analiz sonucunda; stresle başa çıkma boyutları ile duygusal zeka boyutları arasındaki tüm ilişkilerin pozitif yönde ve anlamlı olduğu tespit edilmiştir. **Böylece H6 hipotezi desteklenmiştir.** Bulgulara göre; duygusal değerlendirme boyutu (DZ) ile kendine güvenli yaklaşım, iyimser yaklaşım, çaresiz yaklaşım, boyun eğici yaklaşım ve sosyal destek arama yaklaşımı boyutları (SBÇT) arasındaki ilişkide zayıf düzeyde anlamlılık bulunmuştur ($0,26 < r < 0,49$).

Duygusal yönetim boyutu (DZ) ile kendine güvenli yaklaşım, iyimser yaklaşım, çaresiz yaklaşım, boyun eğici yaklaşım ve sosyal destek arama yaklaşımı boyutları (SBÇT) arasındaki ilişkide zayıf düzeyde anlamlılık bulunmuştur ($0,26 < r < 0,49$).

Empatik duyarlılık boyutu (DZ) ile sosyal destek arama ve iyimser yaklaşım boyutları (SBÇT) arasındaki ilişkide zayıf düzeyde anlamlılık bulunurken ($0,26 < r < 0,49$), empatik duyarlılık boyutu (DZ) ile kendine güvenli yaklaşım, çaresiz yaklaşım ve boyun eğici yaklaşım (SBÇT) boyutları arasındaki ilişkide orta düzeyde anlamlılık bulunmuştur ($0,50 < r < 0,69$). Duyguların pozitif yönetimi boyutu (DZ) ile iyimser yaklaşım ve sosyal destek arama boyutları (SBÇT) arasındaki ilişkide zayıf düzeyde anlamlılık bulunurken ($0,26 < r < 0,49$), duyguların pozitif

yönetimi boyutu (DZ) ile kendine güvenli yaklaşım, çaresiz yaklaşım ve sosyal destek arama yaklaşımı (SBÇT) boyutları arasındaki ilişkide orta düzeyde anlamlılık bulunmuştur ($0,50 < r < 0,69$).

Çalışmanın diğer bölümlerinde duygusal zeka boyutlarının stresle başa çıkma tarzları üzerine etkisini tespit etmek amacı ile uygulanan çoklu regresyon analizi yer almaktadır. Çoklu regresyon analizine geçmeden önce bazı değerlerin kontrol edilmesi gerekmektedir. Örneğin, bağımsız değişkenlerin birbirleriyle aralarında çoklu doğrusal bağlantı olmaması kurulan modellerin güvenilirliğini gösteren bir durumdur. Bu nedenle çoklu regresyon analizlerinde değişkenlerin VIF ve Tolerans değerleri de kontrol edilmesi önemlidir. VIF değeri 10'a eşit veya 10'dan büyük ise değişkenler arasında önemli derecede çoklu doğrusal bağlantı sorunu olduğunu göstermektedir. Tolerans değeri ise 1'den belirlilik katsayısının çıkartılmasıyla ($TV = 1 - R^2$) hesaplanmaktadır (Albayrak, 2005, s.110-111). Bağımsız değişkenler arasında bakılması gereken diğer bir değer Durbin Watson değeridir. Durbin Watson değişkenler arasındaki otokorelasyonun varlığını bize gösterir ve bu değer 1,5 ve 2,5 arasında bir değer olması gerekmektedir (Kalaycı, 2006, s.264).

Tablo 6. Duygusal Zeka Boyutlarının Stresle Başa Çıkma Tarzları (Kendine Güvenli Yaklaşım Boyutu) Üzerine Etkisi (Çoklu Regresyon Analizi)

BAĞIMLI DEĞİŞKEN			
BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLER	Kendine Güvenli Yaklaşım (SBÇT)		
R ²	0,360		
F	28,924 (p=0,000)		
Durbin Watson	1,59		VIF/ Tolerans
Duygusal Değerlendirme (DZ)	β	0,210	1,88/,530
	p	0,792	
Pozitif Duygusal Yönetim (DZ)	β	-0,210	2,09/,477
	p	0,798	
Empatik Değerlendirme (DZ)	β	0,318	2,16/,462
	p	0,000*	
Duyguların Pozitif Kullanımı (DZ)	β	0,359	1,76/,566
	p	0,000*	

*p<0,05 anlamlılık DZ=Duygusal Zeka SBÇT= Stresle Başa Çıkma Tarzı

Yapılan çoklu regresyon analizlerine göre; kendine güvenli yaklaşım boyutundaki (SBÇT) değişkenliğin % 36'sı ($R^2=0,360$) duygusal zeka boyutları tarafından açıklanabilmektedir. Bulgulara göre, kendine güvenli yaklaşım (SBÇT); anlamlı düzeyde duygusal zeka alt boyutlarından etkilenmektedir ($F=28,924$; $p<0,05$). Empatik değerlendirme boyutundaki (DZ) bir birimlik artışın, çalışanların kendine güvenli yaklaşım (SBÇT) üzerinde 0,318 birimlik artışa neden olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Yine duyguların pozitif kullanımındaki (DZ) bir birimlik artış, çalışanların kendine güvenli yaklaşım (SBÇT) üzerinde 0,359 birimlik bir artışa neden olduğu elde edilen bulgular arasındadır. **Böylece H7_a hipotezi desteklenmiştir.**

Tablo 7. Duygusal Zeka Boyutlarının Stresle Başa Çıkma Tarzları (İyimser Yaklaşım Boyutu) Üzerine Etkisi (Çoklu Regresyon Analizi)

BAĞIMLI DEĞİŞKEN			
BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLER	İyimser Yaklaşım (SBÇT)		
R ²	0,274		
F	19,803 (p=0,000)		
Durbin Watson	1,658	VIF/ Tolerans	
Duygusal Değerlendirme (DZ)	β	0,063	1,88/,530
	p	0,448	
Pozitif Duygusal Yönetim (DZ)	β	0,222	2,09/,477
	p	0,012	
Empatik Değerlendirme (DZ)	β	0,269	2,16/,462
	p	0,003*	
Duyguların Pozitif Kullanımı (DZ)	β	0,915	1,76/,566
	P	0,000*	

*p<0,05 anlamlılık DZ=Duygusal Zeka SBÇT= Stresle Başa Çıkma Tarzı

Yapılan çoklu regresyon analizlerine göre; iyimser yaklaşım boyutundaki (SBÇT) değişkenliğin % 27,4'ü (R²=0,274) duygusal zeka boyutları tarafından açıklanabilmektedir. Bulgulara göre, iyimser yaklaşım (SBÇT); anlamlı düzeyde duygusal zeka boyutlarından etkilenmektedir (F=19,803; p<0,05). Empatik değerlendirme boyutundaki (DZ) bir birimlik artışın, çalışanların iyimser yaklaşım (SBÇT) üzerinde 0,269 birimlik artışa neden olduğu görülmektedir (p<0,05). Yine duyguların pozitif kullanımındaki (DZ) bir birimlik artış, çalışanların iyimser yaklaşım (SBÇT) üzerinde 0,915 birimlik bir artış sağladığı elde edilen bulgular arasındadır. **Böylece H7, hipotezi desteklenmiştir.**

Tablo 8. Duygusal Zeka Boyutlarının Stresle Başa Çıkma Tarzları (Çaresiz Yaklaşım Boyutu) Üzerine Etkisi (Çoklu Regresyon Analizi)

BAĞIMLI DEĞİŞKEN			
BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLER	Çaresiz Yaklaşım (SBÇT)		
R ²	0,391		
F	32,938 (p=0,000)		
Durbin Watson	1,50	VIF/ Tolerans	
Duygusal Değerlendirme (DZ)	β	-0,013	1,88/,530
	p	0,865	
Pozitif Duygusal Yönetim (DZ)	β	0,146	2,09/,477
	p	0,071	
Empatik Değerlendirme (DZ)	β	0,353	2,16/,462
	p	0,000*	
Duyguların Pozitif Kullanımı (DZ)	β	0,242	1,76/,566
	P	0,001*	

*p<0,05 anlamlılık DZ=Duygusal Zeka SBÇT= Stresle Başa Çıkma Tarzı

Yapılan çoklu regresyon analizi sonuçlarına göre; çaresiz yaklaşım (SBÇT) boyutundaki değişkenliğin % 39,1'i (R²=0,391) duygusal zeka alt boyutları tarafından açıklanabilmektedir. Bulgulara göre, çaresiz yaklaşım (SBÇT); anlamlı düzeyde duygusal zeka boyutlarından etkilenmektedir (F=39,938;p<0,05). Empatik değerlendirme boyutundaki (DZ) bir birimlik artışın, çalışanların çaresiz yaklaşım (SBÇT) üzerinde 0,353 birimlik artışa neden olduğu görülmektedir (p<0,05). Yine duyguların pozitif kullanımındaki (DZ) bir birimlik artış

çalışanların çaresiz yaklaşım (SBÇT) üzerinde 0,242 birimlik bir artışa neden olduğu elde edilen bulgular arasındadır. **Böylece H7_c hipotezi desteklenmiştir.**

Tablo 9. Duygusal Zeka Boyutlarının Stresle Başa Çıkma Tarzları (Boyun Eğici Yaklaşım Boyutu) Üzerine Etkisi (Çoklu Regresyon Analizi)

BAĞIMLI DEĞİŞKEN		
BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLER	Boyun Eğici Yaklaşım (SBÇT)	
R ²	0,359	
F	28,879 (p=0,000)	
Durbin Watson/	1,53	
Duygusal Değerlendirme (DZ)	β	-0,073
	p	0,347
Pozitif Duygusal Yönetim (DZ)	β	0,161
	p	0,051
Empatik Değerlendirme (DZ)	β	0,313**
	p	0,000
Duyguların Pozitif Kullanımı (DZ)	β	0,284
	P	0,000*
		VIF/ Tolerans
		1,88/,530
		2,09/,477
		2,16/,462
		1,76/,566

*p<0,05 anlamlılık DZ=Duygusal Zeka SBÇT= Stresle Başa Çıkma Tarzı

Yapılan çoklu regresyon analizi sonuçlarına göre; boyun eğici yaklaşım (SBÇT) boyutundaki değişkenliğin % 35,9'u (R²=0,359) duygusal zeka alt boyutları tarafından açıklanabilmektedir. Bulgulara göre, boyun eğici yaklaşım (SBÇT); anlamlı düzeyde duygusal zeka alt boyutlarından etkilenmektedir (F=28,879; p<0,05). Empatik değerlendirme boyutundaki (DZ) bir birimlik artışın, çalışanların boyun eğici yaklaşım (SBÇT) üzerinde 0,313 birimlik artışa neden olmaktadır (p<0,05). Yine duyguların pozitif kullanımındaki (DZ) bir birimlik artış, çalışanların boyun eğici yaklaşım (SBÇT) üzerinde 0,284 birimlik bir artışa neden olduğu elde edilen bulgular arasındadır. **Böylece H7_a hipotezi desteklenmiştir.**

Tablo 10. Duygusal Zeka Boyutlarının Stresle Başa Çıkma Tarzları (Sosyal Destek Arama) Üzerine Etkisi (Çoklu Regresyon Analizi)

BAĞIMLI DEĞİŞKEN		
BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLER	Sosyal Destek Arama (SBÇT)	
R ²	0,190	
F	12,632 (p=0,000)	
Durbin Watson	1,59	
Duygusal Değerlendirme (DZ)	β	-0,045
	p	0,606
Pozitif Duygusal Yönetim (DZ)	β	-0,004
	p	0,969
Empatik Değerlendirme (DZ)	β	0,240
	p	0,011*
Duyguların Pozitif Kullanımı (DZ)	β	0,291
	P	0,001*
		VIF/Tolerans
		1,88/,530
		2,09/,477
		2,16/,462
		1,76/,566

*p<0,05 anlamlılık DZ=Duygusal Zeka SBÇT= Stresle Başa Çıkma Tarzı

Yapılan çoklu regresyon analizi sonuçlarına göre; sosyal destek arama yaklaşımı (SBÇT) boyutundaki değişkenliğin % 19'u ($R^2=0,190$) duygusal zeka boyutları tarafından açıklanabilmektedir. Bulgulara göre, sosyal destek arama yaklaşımı (SBÇT); anlamlı düzeyde duygusal zeka boyutlarından etkilenmektedir ($F=12,632$; $p<0,05$). Empatik değerlendirme boyutundaki (DZ) bir birimlik artışın, çalışanların sosyal destek arama yaklaşımı (SBÇT) üzerinde 0,240 birimlik artışa neden olmaktadır ($p<0,05$). Yine duyguların pozitif kullanımındaki (DZ) bir birimlik artış, çalışanların sosyal destek arama (SBÇT) yaklaşımı üzerinde 0,291 birimlik bir artışa neden olduğu elde edilen bulgular arasındadır. **Böylece H7, hipotezi desteklenmiştir.**

Sonuç ve Öneriler

Çalışma hayatını önemli derecede etkileyen ve ciddi sağlık sorunlarına sebebiyet veren stresin varlığı durumunda çalışanların geliştirdikleri stresle başa çıkma yöntemlerinde duygusal zekalarının ne derece etkili ve ilişkili olduğunu incelemek amacıyla Çorum İlindeki bir sağlık kurumunda çalışan hemşirelerin örneklem grubu olarak seçildiği çalışma sonuçlarına göre; katılımcıların cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, yaş grubu ve çalışma süresi gibi demografik özellikleri, stresle başa çıkma tarzlarında herhangi bir anlamlı farklılığa yol açmamaktadır (Tablo 4: $p>0,05$). Elde edilen bulgulara göre bu çalışma için stresle başa çıkma tarzları açısından bir değerlendirme yapıldığında; çalışanların erkek veya kadın olması, evli ya da bekar olması, eğitim düzeyi, yaş grubu ve çalışma süresi gibi demografik değişkenlerin anlamlı bir farklılığa sebebiyet vermediğini söylemek mümkündür.

Araştırmada bir başka değerlendirme de ölçeklerin alt boyutlarının birbirleriyle olan ilişkileri açısından yapılmıştır. Buna göre çalışanların duygusal zeka ölçeği boyutları (duygusal değerlendirme, duygusal yönetim, empatik duyarlılık, duyguların olumlu kullanımı) ile stresle başa çıkma tarzları ölçeği boyutları (kendine güvenli yaklaşım, iyimser yaklaşım, çaresiz yaklaşım, boyun eğici yaklaşım ve sosyal destek arama) arasındaki korelasyon ilişkisi incelenmiş ve şu sonuçlara ulaşılmıştır;

Duygusal değerlendirme boyutu (DZ) ile kendine güvenli yaklaşım, iyimser yaklaşım, çaresiz yaklaşım, boyun eğici yaklaşım ve sosyal destek arama yaklaşımı boyutları (SBÇT) arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu görülmüştür (sırasıyla 0.359, 0.395, 0.398, 0.345 ve 0.228; $p<0.01$).

Duygusal yönetim boyutu (DZ) ile kendine güvenli yaklaşım, iyimser yaklaşım, çaresiz yaklaşım, boyun eğici yaklaşım ve sosyal destek arama yaklaşımı boyutları (SBÇT) arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu görülmüştür (0.379, 0.468, 0.484, 0.458 ve 0.270; $p<0.01$).

Empatik duyarlılık boyutu (DZ) ile sosyal destek arama ve iyimser yaklaşım boyutları (SBÇT) arasında zayıf düzeyde (0.396 ve 0.489; $p<0.01$) anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilirken, empatik duyarlılık boyutu (DZ) ile kendine güvenli yaklaşım, çaresiz yaklaşım ve boyun eğici yaklaşım (SBÇT) arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu görülmüştür (0.543, 0.589 ve 0.550; $p<0.01$).

Duyguların pozitif kontrolü boyutu (DZ) ile iyimser yaklaşım ve sosyal destek arama boyutları (SBÇT) arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu görülmüştür (0.390 ve 0.420; $p<0.01$). Yine

duyguların pozitif yönetimi (DZ) ile kendine güvenli yaklaşım, çaresiz yaklaşım ve boyun eğici yaklaşım yaklaşımı (SBÇT) arasındaki ilişkinin de anlamlı olduğu görülmektedir (0.558, 0.536 ve 0.532 $p<0.01$).

İlişkilerdeki etkiyi belirlemek için yapılan çoklu regresyon analizi sonucuna göre; kendine güvenli yaklaşım (SBÇT) boyutundaki değişkenliğin %36'sı ($R^2=0,360$) duygusal zeka boyutları tarafından açıklanabilmektedir. Bulgulara göre, kendine güvenli yaklaşım; anlamlı düzeyde duygusal zeka boyutlarından etkilenmektedir ($F=28,924$; $p<0,05$). Yine iyimser yaklaşım boyutundaki (SBÇT) değişkenliğin % 27,4'ü ($R^2=0,274$) duygusal zeka boyutları tarafından açıklanabilmektedir. Netice de iyimser yaklaşım; anlamlı düzeyde duygusal zeka boyutlarından etkilenmektedir ($F=19,803$; $p<0,05$). Bir diğer çoklu regresyon analizi sonucuna göre ise; çaresiz yaklaşım boyutundaki (SBÇT) değişkenliğin % 39,1'i ($R^2=0,391$) duygusal zeka boyutları tarafından açıklanabilmektedir. Buna göre, çaresiz yaklaşımın; anlamlı düzeyde duygusal zeka boyutlarından etkilendiğini söylemek mümkündür ($F=19,803$; $p<0,05$).

Diğer bir çoklu regresyon analizi sonucuna göre; boyun eğici yaklaşım boyutundaki (SBÇT) değişkenliğin % 35,9'u ($R^2=0,359$) duygusal zeka alt boyutları tarafından açıklanabilmektedir. Boyun eğici yaklaşımın; anlamlı düzeyde duygusal zeka alt boyutlarından etkilendiği sonucuna varılmıştır ($F=32,938$; $p<0,05$). Yapılan son çoklu regresyon analizi sonucuna göre ise; sosyal destek arama yaklaşımı boyutundaki (SBÇT) değişkenliğin % 19'u ($R^2=0,190$) duygusal zeka alt boyutları tarafından açıklanabilmektedir. Elde edilen bulgulara göre, sosyal destek arama yaklaşımı; anlamlı düzeyde duygusal zeka alt boyutlarından etkilenmektedir ($F=12,632$; $p<0,05$).

Çoklu regresyon analiz sonuçları değerlendirildiğinde stresle başa çıkma boyutlarının duygusal zeka alt boyutları tarafından açıklanabilirlik durumlarına göre bir sıralama yapılırsa duygusal zeka alt boyutlarının en yüksek düzeyde çaresiz yaklaşım boyutundaki değişkenliği (% 39, $R^2=0,391$) ve daha sonra sırasıyla kendine güvenli yaklaşım boyutundaki değişkenliği (% 36, $R^2=0,360$), boyun eğici yaklaşım boyutundaki değişkenliği (% 35,9, $R^2=0,359$), iyimser yaklaşım boyutundaki değişkenliği (% 27,4, $R^2=0,274$) ve son olarak sosyal destek arama yaklaşımı boyutundaki değişkenliği (%19, $R^2=0,190$) açıkladığı görülmektedir. Araştırmadaki hipotez sonuçlarını şu şekilde özetlemek mümkündür.

Tablo 11. Hipotez Sonuçları

Hipotez	Kabul/Ret Durumu
H1: Çalışanların stresle başa çıkma tarzlarında cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılıklar vardır.	Ret
H2: Çalışanların stresle başa çıkma tarzlarında medeni durum değişkenine göre anlamlı farklılıklar vardır.	Ret
H3: Çalışanların stresle başa çıkma tarzlarında eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı farklılıklar vardır.	Ret
H4: Çalışanların stresle başa çıkma tarzlarında yaş değişkenine göre anlamlı farklılıklar vardır.	Ret
H5: Çalışanların stresle başa çıkma tarzlarında çalışma süresi değişkenine göre anlamlı farklılıklar vardır.	Ret
H6: Duygusal zeka ile stresle başa çıkma tarzları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H7: Duygusal zeka, stresle başa çıkma tarzı boyutlarını etkilemektedir.	Kabul
<i>H7_a: Duygusal zeka, kendine güvenli yaklaşımı etkilemektedir.</i>	Kabul
<i>H7_b: Duygusal zeka, iyimser yaklaşımı etkilemektedir.</i>	Kabul
<i>H7_c: Duygusal zeka, çaresiz yaklaşımı etkilemektedir.</i>	Kabul
<i>H7_d: Duygusal zeka, boyun eğici yaklaşımı etkilemektedir.</i>	Kabul
<i>H7_e: Duygusal zeka, sosyal destek aramayı etkilemektedir.</i>	Kabul

Hastaneler, sunmuş oldukları hizmetin niteliği ve çok sayıda meslek grubunun bir arada ve ekip halinde çalışma zaruretinin olması gibi nedenlerle iş yaşamında stresin genellikle yüksek düzeyde yaşandığı kurumların başında gelmektedir. Yine hastanelerde görev yapmakta olan yardımcı sağlık personeli; gerek nöbet usulüne göre çalışma, gerekse hayati müdahalelerde rol alma gibi nedenlerle kurum içindeki diğer çalışanlarla kıyaslandığında daha fazla strese maruz kalabilmektedirler. Hastanelerde yardımcı sağlık personeli olarak görev yapan hemşireler ile yapılan bu çalışma sonucunda; katılımcıların duygusal zeka düzeyleri ile stresle başa çıkma tarzları arasında orta ve zayıf düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Bulgulara göre bir değerlendirme yapıldığında; örneklem grubundaki hemşirelerin duygusal zeka yeteneklerinin artırılabilmesi durumunda bu çalışanların stresle başa çıkabilme yeterliliklerinin de belli oranlarda gelişeceği söylenebilir. Bu sebeple hastane yöneticilerinin hemşire meslek grupları özelinde bir takım uygulamaları yapmaları zorunluluk arz etmektedir. Bunlar; uykusuzluk ve aşırı yorgunluğa sebebiyet vermeyecek şekilde personel istihdamının sağlanması, çalışanların gerek işe başladıklarında gerekse görevlerini sürdürürken verilen eğitimlerde yetki ve sorumlulukların kendilerine net olarak belirtilmesi, ücret sisteminde adil olunması, iş sözleşmelerinde iş güvencesi konusuna önem verilmesi, kullanılan araç ve gereçlerdeki yetersizliklerin giderilmesi ve meslek grupları arasındaki ayrışmaların empati geliştirme eğitimleri ile önlenmesi ve böylelikle hemşirelerin hem meslektaşları ile hem de diğer kurum çalışanları ile daha duyarlı çalışmalarının sağlanması gibi uygulamalardır.

Bu çalışmanın; hemşirelerin sıklıkla karşılaştıkları stres ve bu stres durumu ile mücadele tarzları konularına değinmesi açısından alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte, duygusal zeka değişkeninin yanında motivasyon, kariyer geliştirme ve kariyer memnuniyeti, iş tatmini, örgütsel bağlılık, örgütsel sinizm vb. gibi başka değişkenlerin de stresle mücadeledeki etkisini ölçmeye yönelik çalışmaların yapılması iş hayatında bilimsel yorumlamalardan faydalanılması adına önemli olacaktır.

Kaynakça

- Açık, Y., Yiğitbaş, Ç., Bulut, A., Deveci, S. E., Pirinçci, E., Oğuzöncül, A. F., Ozan, A.T., Demirbağ, C. B., Arın, E., Rahman, S. (2016). Acil Sağlık Çalışanlarında İşe Bağlı Gerginlik, Stresle Başa Çıkma Yollarını Kullanma Durumu ve Etkileyen Faktörler. *Türkiye Klinikleri Journal of Medical Sciences*, 36(1), 22-29.
- Aksaraylı, M., Özgen, I. (2008). Akademik Kariyer Gelişiminde Duygusal Zekanın Rolü Üzerine Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 8(2), 755-770.
- Albayrak, A. S. (2005). Çoklu Doğrusal Bağlantı Halinde En Küçük Kareler Tekniğinin Alternatifi Yanlı Tahmin Teknikleri ve Bir Uygulama. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 105-126.
- Altuntaş, S., Seren, Ş. (2010). Yönetici Hemşirelerin Yönetimsel Stres Nedenleri. *Journal of Anatolia Nursing and Health Sciences*, 13(3), 36-45.
- Arora S, Ashrafian H, Davis R, Athanasiou T, Darzi A, Sevdalis, N. (2010). Emotional Intelligence in Medicine: a Systematic review through the context of the ACGME competencies. *Medical Education*, 44, 749-64.
- Aslan, Ş., Özata, M. (2008). Duygusal Zeka ve Tükenmişlik Arasındaki İlişkinin Araştırılması: Sağlık Çalışanları Örneği, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30 (Ocak-Haziran),77-97.
- Baltaş, A., Baltaş, Z. (2002). *Stres ve Başa Çıkma Yolları* (21. Baskı), İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Barling, J., Slater, F., Kelloway, E. K. (2000). Transformational Leadership and Emotional Intelligence: An Exploratory Study. *Leadership & Organization Development Journal*, 21(3), 157-161.
- Bar-On, R. (2006). The Bar-On Model of Emotional-Social Intelligence (ESI). *Psicothema*, 18, 13-25.
- Büyükyörük, N., Dilmen, B., Bayram, M. (2010). Burdur Devlet Hastanesi'nde Yatan Hastaların İntörn Hemşirelerden Memnuniyet Düzeylerinin Belirlenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 17(3), 1-6.
- Chan, D. W. (2004). Perceived Emotional Intelligence and Self-Efficacy Among Chinese Secondary School Teachers in Hong Kong. *Personality and Individual Differences*, 36(8), 1781-95.
- Ciarrochi, J., Deane, F. P., Anderson, S. (2002). Emotional Intelligence Moderates The Relationship Between Stress and Mental Health. *Personality and Individual Differences*, 32, 197-209.
- Cote, S., Miners, C. T. H. (2006). Emotional Intelligence, Cognitive Intelligence and Job Performance. *Administrative Science Quarterly*, 51(1), 1-28.
- Çankaya, M. (2016). Hastaların Hemşirelik Hizmetleri Memnuniyet Düzeylerinin Karşılaştırılması: Ankara'daki Bir Kamu ve Özel Hastane Üzerinde Uygulama. *International Journal of Academic Value Studies*, 2(4), 16-22.
- Deniz, M. E., Yılmaz, E. (2006). Üniversite Öğrencilerinde Duygusal Zeka ve Stresle Başa Çıkma Stilleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3 (25), 17-26.

- Doğan, S., Demiral, Ö. (2007). Kurumların Başarısında Duygusal Zekanın Rolü ve Önemi. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 209-230.
- Erdem, H. (2016). Stresle Başa Çıkmada İç Kontrol Odağının Yordayıcı Gücü ve Psikolojik Sermayenin Aracılık Rolü. *Türk Psikoloji Dergisi*, 31(78), 1-9.
- Eröz, Sü, S. (2013). Örgütlerde Duygusal Zeka. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(29), 213-242.
- Fettahlıoğlu, Ö. O., Sünbül, M. B. (2013). Duygusal Zekanın Psikolojik Güçlendirme Üzerindeki Etkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(14), 157-175.
- George, J. M. (2000). Emotions and Leadership: The Role of Emotional Intelligence. *Human Relations*, 53(8), 1027-1055.
- Jung, H. S., Jung, H. S., Yoon, H. H., Yoon, H. H. (2016). Why is Employees' Emotional Intelligence Important? The Effects of EI on Stress-Coping Styles and Job Satisfaction in The Hospitality Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(8), 1649-1675.
- Kalaycı, Ş. (2006). *Faktör Analizi. SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Karahan, A., Gürpınar, K., Özyürek, P. (2007). Hizmet Sektöründeki İşletmelerin Örgüt İçi Stres Kaynakları: Afyon İl Merkezindeki Hastanelerde Çalışan Cerrahi Hemşirelerinin Stres Kaynaklarının Belirlenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(3), 27-44.
- Konakay, G. (2012). Akademisyenlerde Duygusal Zeka Faktörlerinin Tükenmişlik Faktörleri İle İlişisine Yönelik Bir Araştırma: Kocaeli Üniversitesi Örneği, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(1), 121-144.
- Maree, J. G., Eiselen, R. J. (2004). Emotional Intelligence Profile of Academics in a Merger Setting. *Journal of Education and Urban Society*, 36(4), 482-504.
- Noorbakhsh, S. N., Besharat, M. A., Zarei, J. (2010). Emotional Intelligence and Coping Styles With Stress. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 5, 818-822.
- O'Boyle, E. H., Humphrey, R. H., Pollack, J. M., Hawver, T. H., Story, P. A. (2011). The Relation Between Emotional Intelligence and Job Performance: A Meta-Analysis. *Journal of Organizational Behavior*, 32(5), 788-818.
- Özdamar, K. (2001). *SPSS ile Biyoistatistik*, (4. Baskı), Eskişehir: Kaan.
- Pau, A., Croucher, R. (2003). Emotional Intelligence and Perceived Stress in Dental Undergraduates. *Journal of Dental Education*, 67(9), 1023-1028.
- Ranasinghe, P., Wathurapatha, W. S., Mathangasinghe, Y., Ponnampereuma, G. (2017). Emotional Intelligence, Perceived Stress and Academic Performance of Sri Lankan Medical Undergraduates. *BMC Medical Education*, 17(1), 41-47.
- Salovey, P., Mayer, J. D. (1990). Emotional Intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9(3), 185-211.
- Sarabia-Cobo C. M., Suárez S. G., Crispín E. J. M., Sarabia Cobo A. B., Pérez V., De Lorena P., Rodriguez C., Sanlúcar L. G. (2017). Emotional Intelligence and Coping Styles: An Intervention in Geriatric Nurses. *Appl Nurs Res.*, 35, 94-98.

- Shirey, M. R., Ebright, P. R., Mcdaniel, A. M. (2008). Sleepless in America: Nurse Managers Cope With Stress and Complexity. *Journal of Nursing Administration*, 38(3), 125-131.
- Shooshtarian, Z., Ameli, F., Lari, M. A., (2013). The Effect of Labor's Emotional Intelligence on Their Job Satisfaction, Job Performance and Commitment. *Iranian Journal of Management Studies*, 6(1), 27-43.
- Siegling, A. B., Nielsen, C., Petrides, K. V. (2014). Trait Emotional Intelligence and Leadership in A European Multinational Company. *Personality and Individual Differences*, 65, 65-68.
- Şahin, H. N., Durak A. (1995). Stresle Başa Çıkma Tarzları Ölçeği: Üniversite Öğrencileri İçin Uyarlanması. *Türk Psikoloji Dergisi*, 34(10), 56-73.
- Şahin, N. H., Güler, M., Basım, H. N. (2009). A Tipi Kişilik Örüntüsünde Bilişsel ve Duygusal Zekanın Stresle Başa Çıkma ve Stres Belirtileri ile İlişkisi. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 20(3), 243-254.
- Taşlıyan, M., Hırlak, B., Çiftçi, G. E. (2014). Akademisyenlerin Duygusal Zeka, İş Tatmini ve Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişki. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 63-80.
- Tuna, R., Baykal, Ü. (2013). Onkoloji Hemşirelerinde İş Stresi ve Etkileyen Faktörler. *Florence Nightingale Hemşirelik Dergisi*, 21(2), 92-100.
- Türküm, A. S. (2002). Stresle Basa Çıkma Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenilirlik Çalışmaları. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2(18), 25-34.
- Tyler, P., Cushway, D. (1992). Stress, Coping and Mental Well-Being in Hospital Nurses. *Stress and Health*, 8(2), 91-98.
- Tyson, P. D., Pongruengphant, R., Aggarwal, B. (2002). Coping with Organizational Stress Among Hospital Nurses in Southern Ontario. *International Journal of Nursing Studies*, 39(4), 453-459.
- Ural, A., Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*, (4. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yelkikalan, N. (2006). 21. Yüzyılda Girişimcinin Yeni Özelliği: Duygusal Zeka. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 39-51.
- Yeniçeri, E., Yıldız, E., Seydaoğulları, A., Güleç, S., Çetin, E. S., Baldemir, E. (2015). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Tıp Fakültesi Öğrencilerinde Duygusal Zeka ve Empati İlişkisi. *Türkiye Aile Hekimliği Dergisi*, 19(2), 99-107.



Nüfuzumu Kullanırken Ben: Türkiye’deki Moda Instabloggerlarının Ürün Yerleştirme Uygulamaları Üzerine bir İçerik Analizi

Me While Using My Influence: A Content Analysis on the Product Placement Practices of the Fashion Instabloggers in Turkey

Gül Şener¹- Eda Öztürk² - H. Kemal Suher³

Başvuru Tarihi: 06.05.2018

Kabul Tarihi: 28.05.2019

Öz

Farkındalık ve ürünlere yönelik talep yaratma konusunda giderek artan nüfuzları, bloggerları markalar için vazgeçilmez birer pazarlama oyuncusuna dönüştürmüştür. Zaman içinde oluşturdukları takipçi tabanlarına yönelik sürekli içerik paylaşımında bulunan bu dijital elitler, Nüfuz Pazarlaması'nın yeni otoriteleri haline gelmiştir. Markalar ise ticari değeri olan bu içeriğin parçası olmanın yolu olarak genellikle ürün yerleştirme çalışmalarını seçmektedir. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’deki moda Instabloggerları'nın yaptıkları Instagram paylaşımlarına içerik analizi yöntemi uygulayarak ürün yerleştirme pratiklerinin belirleyici unsurlarını ortaya koymaktır. Yapılan analiz sonucunda, hesabın büyüklüğü (Mega, Orta Güç, Mikro) ve türünün (Sokak Modası/Yüksek Moda) yapılan ürün yerleştirmelerin belirginlik, interaktivite, anlatsal uyum ve etkileşim düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklar yarattığı bulgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Nüfuz Pazarlaması, Ürün Yerleştirme, Instagram, Moda Instabloggerı, İçerik Analizi

Abstract

The growing influence of bloggers in terms of creating awareness and demand for products had put them on the spotlight for brands. These digital elites who post, snap, tweet to their connected network are seen as the new authorities of influencer marketing. Brands often try to become part of this commercially valuable content through product placements. The objective of this study is to examine the product placement practices of the fashion Instabloggers in Turkey through the content analysis of their Instagram posts. The results show that account size (Mega, Power Middle and Micro) and category (Street Fashion vs. High Fashion) creates a significant difference in terms of the defining features of product placements such as prominence, interactivity, narrative congruity and engagement indicators.

Keywords: Influencer Marketing, Product Placement, Instagram, Fashion Instablogger, Content Analysis

¹ Bahçeşehir Üniversitesi İletişim Fakültesi, gul.sener@comm.bau.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8063-7233

² Bahçeşehir Üniversitesi İletişim Fakültesi, eda.ozturk@comm.bau.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6771-824X

³ Bahçeşehir Üniversitesi İletişim Fakültesi, kemal.suher@comm.bau.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0406-383X

Introduction

The last decade had witnessed the exponential growth of social media where a new breed of influencers called bloggers or vloggers had risen to the occasion of talking in the name of the brands they use and like. These once regular consumers with product involvement and experience used their Instagram, Twitter or Youtube accounts to create their individual networks of interpersonal influence and became the modern curators of brand content (Sun et al., 2006). Compared to traditional influencers like celebrities they are perceived as more humanized, approachable and accessible (Land, 2016). Globally, one of the reasons that set the stage for the emergence of bloggers as a market player is the waning trust in institutions and businesses and the increasing credibility of peers (Edelman, 2017). A recent survey by Nielsen (2015) provided that Gen Z and Millennials trust recommendations from the people they know or consumer opinions posted online more than the ads on any traditional and digital media channels. Within this perspective, marketers started to tailor bigger roles for bloggers because of their increasing prominence among consumers due to their informal tone-of-voice, a more authentic connection, the blogger-follower interactivity (Lindquist, 2015) and more importantly their perceived credibility (Hansson, 2015).

Rosen (2000, p.6) points out that "...purchasing is part of a social process. It involves not only one-to-one interaction between the company and the customer but also many exchanges of information and influence among the people who surround the customer". Similarly, Brown and Hayes (2008, p.7) consider such intermediary individuals who mediate the relationship between the consumer and the brand and who have the referral power on consumers as the main constituents of "the decision-maker ecosystem". Relatedly, influencer marketing can be thought as a way of turning these key individuals (i.e. bloggers) into a marketing force. Pophal (2016, p.19) thinks of it as "...no different than word-of-mouth marketing ...taking place in a digital space". Similarly, Waller (2015) explains it as an evolved form of eWOM which is "any positive or negative statement made by potential, actual or former customers about a product or company, which is made available to a multitude of people and institutions via Internet" (Hennig-Thurau et al., 2004, p.39). Whether influencer marketing is eWOM with a new twist (i.e. liking, sharing or commenting upon a product) or not; one thing that remains is the fact that brands are relying more and more to online influencers to expand the reach and brand awareness, improve brand advocacy and increase share of voice (Armstrong, 2017). Reports show that 66% of marketers have already introduced an influencer marketing strategy (Chute, 2016) and 39% of marketers plan to increase their influencer marketing budget in 2018 (Linqia, 2017) which matches with yearly 38% influencer marketing ad spending growth predictions until 2020 (Gallagher, 2018).

Influencer marketing is perceived as a way of "influencing the decision-making process so that traditional sales barriers are minimized and the path to closing sales is smoothed" (Brown and Hayes, 2008, p.32). Brands leverage social media influencers like bloggers whom consumers already trust with the anticipation that their message passes easily the barriers of ad skepticism, avoidance and blockage. Correspondingly, businesses count influencer marketing as their

fastest-growing online customer-acquisition method (22%), beating organic search (17%), paid search (14%) and e-mail marketing (15%) (Tomoson, 2015).

Today, consumers expect brands to have organic conversations with them rather than selling them. From this new consumer behavior perspective, social media influencers are a force to be reckoned with. In that sense, fashion industry was among the first influencer marketing adopters. A report by Launchmetrics shows that 65% of fashion executives claim to have worked with influencers to launch their products (Levy, 2017a). As fashion is primarily driven by design and visual communication, the channels to distribute the content are also as important as the influencers who co-create it. 92% of marketers cite Instagram as the most important social network for influencer marketing in 2018, followed by Facebook (77%) and blogs (71%) (Linqia, 2017). Fashion marketers emphasize that to start a fashion blog starts with Instagram that is believed to be the fastest way to build a fashion brand (Blalock, 2016). Instagram as the key visual platform for organic engagement (e.g. driving likes, shares and comments) (L2 Intelligence Report: Social Platforms 2017) proves to be a good outlet for fashion brands to tell their stories via Instabloggers who are considered as the modern storytellers (Lacy, 2017).

For the most part, product placement is the marketing tactic that designers and fashion brands use when they are teaming up with the Instabloggers. According to Zhu and Tan (2007), the brand-Instablogger cooperation is based upon the idea that the advertisement message is serviced under the disguise of Instabloggers' recommendations which follows their positive personal experience with the product. Although some posts are created without any marketing agenda, many posts are sponsored by a third party. Lu et al. (2014, p.259) describe such posts as "sponsored recommendation posts". Sponsored posts or paid posts contain elements (e.g. hyperlink, mention, hashtag) leading to a brand's web or social media account for which the blogger receives compensation in the form of money, products, services or in other ways" (Mutum, 2011). Recently, Federal Trade Commission (FTC) in the United States warned social media influencers and brands about their legal responsibility to clearly disclose relationships to brands when promoting or endorsing the products through social media (FTC 2017). In Turkey; doing covert advertising in any medium is prohibited by law (Çamdereli and Şener, 2016), but the legal framework for sponsored recommendation posts on social media have not been clearly set yet Therefore, it is not easy to specify whether the product placements by Instabloggers are commercial in nature or not unless the Instablogger chooses to reveal the sponsored recommendation posts. For this reason, this study categorizes all the product placements by the Instabloggers as sponsored recommendation posts whether it was revealed (i.e. #sponsored, #ad) or not.

Within this context, the aim of the current study is to examine the constituent elements and characteristics of product placements on Instagram with regard to fashion Instabloggers in Turkey. It focuses on fashion Instabloggers with different account size and categories with a special emphasis on prominence, interactivity, narrative congruity and engagement indicators (i.e. likes and comments). It tries to find answers for the following research questions:

RQ₁: What are the key characteristics of the product placements by the fashion Instabloggers?

RQ₂: Does account size and account category create a difference in the implementation of product placements?

RQ₃: Is there a relationship between the constituent elements of product placements by the fashion Instabloggers? If so, what is the direction and strength of this relationship?

Fashion Instabloggers as Online Influencers

Bloggers are accepted as online opinion leaders because of their knowledge, expertise and influential power (Uzunoğlu and Kip, 2014). They “informally influence the attitudes or behavior of other people by means of product related conversation” (Lyons and Henderson, 2005, p.319). Feick and Price (1987) refer to them as “market maven” who is a source of information about various products and brands as well as the marketplace in general. Marketers simply name them influencers, a term that “refers to an online persona with a large, engaged and active following, ...most often has found success through social channels and/or blogging and...has the undivided attention of their audience” (Land, 2016, para.3). By their vast eWOM networks, domain-specific knowledge and expertise; fashion bloggers are the new taste-makers in the fashion landscape and have “the megaphone effect” (McQuarrie et al., 2013). In that sense, fashion blogging can even be considered as a new form of agenda setting (Farrell and Drezner, 2007).

According to Sedeke and Arora (2012), important aspects of effective fashion blogging are simplicity and personalization, everyday use of fashion, visualization of opinion, authenticity, interactivity, and social media presence. Bloggers who successfully implement such features into their blogging do not only increase their popularity and reach but also their commercial value. The emergence of social media and visually driven networking platforms like Instagram presented fashion bloggers with a new possibility: Instant communication with their followers. Integrating their blog content with their Instagram account gave them more reach while enriching their conversation with their network and ultimately increased their attractiveness for the business.

In today’s marketplace there is a variety of fashion bloggers on Instagram. Within the scope of this study, personal and street style bloggers are examined and they are described as Instabloggers. Personal style Instabloggers regularly post picture of themselves to exhibit their outfit and most of them mix it up with shopping posts (Rossi, 2016). “They display their new acquisitions, their rediscovery of an old piece of clothing, or their new way of mixing things together on their body” (Rocamora, 2011, p.410). Most often, personal style Instabloggers endorse high end fashion products in highly aestheticized settings in terms of lighting, camera angles, filtering and the exhibition of the products (Yankovich, 2015). For that reason, this paper categorizes them as High-Fashion. On the other hand, street style Instabloggers post themselves wearing looks they recommend while they are photographed on the streets (Rossi, 2016).

Fashion Instabloggers are not just called by their blogging style but also by the size of their social networks. The amount of followers is a criterion for Instabloggers to be qualified as an influencer and is an indicator of their potential for targeting the right audience (Utz, 2010). Instabloggers with less than 100K followers are accepted as “Micro Influencers” (Chen, 2016). On Instagram, fashion bloggers with over 200K followers are considered as “Mega Influencers” (Ifb, 2013). This study determines the range between (100K-200K followers) as a reference for “Power Middle Influencers”. Account size is a defining factor for brands’ influencer marketing strategies.

Product Placement on Instagram

With the advent of social media; product placement had found itself new arrays such as user-sponsored blogs, content sharing website videos (i.e. Youtube) and Instagram posts. In its conventional sense, product placement is defined as “the practice of placing branded products in the content of mass media programming” (Russell, 2002, p. 306) or “into an entertainment vehicle” (Russell and Belch, 2005, p. 74). Also, it is called as the integration of a brand into outlets not necessarily considered as advertising territory including editorial content (Van Reijmersdal et al., 2007; Wei et al., 2008).

Product placement in social media is usually implemented through a user-generated content (e.g. Instagram post) with a marketing message (e.g. a product embedded in a picture). Also referred as amplified eWOM (Kulmala et al., 2013), product placement on Instagram is basically about a marketer encouraging Instagram bloggers or Instabloggers to start a conversation among their followers about its product or service. Due to its 800 million active users and 1 million active advertisers (Levy, 2017b; Aslam, 2018) Instagram is considered as one of the main social platforms where product placement is implemented, yet little research had focused on the evaluation of the defining features of product placements on Instagram or Instaplacements. Current study attempts to fill this gap in the literature. Its objective is to provide answers regarding the similarities and differences between the digital and traditional version of the practice.

In order to understand the nature of Instaplacements; a special emphasis was put on prominence, narrative congruity, interactivity and engagement indicators as features. When implementing a product placement, one can use branded content (visual or text) prominently or subtly. Within the context of traditional media, Gupta and Lord (1998) define prominence as visibility. Prominent placements are those in which the brand is made visible by size, position on the screen and its centrality to the scene. Prominence is considered as one of the effectiveness variables for the placement in the traditional (Ephron, 2003) and the social media (Liu et al., 2015). Following the past literature; prominence on Instagram was operationalized as the size of the placement (foreground/background), its centrality to the post, its visibility, Instablogger’s interaction with the branded product and the existing visual clutter (Gupta and Lord, 1998; Ferraro and Avery, 2000; Russell, 2002; LaFerle and Edwards, 2006). An additional “information source” category was included into the coding scheme based on whether the

content of the post was generated by the brand (i.e. commercial message) or by the blogger (i.e. commercial message mimicking the organic post).

Narrative integration is another constituent element of traditional product placements. Russell (2002) provided that when branded products are successfully incorporated into the narrative, the placement becomes more persuasive. Similar to television and cinema, Instagram is also a narrative-based vehicle where users not only share photos and videos but through each photo and video they also tell their stories. Liu et al. (2015) stressed that for an effective product placement on social media to integrate the brand into the context and the vehicle is essential. Correspondingly, within the confines of this study narrative congruity is considered as one of the constituent elements of Instaplacements and assessed as a function of plot connection and account-product match. Plot connection is the degree to which the brand is connected with the main plot of the story (Russell, 2002). Since “congruity may best be thought of in terms of the extent to which the product category of the embedded brand is related to the content” (Lee and Faber, 2007, p.79), brand-account match is also considered as a component of narrative congruity.

According to Lynn et al. (2014) “technologies enable high degrees of interactivity and the placement can be interactive” (p.347). Interactivity often defined as the degree to which users can transform the form and content of the mediated environment (Steuer, 1992) is what differentiates social from traditional media (Liu et al., 2015). Also, due to its interactive features placements can function as a direct selling tool rather than a simple promotional tool (Karrh, 1998). Although past research had emphasized placements’ executional qualities such as prominence, plot connection or modality; empirical evidence on interactivity component is scarce. This study examines interactivity in terms of the incorporation of Instagram features such as tags, mentions, locations, hashtags, hyperlinks and texts into a placement.

Engagement takes place when brands are highly relevant to consumers and there is an emotional connection between consumers and brands (Rappaport, 2007). Kim et al. (2016) defines engagement as “a participant's emotionally motivating experience of interaction with a brand and with its advertising” (p.305). Over the last decade; thanks to online technologies engagement gained a “social” character. Online consumer engagement refers to an active relationship between the brand and cognitively and affectively committed consumers through a computer-mediated environment that embodies brand values (Mollen and Wilson, 2010). Engagement can be manifested in word-of-mouth activities, recommendations, blogging or online reviews (Van Doorn et al., 2010). Schivinski et al. (2016) suggests that people engage with social media in three ways: “By consuming brand related media, by commenting on a post or “liking” a piece of content or by creating brand-related content” (p.65). In the same way, Coelho et al. (2016) provided that comments and likes are primary engagement metrics for Instagram. Within this framework, Instaplacement’s engagement level is assessed as the function of the number of comments per post and the number of likes per post.

Methodology

Instablogger Selection

Three fashion Instabloggers for each account size (Mega, Power Middle, Micro) were purposefully selected based on their follower numbers. The follower base of an account owner is accepted as “a quantitative indicator of popularity or social influence” (Jin and Phua, 2014). The second criterion for the selection was whether the Instablogger was doing product placement or not.

Sample

Within the confines of this study, every case where a brand was embedded into the content of the Instagram post is accepted as a product placement. For the analysis, the posts of 9 selected Fashion Instabloggers were examined for a one-month period (from October 8th until November 8th 2016). In total, 1265 unique product placements have been identified and included in the content analysis.

Code Sheet and Procedure

The coding process followed a three-step procedure. First, a scheme of 21 categories was developed based on previous studies focused on the traditional and digital product placement literature (Gupta and Lord, 1998; LaFerle and Edwards, 2006; Ferraro and Avery, 2000; Russell, 2002; Lynn et al., 2014; Liu et al., 2015). Next, a pretest was conducted to refine the categories and their operational definitions. After a training session for 3 coders – academicians from the advertising department of a foundation university –, they independently co-coded 30 randomly chosen Instagram posts that contained product placements. This co-coding was a pilot test to evaluate whether the categories and operational definitions were clear to the coders. Krippendorff's Alpha was selected as the intercoder reliability coefficient and the result has shown an appropriate rate of agreement between the coders ($\alpha=0,981$) (Krippendorff, 2013). Inconsistencies were adjusted through discussion until a consensus was reached. The categories of the adjusted coding scheme were as follows: **1)** Instablogger's Name **2)** Instablogger's Account Size (Mega, Power Middle, Micro) **3)** Instablogger's Account Category (High Fashion, Street Fashion) **4)** Brand Type (Local, Foreign) **5)** Product Category **6)** Product Involvement (High, Low) **7)** Type of Instagram Post (Image, Video with Audio, Video without Audio, Text) **8)** Size (Foreground, Background) **9)** Visibility (Close-up, Not Close-up) **10)** Camera View (Center of Screen, Not Center of Screen) **11)** Type of Display (Product/Package, Advertisement, Logo, Text) **12)** Verbal Reference (Brand/Product, Category, Adjective, No Verbal Reference) **13)** Visual Clutter (The number of brands appearing in the same Instagram post along with the placed brand, No competing brand) **14)** Verbal Clutter (The number of brands verbally referenced in the same Instagram video along with the placed brand, No competing brand) **15)** Instablogger-Product Interaction (Instablogger, Other, No One) **16)** Account – Product Match (Match, No Match) **17)** Plot-Connection (High, Low, No Plot) **18)** Source of Information (Instablogger, Brand) **19)** Likes per Post **20)** Follower Comments per Post **21)** Instablogger's Comments per Post.

Finally, the coders coded the entire product placements in the sample. The results of the coding were entered into SPSS 23 and Chi-Square Test, T-test, ANOVA and correlation analyses were carried out. Coding categories that were out of the focus of the research were not included in the analysis. In accordance with the purpose of the study, several categories were selected, operationalized and transformed into measurable independent (i.e. placement volume, conversational presence) and dependent variables (i.e. prominence, interactivity, narrative congruity):

- Based on the total number of product placements by each Instablogger, a categorical *placement volume* variable was computed. Instabloggers having a total number of product placements less than the mean have been recoded as low, more than the mean as high.
- Based on the number of Instablogger's comments, a categorical *conversational presence* variable was computed and recoded as non, low and high.
- By accumulating scores assigned to several categories (Table 1) of the coding scheme a prominence index was constructed. An index is "a form of composite measure" and includes "more than one indicator of the variable under study" (Babbie et al., 2015, p.128). Based on the index score *prominence* was recoded as a categorical variable as prominent and subtle.

Table 1. Prominence Index Items

Variables	Index Value	Index Mean (0-5)
Size	Foreground	1
	Background	0
Visibility	Close-up	1
	Not Close-up	0
Camera View	Center of Screen	1
	Not Center of Screen	0
Visual Clutter	0	1
	1-3	0,5
	4-21	0
Instablogger-Product Interaction	Instablogger	1
	Other	0,5
	No One	0
Source of Information	Brand	1
	Instablogger	0

- Based on the number of the interactive elements (i.e. hashtag, tag, text, mention, link, location) that the Instaplacement contained, a categorical *interactivity* variable was computed and recoded as low and high.
- By accumulating scores assigned to plot connection and account-product match categories (Table 2) of the coding scheme a *narrative congruity* index was constructed and recoded as a categorical variable as low and high.

Table 2. Narrative Congruity Index Items

Variables	Index Value		Index Mean (0-2)
Plot Connection	High	1	1,26
	Low	0,5	
	No Plot	0	
Account-Product Match	Match	1	
	No-Match	0	

Analysis and Results

When analyzed by account size (Table 3), the majority of the sampled product placements belongs to Mega Instabloggers (39,6%) followed by Power Middle Instabloggers (34,7%). Micro Instabloggers is the category with the least product placements (25,7%). Also, a Chi-square test for independence indicates a significant association between account size and placement volume, $\chi^2 (2, n=1265) = 102,801, p < 0,001$. The size of the effect is medium (Cramer's $V = 0,285$) (Pallant, 2013). The results show that Mega Instabloggers (73%) and Power Middle Instabloggers (80%) have a high product placement usage whereas Micro Instabloggers seem to have a more balanced approach when implementing product placements (47% high placement volume) (Table 4).

Additional descriptive statistics (Table 3) demonstrate that the majority of the product placements is subtly executed (62,1%), has only one interactive element (73,4%) and exhibits low narrative congruity (55,9%).

Table 3. Descriptives: Account Size, Prominence, Interactivity, Narrative Congruity

	f	%
Account Size		
Mega	501	39,6
Power Middle	439	34,7
Micro	325	25,7
Total	1265	100
Prominence		
Subtle (0-2,00)	786	62,1
Prominent (2,10-5,00)	479	37,9
Total	1265	100
Interactivity		
Low (1 item)	929	73,4
High (2-4 items)	336	26,6
Total	1265	100
Narrative Congruity		
Low	707	55,9
High	558	44,1
Total	1265	100

Table 4. Placement Volume by Account Size

		Low (67-91)	High (153-367)	Total (n=1265)
Mega	Count	134	367	501
	Within Size of the Account (%)	26,7	73,3	100%
Power Middle	Count	87	352	439
	Within Size of the Account (%)	19,8	80,2	100%
Micro	Count	172	153	325
	Within Size of the Account (%)	52,9	47,1	100%

Chi-square=102,801, Cramer's V=0,285, df=2, p<0,05

Initially, independent *t*-tests were conducted to illustrate the relationship between Instplacement's prominence, interactivity and narrative congruity. The results reveal that there is a significant difference between interactivity mean scores of subtle ($M=1,35$, $SD=0,694$) and prominent ($M=1,48$, $SD=0,835$; $t(870,590) = -3,040$, $p < 0,05$, 2-tailed) product placements (Table 5). The magnitude of the difference in the means is very small (Eta squared=0,007) (Cohen, 1988).

Table 5. Difference in Interactivity by Prominence Level

	<i>N</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Dev.</i>
Subtle (0-2,00)	786	1,35	0,694
Prominent (2,1-5,00)	479	1,48	0,835

t=-3,040, df=870,590, p<0,05(Single-Tailed)

Moreover, the difference between the narrative congruity mean scores of product placements with low ($M=1,20$, $SD=0,480$) and high interactivity ($M=1,44$, $SD=0,532$; $t(544,808) = 7,254$, $p < 0,01$, 2-tailed) had also proven to be significant (Table 6). The magnitude of the difference in the means is small (Eta squared=0,039).

Table 6. Difference in Narrative Congruity by Interactivity Level

	<i>N</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Dev.</i>
Low (1 item)	929	1,20	0,480
High (2-4 item)	336	1,44	0,532

t=7,254, df=544,808, p<0,01 (2-Tailed)

Prominence, interactivity and narrative congruity as constituent elements of a product placement were further examined in relation to the account category of the Instabloggers. Independent *t*-test results (Table 7) show that;

- Prominence mean scores of High Fashion ($M=2,30$, $SD=0,1358$) and Street Fashion ($M=1,65$, $SD=1,311$; $t(1257,016) = 8,591$, $p < 0,01$, single-tailed) accounts are significantly different. The magnitude of the difference in the means is almost moderate (Eta squared=0,055).
- Interactivity mean scores of High Fashion ($M=1,28$, $SD=0,472$) and Street Fashion ($M=1,52$, $SD=0,867$; $t(1135,295) = 5,766$, $p < 0,01$, single-tailed) accounts are significantly different. The magnitude of the difference in the means is small (Eta squared=0,025).

- Narrative congruity mean scores of High Fashion ($M=1,20$, $SD=0,472$) and Street Fashion ($M=1,33$, $SD=0,528$; $t(1255,354) = 4,636$, $p < 0,01$, single-tailed) accounts are significantly different. The magnitude of the difference in the means is small (Eta squared=0,016).
- In addition, High and Street Fashion accounts vary also in terms of engagement indicators (i.e. the number of likes and comments). The results of the independent t -tests (Table 7) indicate that;
- Mean scores of the like numbers for High Fashion ($M=3894$, $SD=2013,881$) accounts significantly differ from Street Fashion ($M=6463$, $SD=9561,120$; $t(246,110) = -3,988$, $p < 0,01$, single-tailed) accounts. The magnitude of the difference in the means is small (Eta squared=0,031).
- Mean scores of the comment numbers for High Fashion ($M=19$, $SD=12,964$) accounts significantly differ from Street Fashion ($M=55$, $SD=75,285$; $t(240,105) = -7,174$, $p < 0,01$, single-tailed) accounts. The magnitude of the difference in the means is more than moderate (Eta squared=0,096).

Table 7. Difference in Prominence, Interactivity, Narrative Congruity, Number of Likes, Number of Comments by Account Category

	<i>N</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Dev.</i>	<i>df</i>	<i>F</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
Prominence							
High Fashion	622	2,30	1,358	1257,016	6,237	8,591	0,000
Street Fashion	643	1,65	1,311				
Interactivity							
High Fashion	622	1,28	0,590	1135,295	18,709	-5,766	0,000
Street Fashion	643	1,52	0,867				
Narrative Congruity							
High Fashion	622	1,20	0,472	1255,354	108,408	4,636	0,000
Street Fashion	643	1,33	0,528				
Number of Likes							
High Fashion	256	3894	2013,881	246,110	143,810	-3,988	0,000
Street Fashion	229	6463	9561,120				
Number of Comments							
High Fashion	256	19	12,964	240,105	49,137	-7,174	0,000
Street Fashion	229	55	75,285				

Another engagement indicator that the study puts emphasis on is conversational presence of the Instabloggers. A Chi-square test for independence indicates a significant association between account category and conversational presence, $\chi^2(2, n=1265) = 107,188$, $p < 0,05$. The size of the effect is medium (Cramer's $V = 0,291$). The findings indicate that 56% of the posts with the product placement where Instabloggers do not show any conversational presence belong to the Instabloggers in High Fashion category. On the other hand, 98% of the product placements posts where Instabloggers' conversational presence is high are shared by Instabloggers in Street Fashion category (Table 8).

Table 8. Conversational Presence by Account Category

			High Fashion	Street Fashion	Total (n=1265)
Conversational Presence	None (No comment)	Count	479	377	856
		Within Conversational Presence (%)	56	44	100%
	Low (1-9 comments)	Count	141	167	308
		Within Conversational Presence (%)	45,8	54,2	100%
	High (10> comments)	Count	2	99	101
		Within Conversational Presence (%)	2	98	100%

Chi-square=107,188, Cramer's V=0,291, df=2, p<0,05

In accordance with the main objective of the study, a one-way ANOVA analysis was conducted to explore the impact of account size on prominence, interactivity and narrative congruity (Table 9). The results show that;

- There is a significant difference at the $p<0,05$ level in *prominence* scores for Mega, Power Middle and Micro Instabloggers ($F(2,1262)=26,371, p=0,001$). Cohen (1988) when classifying the size of the effect in mean differences indicated that 0,01 is a small; 0,06 is a medium and 0,14 is a large effect. Despite reaching statistical significance, the actual difference in mean scores was small. The effect size, calculated using Eta squared, was 0,04. Post-hoc comparisons using the Tuckey HSD test indicated that the prominence mean score for Power Middle Instabloggers ($M=1,60, SD=1,233$) was significantly different from both Mega ($M=2,21, SD=1,372$) and Micro ($M=2,11, SD=1,447$) Instabloggers.
- There is a significant difference at the $p<0,05$ level in the *interactivity* scores for Mega, Power Middle and Micro Instabloggers ($F(2,1262)=22,551, p=0,001$). Despite reaching statistical significance, the actual difference in mean scores was small. The effect size, calculated using Eta squared, was 0,03. Post-hoc comparisons using the Tuckey HSD test revealed that the interactivity mean scores for Mega ($M=1,24, SD=0,550$), Power Middle ($M=1,44, SD=0,728$) and Micro ($M=1,58, SD=0,976$) Instabloggers differed significantly from each other.
- There is a significant difference at the $p<0,05$ level in *narrative congruity* scores for Mega, Power Middle and Micro Instabloggers ($F(2,1262)=59,896, p=0,001$). The actual difference in mean scores was between medium and large. The effect size, calculated using Eta squared, was 0,09. Post-hoc comparisons using the Tuckey HSD test showed that the narrative congruity mean scores for Mega ($M=1,11, SD=0,458$), Power Middle ($M=1,45, SD=0,525$) and Micro ($M=1,25, SD=0,463$) Instabloggers differed significantly from each other.

Table 9. Difference in Prominence, Interactivity, Narrative Congruity, Likes and Comments by Account Size

	<i>N</i>	<i>Mean</i>	<i>Min.</i>	<i>Max.</i>	<i>Std. Dev.</i>	<i>Eta Squared</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Prominence								
Mega ^a	501	2,21	0	5	1,372	0,04	26,371	0,000
Power Middle ^b	439	1,60	0	5	1,233			
Micro ^a	325	2,11	0	5	1,447			
Total	1265	1,97	0	5	1,372			
Interactivity								
Mega ^a	501	1,24	1	4	0,550	0,03	22,551	0,000
Power Middle ^b	439	1,44	1	4	0,728			
Micro ^c	325	1,58	1	4	0,976			
Total	1265	1,40	1	4	0,753			
Narrative Congruity								
Mega ^a	501	1,11	0	2	0,458	0,09	59,896	0,000
Power Middle ^b	439	1,45	0	2	0,525			
Micro ^c	325	1,25	0	2	0,463			
Total	1265	1,26	0	2	0,505			
Number of Likes								
Mega ^a	206	8140	591	36870	8811,666	0,16	46,829	0,000
Power Middle ^b	151	3964	503	47255	4394,854			
Micro ^a	128	1575	372	10444	1160,108			
Total	485	5107	372	47255	6844,571			
Number of Comments								
Mega ^{ab}	206	39	1	631	56,658	0,01	3,663	0,026
Power Middle ^a	151	26	1	141	28,018			
Micro ^b	128	43	2	800	73,975			
Total	485	36	1	800	55,543			

To explore whether account size creates a difference in terms of engagement indicators such as number of likes and comments another one-way between groups analysis of variance was conducted (Table 9). The results show that;

- There is a significant difference at the $p < 0,05$ level in like numbers of posts shared by Mega, Power Middle and Micro Instabloggers ($F(2,482) = 46,829, p = 0,001$). The actual difference in mean scores was high. The effect size, calculated using Eta squared, was 0,16. Post-hoc comparisons using the Tuckey HSD test showed that the like scores for Mega ($M = 8140, SD = 8811,6666$), Power Middle ($M = 3964, SD = 4394,854$) and Micro ($M = 1575, SD = 1160,108$) Instabloggers differed significantly from each other.
- There is a significant difference at the $p < 0,05$ level in comment numbers of posts shared by Mega, Power Middle and Micro Instabloggers ($F(2,482) = 3,663, p = 0,026$). The actual difference in mean scores was quite small. The effect size, calculated using Eta squared, was 0,01. Post-hoc comparisons using the Tuckey HSD test showed that the comment numbers of Power Middle ($M = 151, SD = 28,018$) and Micro ($M = 128, SD = 73,975$) Instabloggers differed significantly from each other. Instabloggers with Mega ($M = 206, SD = 56,658$) did not differ significantly from either Power Middle or Micro Instabloggers.

Table 10. Conversational Presence by Account Size

			Mega	Power Middle	Micro	Total (n=1265)
Conversational Presence	None (No comment)	Count	350	319	187	856
		Within Conversational Presence (%)	40,9	37,3	21,8	100%
	Low (1-9 comments)	Count	150	103	55	308
		Within Conversational Presence (%)	48,7	33,4	17,9	100%
	High (10> comments)	Count	1	17	83	101
		Within Conversational Presence (%)	0	16,8	82,2	100%

Chi-square=193,595, Cramer's V=0,277, df=4, p<,05

An additional chi-square test for independence was executed to understand the relationship between account size and conversational presence as an engagement indicator (Table 10). The results point to a significant association between account size and conversational presence of Instabloggers, $\chi^2(4, n=1265) = 193,595, p < 0,05$. The size of the effect is medium (Cramer's V=0,277). The findings indicate that posts that exhibit no conversational presence by the Instabloggers belong mainly to Mega and Power Middle Instabloggers (78,2%). Again the majority of the posts where low conversational presence by the Instablogger was observed belongs to Mega Instabloggers (%48,7). On the other hand, Instabloggers with micro accounts have the major share (82,2%) in high conversational presence situations and Mega Instabloggers did not show high conversational presence in any product placement posts they shared.

Table 11. Correlation: Prominence, Interactivity, Narrative Congruity, Likes and Comments

	Prominence	Interactivity	Narrative Congruity	Number of Likes	Number of Comments
Prominence	1				
Interactivity	0,14**	1			
Narrative Congruity	0,09**	0,22**	1		
Number of Likes	-0,02	-0,12**	-0,03	1	
Number of Comments	0,05	0,04	0,06	0,31**	1

**p<0,01(2-tailed)

Finally, to understand the direction and the strength of the linear relationship between the major dependent variables of the study (i.e. prominence, interactivity, narrative congruity, like and comment numbers) a bivariate correlation analysis was conducted using Pearson correlation coefficient (Table 11). Preliminary analyses were performed to ensure no violation of normality, linearity and homoscedasticity. While assessing the strength of the correlation Cohen's (1988) suggested guidelines were used. Accordingly, $r=0,10-0,29$ was accepted as small correlation, $r=0,30-0,49$ as medium and $r=0,50-1,0$ as large. The results indicate that;

- There is a small positive correlation between prominence and interactivity, $r=0,14, n=1265, p < 0,001$, with lower levels of prominence associated with lower levels of interactivity.

- There is a small positive correlation between prominence and narrative congruity, $r=0,09$, $n=1265$, $p<0,001$; and a small positive correlation between interactivity and narrative congruity, $r=0,22$, $n=1265$, $p<0,001$. Lower levels of prominence and interactivity are associated with lower levels of narrative congruity.
- There is a small negative correlation between interactivity and number of likes, $r=-0,12$, $n=485$, $p<0,001$. Lower levels of interactivity are associated with higher levels of liking.
- There is a medium positive correlation between number of comments and likes, $r=-0,31$, $n=485$, $p<0,001$. Lesser the likes lesser the comments.

Discussion, Managerial Implications and Limitations

Growing number of advertisers benefit from seemingly independent and noncommercial blogs to promote their products where the blogger is used as the concealer that masks the marketing (Werde, 2003). This being the case, the boundaries of the influencer marketing are increasingly marked by a blurred line that separates the marketer-generated content from the blogger-generated one. Congruently, Kulmala et al. (2013) found out that in current fashion blogging sponsored eWOM postings are intentionally created to mimic organic eWOM. Within this perspective, present study tried to bring a deeper understanding of influencer marketing through the examination of the fashion Instabloggers' product placement practices.

According to Kretz and de Valck (2010) fashion blogs can be regarded as a form of branded storytelling where visual and textual elements are organized in such a way that brands are incorporated in the plot as characters. In accordance with this view, current study adapted product placement features such as prominence and narrative congruity that have been traditionally examined within the context of televised and cinematic storytelling into the Instablogging setting. Moreover, digital features like interactive elements and engagement indicators that have been scarcely examined were also included in the research. Size (i.e. Mega, Power Middle, Micro) and the category of the account (i.e. Street Fashion vs. High Fashion) were evaluated as the differentiating factors.

Firstly, in contrast to product placement practices in the traditional media where visibility is the main objective, the analysis shows that fashion Instabloggers prefer subtle placements (62,1%) over prominent ones (37,9%). Trust and credibility are accepted as the source of a blogger's power as an influencer (Cheung et al., 2009) and this finding may be attributed to their concern to preserve such power. In addition, some sees it as an outcome of the effort of balancing readers' expectations (authenticity and trustworthiness) and marketers' demands (brand amplification) (Kretz and de Valck, 2010). Secondly, descriptive analysis provided that the Instabloggers do not use interactive elements to their full potential. Only 26,6% of the sampled placements have high interactivity. Moreover, subtle placements have fewer interactive elements compared to prominent ones. Interactive placements involve the activation of clickable anchors on branded products within a specific medium (i.e. Instagram) and allow individuals to navigate across available brand information (Lynn et al., 2014). Therefore, by definition interactivity hinders the subtleness of the placement. This can be one of the reasons why the Instabloggers prefer less interactivity with the subtle placements. However, further

research is needed to better understand the relationship between interactivity and prominence as defining features of product placements on social media.

Narrative congruity is about the efficacy of the story that Instabloggers create around the embedded brand. The results point to a positive relationship between interactivity and narrative congruity. Product placements that are low in interactivity have also lower narrative congruity scores compared to product placements high in interactivity. Contrary to our expectation that there will be a negative relationship between prominence and narrative congruity, the findings prove a positive relationship: Higher the narrative congruity, higher the prominence. While sharing their “consuming passions” (Granitz and Ward, 1996) Instabloggers may be using the narrative to amplify product visibility.

Moreover, the analysis had shown that the category of the account creates a difference in the implementation of product placements. The Street Fashion Instabloggers’ placements are low in prominence and high in interactivity compared to the High Fashion Instabloggers. Their narrative congruity scores are higher than the High Fashion Instabloggers. Therefore, the Street Fashion Instabloggers use the tools of the communication vehicle (i.e. Instagram) more efficient than the High Fashion Instabloggers. Their placement practice is characterized by the immersion of the product into the narrative they create as content. Kretz and de Valck (2010) attribute such implicit arrangements of visual and textual elements when creating branded content to fashion bloggers’ need to keep a balance between finding financial and material resources (e.g. endorsement fees, free products, gifts, invitation to bloggers’ events) for their content while preserving the initial authenticity of their [Insta]blog. Similarly, earlier studies indicate that the fit between the general atmosphere of the blog and the marketed fashion items (i.e. brands, designers, retailers) is a prerequisite for effective and credible blog marketing (Kulmala et al., 2013). Within this perspective, the placements by the Street Fashion Instabloggers reflect better the workings of compelling blog marketing.

Also, current research focused on the account size as a differentiating factor in terms of the implementation of product placements. The analysis provided that Mega Instabloggers’ placements have the highest prominence score and the lowest interactivity and narrative congruity scores. This finding highlights that the Instabloggers with higher follower network focus on mere visibility when doing placement. Generally, bloggers tend to focus on the salience of narrative structure and interactivity (Lim and Yang, 2009). Since they are heavy product placers with %73 of Mega Instabloggers doing placements with high volume, this can be the reason why they miss on other dimensions like interactivity and narrative congruity.

When it comes to engagement indicators, almost all of the placements where the Instabloggers have shown high conversational presence belong to the Street Fashion Instabloggers (98%). On the other hand, Instabloggers with mega accounts show no presence if not low conversational presence when placing products in their content. Such finding replicates one of the realities of the current influencer marketing: As an influencer’s follower number rises, the rate of engagement (likes and comments) with followers decreases (Markerly, 2016). In other words,

in the Instablogosphere more reach often brings less engagement. On the contrary, Micro Instabloggers show high conversational presence (82,2%) when implementing placements. Joseph (2017) explains that marketers increasingly turning to micro influencers because of the higher accessibility and better engagement that such presence brings.

This study can have several implications for the companies that engage in fashion blog marketing on Instagram. First, placing a product on Instagram is more complex than doing it in the traditional vehicles. Marketers should consider a variety of placement dimensions at once and interactive elements and engagement indicators more than the others. Secondly, despite their higher follower base Mega and Power Middle influencers seem to miss on interactivity as the most differentiating feature of the social media in general and Instagram in specific. Only Micro Instabloggers happen to realize its potential when creating branded content. Therefore, marketers should pay attention whether Instabloggers integrate interactive elements adequately into their content or not when selecting an influencer. Placement strategies should avoid mere visibility and aim to create richer relationships with consumers by increasing interactivity. Finally, when it comes to conversational presence Mega Instabloggers were not joining the dialog. They seem to embrace the traditional one-to-many communication model instead of multidirectional communication. Therefore, high like numbers that Mega Instabloggers regularly possess should not be the only indicator of high engagement. Marketers should include other engagement indicators like conversational presence into their influencer selection criteria.

Current study has several limitations. The sample includes only the Fashion Instabloggers therefore the generalizability of the findings is limited. In addition, to examine engagement demands more than looking at number of likes and comments. Variables like impression, click numbers, shares also contribute to this dimension. Since Instabloggers share this information only with brands they work with, this study lacks such data.

References

- Armstrong, P. (2017). *The Future of Influencer Relations Is... Influencer Marketing*. <http://www.forbes.com/sites/paularmstrongtech/2017/01/27/the-future-of-influencer-relations-is-influencer-marketing/#75f29b441d1e>, 18.02.2018.
- Aslam, S. (2018). *Instagram by the numbers: Stats, demographics and fun facts*. <https://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics/>, 16.02.2018.
- Babbie, E., Wagner W. E., Zaino, J. (2015). *Adventures in Social Research* (9th Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Blalock, M. (2016). *7 Secrets to Becoming a Successful Fashion Blogger*. <http://www.whowhatwear.co.uk/how-to-become-a-blogger/slide7>, 23.01.2018.
- Brown, D., Hayes. N. (2008). *Influencer Marketing: Who Really Influences Your Customers?* New York: Routledge.

- Chen, Y. (2016). *The rise of 'micro-influencers' on Instagram*. <http://digiday.com/agencies/micro-influencers/>
- Cheung, M. Y., Luo, C., Sia, C. L., Chen, H. (2009). Credibility of electronic word-of-mouth: Informational and normative determinants of on-line consumer recommendations. *International Journal of Electronic Commerce*, 13(4), 9-38.
- Chute (2016). *Influencer Marketing Report*. <http://www.getchute.com/resources/>
- Coelho, R. L. F., Oliveira, D. S. D., Almeida, M. I. S. D., O'Connor, S. (2016). Does social media matter for post typology? Impact of post content on Facebook and Instagram metrics. *Online Information Review*, 40(4), 458-471.
- Cohen, J. W. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences (2nd Ed.)*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Çamdereli, M., Şener, N. K. (2016). Uncovering Covert/Surreptitious Advertising. *Akdeniz İletişim*, 25, 211-224.
- Edelman (2017). Trust Barometer, 1-61. https://www.edelmanergo.com/fileadmin/user_upload/Studien/2017_Edelman_Trust_Barometer_Executive_Summary.pdf, 23.02.2018.
- Ephron, E. (2003). The paradox of product placement. *Mediaweek*, 20.
- Farrell, H., Drezner, D. (2008). The power and politics of blogs. *Public Choice*, 134, 15-30.
- Feick, L. F., Price, L. L. (1987). The market maven: A diffuser of marketplace information. *Journal of Marketing*, 51, 83-97.
- Ferraro, R., Avery, R. J. (2000). Brand appearances on prime-time television. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 22(2), 1-15.
- Gallagher, K. (2018). *The Influencer Marketing Report: The best practices and platforms brands use when tapping popular social media personalities for marketing*. <http://www.businessinsider.com/the-influencer-marketing-report-2018-1>, 26.02.2018.
- Granitz, N. A., Ward, J. C. (1996). Virtual community: A sociocognitive analysis. *Advances in Consumer Research*, 23, 161-166.
- Gupta, P. B., Lord, K. R. (1998). Product placement in movies: The effect of prominence and mode on audience recall. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 20(1), 47-59.
- Hansson, L. (2015). *The Perceived Credibility of Fashion Bloggers and Sponsored Blog Posts: A Qualitative Study on Blog Credibility*. (Unpublished MA Thesis). Lund University Institute for Strategic Communication: Lund.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., Gremler, D. D. (2004). Consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18, 38-52.

- Jin, S. A., Phua, J. (2014). Following celebrities' tweets about brands: The impact of Twitter-based electronic Word-of-Mouth on consumers' source credibility perception, buying intention and social identification with celebrities. *Journal of Advertising*, 43(2), 181-195.
- Joseph, S. (2017). *How Unilever's micro-influencers fit into its 'less is more' advertising strategy*. https://digiday.com/marketing/unilevers-micro-influencers-fit-less-advertising-strategy/?utm_medium=email&utm_campaign=digidaydis&utm_source=uk&utm_content=171122, 15.01.2018.
- Karrh, J. A. (1998). Product placement: A review. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 20(2), 31-49.
- Kim, J. E., Lloyd, S., Cervellon, M. C. (2016). Narrative-Transportation Storylines In Luxury Brand Advertising: Motivating Consumer Engagement. *Journal of Business Research*, 69(1), 304-313.
- Kretz, G., de Valck, K. (2010). Pixelize me!: Digital storytelling and the creation of archetypal myths through explicit and implicit self-brand association in fashion and luxury blogs. In Belk, R.W. (Ed.), *Research in Consumer Behavior*, 12 (pp. 313-29). Bingley: Emerald Group Publishing Ltd.
- Krippendorff, K. H. (2013). *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*. Los Angeles, London: Sage Publications.
- Kulmala, M., Mesiranta, N., Tuominen, P. (2013). Organic and amplified eWOM in consumer fashion blogs. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 17(1), 20-37.
- L2 Intelligence Report: Social Platforms 2017. <https://www.l2inc.com/research/social-platforms-2017>, 02.02.2018.
- Lacy, L. (2017). *What's the state of influencer marketing in 2017?* <http://www.thedrum.com/news/2017/02/10/what-s-the-state-influencer-marketing-2017>, 02.02.2018.
- LaFerle, C., Edwards, S. M. (2006). Product placement: How brands appear on television. *Journal of Advertising*, 35 (4), 65-86.
- Land, A. (2016). *The rise and rise of influencer marketing*. <http://www.smartinsights.com/online-pr/influencer-marketing/rise-rise-influencer-marketing/>, 16.01.2018.
- Lee, M., Faber, R. J. (2007). Effects of product placement in on-line games on brand memory: A perspective of the limited-capacity model of attention. *Journal of Advertising*, 36(4), 75-90.
- Levy, A. (2017a). *Influencers: A fashion and retail focus*. <https://www.launchmetrics.com/resources/blog/state-of-influencer-marketing-2017>, 15.02.2018.
- Levy, A. (2017b). *Instagram is set to make a killing in advertising in 2017*. <https://www.fool.com/investing/2017/03/26/instagram-is-set-to-make-a-killing-in-advertising.aspx>, 23.01.2018.

- Lim, J. S., Yang, S. U. (2009). The effects of blog-mediated public relations (BMPR) on relational trust. *Journal of Public Relations Research*, 21(3), 341-359.
- Lindquist, S. (2015). *They Made a Career with their Opinions: An Exploratory Study of Reader Perception of Credibility of High-status Blogger*. (Unpublished MA Thesis). Lund University Institute for Strategic Communication: Lund.
- Linqia (2017). *The State of Influencer Marketing 2018 Report*. <http://www.linqia.com/wp-content/uploads/2017/12/Linqia-The-State-of-Influencer-Marketing-2018.pdf>, 29.01.2018.
- Liu, S., Chou, C., Liao, H. (2015). An exploratory study of product placement in social media. *Internet Research*, 25(2), 300-316.
- Lu, L., Chang, W., Chang, W. (2014). Consumer attitudes toward blogger's sponsored recommendations and purchase intention: The effect of sponsorship type, product type, and brand awareness. *Computers in Human Behavior*, 34, 258-266.
- Lynn, T., Jaramillo, A., Muzellec, L. (2014). Extending the product placement research agenda: The impact of hypervideo on interactivity and timing of product placement decisions. *The Marketing Review*, 14(4), 339-360.
- Lyons, B., Henderson, K. (2005). Opinion leadership in a computer-mediated environment. *Journal of Consumer Behavior*, 4(5), 319-329.
- Markerly (2016). *Instagram Marketing: Does Influencer Size Matter?* <http://markerly.com/blog/instagram-marketing-does-influencer-size-matter/>, 23.01.2018.
- McQuarrie, E. F., Miller, J., Phillips, B. J. (2013). The megaphone effect: Taste and audience in fashion blogging. *Journal of Consumer Research*, 40, 136-158.
- Mollen, A., Wilson, H. (2010). Engagement, telepresence, and interactivity in online consumer experience: reconciling scholastic and managerial perspectives. *Journal of Business Research*, 63(9/10), 919-925.
- Mutum, D. S. (2011). *Perceived Interactivity, Attitudes and Avoidance of Sponsored Posts: A Theoretical and Empirical Investigation of Blog Readers*. (Unpublished PhD Thesis). The University of Warwick: Coventry.
- Nielsen (2015). *Global Trust in Advertising: Winning Strategies for an Evolving Media Landscape*, 1-20. <https://www.nielsen.com/content/dam/nielsen-global/apac/docs/reports/2015/nielsen-global-trust-in-advertising-report-september-2015.pdf>, 18.02.2018.
- Pallant, J. (2013). *SPSS Survival Manual (5th Ed.)*. New York: Open University Press.
- Pophal, L. (2016). Influencer Marketing: Turning Taste Makers into Your Best Salespeople. *EContent*, 39(7), 18-22.
- Rappaport, S. D. (2007). Lessons from online practice: New advertising models. *Journal of Advertising Research*, 47(2), 135-141.

- Rocamora, A. (2011). Personal fashion blogs: Screens and mirrors in digital self-portraits. *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, 15 (4), 407-424.
- Rosen, E. (2000). *The Anatomy of Buzz: How to Create Word of Mouth Marketing*. New York: Random House.
- Rossi, A. (2016). *Key elements for sustaining and enhancing influence for fashion bloggers* (Published master's thesis). Kent State University, The Fashion School: Ohio.
- Russell, C. A. (2002). Investigating the effectiveness of product placements in television shows: The role of modality and plot connection congruence on brand memory and attitude. *Journal of Consumer Research*, 29 (3), 306–318.
- Russell, C. A., Belch, M. (2005). A managerial investigation into the product placement industry. *Journal of Advertising Research*, 45(1), 73-92.
- Schivinski, B., Christodoulides, G., Dabrowski, D. (2016). Measuring consumers' engagement with brand-related social media content. *Journal of Advertising Research*, 56 (1). 64-80.
- Sedeke, K., Arora, P. (2012). Top ranking fashion blogs and their role in the current fashion industry. *First Monday*, 18(8). <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4314/3739>, 02.02.2018.
- Steuer, J. (1992). Defining virtual reality: Dimensions determining telepresence. *Journal of Communication*, 42(4), 73–93.
- Sun, T., Youn, S., Wu, G., and Kuntaraporn, M. (2006). Online word-of-mouth (or mouse): An exploration of its antecedents and consequences. *Journal of Computer Mediated Communication*, 11(4), 1104-1127.
- Ifb (2013). *The Instagram Habits of Mega-Popular Fashion Bloggers*. <http://heartifb.com/2013/01/17/the-instagram-habits-of-mega-popular-fashion-bloggers/>, 24.02.2018.
- Tomoson (2015). *Influencer Marketing Study*. <http://blog.tomoson.com/influencer-marketing-study/>, 17.01.2018.
- Utz, S. (2010). Show me your friends and I will tell you what type of person you are: How one's profile, number of friends, and type of friends influence impression formation on social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15(2), 314–335.
- Uzunoğlu, E., Kip, S. M. (2014). Brand communication through digital influencers: Leveraging blogger engagement. *International Journal of Information Management*, 34, 592-602.
- Van Doorn, J., Lemon, K. E., Mittal, V., Nass, S., Pick, D., Pirner, P., Verhoef, P.C. (2010). Customer engagement behavior: Theoretical foundations and research directions. *Journal of Service Research*, 13(3), 253-266.
- Van Reijmersdal, E., Neijens, P., Smit, E. (2007). Effects of television brand placement on brand image. *Psychology and Marketing*, 24(5), 403-420.
- Yankovich, G. (2015). *16 Life-Changing Instagram Tips from Fashion Blogger Margaret Zhang*. https://www.buzzfeed.com/gyanyankovich/teach-us-how-to-flat-lay?utm_term=.ru04v2Rmq#.dmMadNz6w, 13.01.2018.

- Waller, N. (2016). Beginners Guide to Influencer Marketing. *Creative Review*, June, 12-13.
- Wei, M., Fischer, E., Main, K. J. (2008). An examination of the effects of activating persuasion knowledge on consumer response to brands engaging in covert marketing. *Journal of Public Policy and Marketing*, 27(1), 34-44.
- Werde, B. (2003). *The web diarist as pitchman*. <http://www.nytimes.com/2003/03/27/technology/circuits/27blog.html?ex=1158552000&en=85f2f6ec883aa13&ei=5070>, 14.01.2018.
- Zhu, J., Tan, B. (2007). Effectiveness of blog advertising: Impact of communicator expertise, advertising intent, and product placement. *International Conference on Information Systems (ICIS) Proceedings 2007, Montreal*.



Nesnel Bilgi Mi, İnşa Olarak Bilgi Mi?: Küresel Yaşlanma, Eğitim-Geliştirme İlişkisi Üzerine Bir Tartışma

Objective Knowledge or Socially Constructed Knowledge: A Debate on the Relationship Between Global Ageing and Training-Development Area

Doç. Dr. Fuat Man¹ - Arş. Gör. Canan Yılmaz²

Başvuru Tarihi: 17.09.2018

Kabul Tarihi: 28.05.2019

Öz

Bu çalışma, klasik modernitenin 'nesnel bilgi' iddialarının karşısında postmodernitenin 'bir inşa olarak bilgi' yaklaşımına dayanarak belirli alanların, cari ihtiyaçlara bir cevap olarak doğduğunu ya da bu alanlardaki söylemlerin cari ihtiyaçlara göre icat edildiğini, evirildiğini ya da değiştiğini öne sürmektedir. Çalışma, bu iddiasını eğitim ve geliştirme alanının gelişimi üzerinde temellendirmektedir. Bu temellendirmeyi, akışkan bir dünyada küresel yaşlanmanın beraberinde getirmiş olduğu sorunların bir çözümü olarak eğitim ve geliştirme alanının rolüne odaklanarak yapmaktadır. Çalışma öncelikle postmodernitenin bilgi ile olan ilişkisini ortaya koymaktadır. Burada postmodernitenin mutlak bilgiye karşı mesafeli duruşu ve bilgiyi sosyal bir inşa olarak ele alan yaklaşım gösterilmektedir. Çalışma daha sonra küresel yaşlanma meselesini verilerle ele alıp son kısımda ise bu hususların eğitim ve geliştirme alanı için ne anlama geldiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Postmodernite-Bilgi İlişkisi, Küresel Yaşlanma, Eğitim ve Geliştirme

Abstract

This paper argues that some areas or these areas' discourses are emerging or have been invented from the current needs, based not on the classical modernity's 'objective knowledge' claims but on postmodernity's 'knowledge as a construction' approach. The paper grounds its argument on the evolution of training and development area. The paper justifies its argument by focusing on a role of training and development area as a solution for the problems arising from global ageing in a liquid world. With that connection, the paper begins with a section on postmodernity-knowledge relationship and then presents the global ageing issue with some general figures. And the last section tries to demonstrate what all these issues mean for training and development field.

Keywords: Postmodernity-Knowledge Relationship, Global Ageing, Training and Development

¹ Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi, fuatman@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7135-8320

² Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi, cananyilmaz@sakarya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7135-8320

Giriş

Bu makalenin başlığı ve dolayısıyla ortaya koymaya çalıştığı tartışma, birkaç eğilimden beslenmektedir: Öncelikle gerçekten de verileri aşağıda sunularak ortaya konulacak küresel yaşlanma denen nesnel bir gerçeklik var karşımızda. İkincisi, özellikle günümüz örgütlerinin kayıtsız kalamayacakları çok boyutlu bir değişim dalgası yaşanmakta ve bu dalga her türlü örgütü, kendisini sıklıkla “güncellemek” zorunda bırakmaktadır, aksi takdirde yoğun rekabet ortamında geride kalmaları hatta faaliyetlerini sonlandırmak zorunda kalmaları kaçınılmaz görünmektedir. Bu kapsamda çalışmanın amacı; bu iki değişken arasındaki ilişkinin ne olduğu üzerinden bir tartışma yürütmektir. Şöyle ki, bu çalışma her ne kadar bir “postmodernizm” savunusu amacıyla değilse de postmodernizmin bilgiye yönelik yaklaşımının eğitim ve geliştirme alanındaki bir örneğini ortaya koyma çabasıdır.

Bilindiği gibi postmodernite, “nesnel bilgi” ya da “hakikat” iddialarına karşı genelde mesafelidir ve bilgiye yaklaşımı daha çok onun sosyal olarak inşa edildiğine yöneliktir. Özellikle son zamanlarda demografik alanda yaşanan somut gelişmeler –bu çalışma açısından, küresel yaşlanma- eğitim ve geliştirme alanında da bir söylem kaymasına ya da yeni bir söylemin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Söz konusu olan kısaca, öğrenmeye kapalı, yeniliklere karşı katı, geleneksel metotlara aşına yaşlıdan; daha esnek, tecrübelerin onu avantajlı kıldığı bir yaşlı söylemine doğru kaymadır. İşte bu noktada eğitim ve geliştirme alanı bu söylemin gerçekleştiği bir zemin olarak ortaya çıkmaktadır. Başka bir şekilde ifade edecek olursak, postmodernite, nesnel bir bilgiden ziyade inşa olarak bilgiyle ilgilenmekte ve bu belirli kabullerin zaman ve mekan açısından hem dikey hem de yatay bir biçimde değişebileceğini ima etmektedir. Kısacası bir toplumda belirli kabuller bir müddet sonra terkedilebilir ve yerlerine yenileri konulabilir ya da aynı zaman dilimi içinde farklı toplumlarda farklı ‘gerçeklikler’ söz konusu olabilir.

Bu çalışmada gösterilmeye çalışılan veya iddia edilen şey, çağımızın çok hızlı bir değişim dalgası içinde olduğu, bu dalgaya eşlik eden bir hususun da küresel yaşlanma meselesi olduğu ve dolayısıyla bu iki unsurun birlikte, gereksinim duyulan yeni bir söylem geliştirdiğine ya da icat ettiğine yöneliktir. Bu çalışma bu söylemi, ‘eğitim ve geliştirme’ çerçevesinde ele almayı amaçlamaktadır. Çalışmanın ilk kısmında postmodernizmin bilgiye yönelik yaklaşımını, postmodernizmin bilgiyi nesnel bir gerçeklikten ziyade sosyal bir inşa olarak ele aldığını ortaya koymaya çalışılmaktadır. İkinci kısımda, küresel yaşlanma meselesi ele alınmaktadır. Son kısımda ise bu durumun, yani dünya nüfusunun genel olarak yaşlanmasının özellikle emek piyasası bağlamında ne tür sonuçlar doğurduğunu ve bu sonuçların eğitim ve geliştirme alanına ne tür roller yüklediğini ortaya koymaya çalışılmaktadır.

Postmodernizm-Bilgi İlişkisi

Bilgi kavramı insanlık tarihi kadar eski bir geçmişe sahiptir. Tarım devriminden önceki avcı-toplayıcı toplumlarda insan sadece hammadde ve gıda için toplayıcılık yapmıyor aynı zamanda Harari (2017, s.60)’nin de belirttiği gibi “bilgi” de topluyordu. İnsanların hayatta kalabilmek için; bölgelerinin haritası, hayvanların alışkanlıkları, bitkilerin büyüme biçimleri, gıdaların besleyicilik-hastalık gibi özellikleri, fırtına başlangıç işaretleri gibi bilgileri toplamaları

gerekmekteydi. Bu dönemde bilgi hayatta kalmak için toplanan bir şeyi ifade etmektedir. Sonraki dönemlerde bilgi ile ilgili çeşitli bakış açlarına uygun tanımlamalar yapılmıştır. Özellikle 19.yüzyıl da modernizm ve 1980’li yıllardan itibaren etkili olan postmodernizm açısından bilgi kavramının tanımları eğitim ve geliştirme açısından önem arz etmektedir.³

Modernizm 19.yüzyılda Batı dünyasında egemen hale gelen dünya görüşünü ifade etmektedir. Modernizm Sarıbay (2001, s.4-5)’ın da belirttiği gibi; modern kapitalist-endüstriyel devletin gelişimine paralel olarak geleneksel düzenin zıddı ilerlemenin, ekonomik ve idari rasyonalizasyonun ve sosyal dünyanın farklılaşmasının vuku bulduğu bir durumu ifade etmektedir. Giddens (2016, s.9)’ın ifadesiyle modernizm; sosyolojik açıdan başlangıçta Avrupa’da ortaya çıkmış, daha sonra tüm dünyayı etkilemiş bir örgütlenme ve yaşam biçimi olarak tanımlanmaktadır. Pozitivizm, akılcılık, özerklik ve bilginin evrenselliği ilkelerini benimseyen modernizmin bilgi anlayışı tarafsız ve nesnel olmayı gerektirmektedir. Temelde modernizm sistematiklik, düzenlilik ve genellemelerden bahsetmekte ve bilginin üretilemeyeceği, doğada var olduğu; deney ve gözlemlerle keşfedileceği düşüncelerine dayanmaktadır. Merriam (2015, s.8)’a göre bu bakış açısındaki katılık postmodernizmi ortaya çıkarmıştır.

Toynbee, 1974 yılında Batı uygarlığının İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra girdiği yeni dönemi postmodernlik olarak ifade etmektedir (Sarıbay, 2001, s.6). Postmodernizm post ön eki ile modernizmi aşmak veya ona üstün gelmek için toplumun ne olduğunu, olacağını veya olması gerektiğini belirlemeye çalışmaktadır. Kısaca post eki önceki argümanlardan farklı yeni argümanlar üretildiğini ifade ederek modernizmden farkını ortaya koymaktadır. Postmodernizm 1980’lerde radikal teori ve politikanın zayıflaması; imalat sanayinin Batının dışına, İkinci ve Üçüncü Dünya ülkelerine kaydırılması; görünüşe bakılırsa durdurulamayan tüketimciliğin küresel düzeyde yayılması; yeni bilişim ve teknolojinin geliştirilmesi kadar yeni kimlik politika biçimlerinin oluşumunun da ortaya çıkardığı bir sonuçtur (Elliot, 2017, s.292). Modernizm ile temel farkı; Modernizm genellemeler yapmak amacındayken, postmodernizmin sorunsallaştırma amacı gütmekten kaynaklanmaktadır. Postmodernizm; genellemeleri reddetmesi ve özneler arası etkileşim vurgusu ile modernizmin değerlerini temelden sarsmaktadır.

Genel olarak postmodernizm; bir takım ortak özelliklere sahip teori veya perspektiflerin bir ailesi olarak değerlendirilebilir (Slife ve Williams, 1995). Lytord (2013, s.11) postmodernizmi “meta anlatılara inanmamak” olarak tanımlayıp özelliklerinin “aydınlanma, hakikat, özgürlük, adalet ve akıl gibi büyük anlatıları reddetmeyi gerektirdiğini” ifade etmektedir. Yine Calinicos (2001, s.16) da postmodernizmi; “büyük anlatılara yönelik inanmazlık” olarak tanımlamaktadır. Postmodernliğin en önemli yanı Wallace ve Wolf (2012, s.549)’un da ifade ettiği gibi bilimsel ölçüyü ve bir tek tutarlı akılsallık olabileceğini veya gerçeklerin kesinlikle gözlemlenebilecek ya da anlaşılabilir şekilde bir yapıya sahip olduğunu reddetmesidir.

³ Sosyal teoride ‘postmodernizm’in üzerinde uzlaşılmış bir tabir olmadığını vurgulamak gerekiyor. Nitekim kendisi üzerindeki tartışmalar bu çalışmanın odağında yer almamaktadır. Burada çeşitli sebeplerle moderniteden farklı bir dönem ve zihniyeti ima eden bir kavram olarak ‘postmodernizm’ kavramının kullanımı tercih edilmiştir. Bu tercih elbette tartışmaya açıktır ancak biz daha çok bu etiket altına konulan bakış açısının bilgiye yönelik yaklaşımını konu ediniyoruz.

Bunun yerine postmodernler Green (1994: 70)'in de ifade ettiği gibi gerçekliğin heterojen ve çoğulcu tabiatını konu edinerek insan bilincinin dengesiz ve değişken yapısını vurgulamaktadır. Temel anlayışı; bilgi taleplerinin sınıf, cinsiyet, ırk gibi bağlantılarının çoklu perspektifini ortaya koymaktır. Spicer (2005, s.671)'in ifadesiyle postmodernizm; değerlerin, kültürlerin, geleneklerin ve yaşam tarzlarının farklılıkları üzerine kuruludur. Bu koşullar farklı söylemlerin önemini ve evrensel yapıları kapsamaktadır. Aynı zamanda metinlerin dil açısından “yorumlanmasını”, okunup yazılmasını ve hakimiyet, zıtlık, tutarsızlık, çelişki gibi gizli hiyerarşilerin gün yüzüne çıkarılıp sınanması ihtiyacını kapsamaktadır (Bloland, 1995; Clarke, 2005; Stringer, 1993). Postmodernizm bilgi kavramını da farklı şekilde ele almaktadır.

Postmodern bilginin iki yüzü vardır. Birlik, evrenselleşme ve bütünlük savında modern söylemin bozgunu, özü gereği hoşgörü ve çok sesliliğin bir güvencesidir (Mattelart, 2012, s.75). İçerisinde bulunduğumuz dönemde yapılan bilgi tartışmalarının sonucunda bilimsel bilginin dışındaki anlatılar; toplumsal kurumlara meşruluk kazandırırken bir yandan da bu kurumları bütünleştirmeyi sağlamaktadır. Sonuçta anlatılar olması gerekenin sınırlarını belirleyerek yapılması gerekenleri ve yapılmaması gerekenleri ayırt etmeyi sağlamaktadır. Postmodernizm literatürünün önemli figürlerinden Foucault (2017)'nin ifadesiyle bilgi; iktidarın üstünlük kurmasının, güç gösterisinin olmazsa olmazı ve iktidar ilişkisini meşrulaştırma aracıdır.

Postmodernizm bilginin mutlak yerine göreceli olduğunu ifade ederken bir yandan da Patton (2002, s.93)'un da belirttiği gibi “deneysel kanıtlar kullanılırken akla yatkın ve yatkın olmayan iddiaları birbirinden ayırt etmenin de mümkün olduğunu” vurgulamaktadır. Postmodernizm bilginin benzersiz olduğunu ve çok farklı formlar alabileceğini iddia etmektedir. Lyotard (2013, s.4)'un da belirttiği gibi postmodernizm bilgiyi “bir tür söylem” olarak görür. Bu çerçevede en geniş ifadesiyle bilgi; “herhangi bir gerçekliğin ya da bir başka ifadeyle evrenin olgularının birebir temsili” olarak tanımlanabilir (Şaylan, 2006, s.160-161).

Buradaki tartışma bağlamında, postmodernistlerin ‘nesnel’, ‘genel geçer’ bilgiye mesafeli olduklarını ve gerçekliğin aslında sosyal olarak inşa edildiğine yönelik bir bakış açısı paylaştıklarını söylemek mümkündür. Bu ise ‘hakikat’in ya da ‘gerçekliğin’ zamanın ruhuna uygun bir biçimde sosyal olarak üretildiği anlamına gelmektedir. Bunun eğitim ve geliştirme açısından ne anlama geldiği ise ilerleyen alt bölümlerde ele alınacaktır.

Küresel Yaşlanma

Yirmi birinci yüzyılın en dikkat çekici özelliklerinden birisi dünya genelinde yaşlı nüfus sayısındaki artıştır. Dünyada yaşlı nüfus artış hızı (%2.1) genel nüfus artış hızından (%1.2) fazladır. Yaşlı kişilerin nüfus içindeki paylarının artışı kısaca nüfusun yaşlanmasını ifade etmektedir. Nüfusun yaşlanması; bir nüfusun yaş yapısının değişerek, o nüfustaki çocukların ve gençlerin payının azalması ve yaşlı insanların (60 yaş üstü veya 65 yaş üstü)⁴ payının göreceli olarak artmasıdır (DPT, 2007). Buna küresel yaşlanma ismi verilmektedir. Küresel yaşlanma ile nüfusun yaş grupları yapılanması şekil değiştirmekte, ölüm ve doğum da azalma ile birlikte

⁴ Yaşlı tanımının yaş aralığı ülkelere göre değişmektedir. Örneğin Birleşmiş Milletler Yaşlılık döneminin kendi içinde birtakım farklılıklar içermesi sebebiyle 65-74 yaş arası genç yaşlı, 75-84 yaş arası yaşlı, 85 yaş ve üzeri dönemi ise ileri yaşlı olarak adlandırmaktadır.

doğumdan sonra beklenen yaşam süresinde artış olmakta, çocuk ve gençlerin nüfus içindeki oranı azalırken yaşlıların yüzdesi artmaktadır (Sardon, 2006; United Nations, 2015). TÜİK (2017) raporunda yaşlı nüfus oranının son beş yılda 5 milyon 682 bin kişi iken 6 milyon 651 bin 503 sayısına ulaşarak %17,1 arttığı belirtilmiştir. Dünya nüfusunun 2016 yılında %8,7'sini yaşlı nüfus oluşturmuştur. En yüksek yaşlı nüfus oranına sahip ilk üç ülke sırasıyla %31,3 ile Monako, %27,3 ile Japonya ve %21,8 ile Almanya'dır. Aşağıda Tablo 1'de yaşlı nüfusun genel nüfusa oranı ve gelecekteki oran tahmini verilmiştir.

Tablo1. Yaşlı Nüfusun Genel Nüfusa Oranı (%)

ÜLKE	2015	2050
Hindistan	5	13
Endonezya	5	14
Malezya	6	17
Meksika	6	19
Rusya	13	21
Amerika	15	22
Brezilya	8	23
İngiltere	18	25
Şili	11	26
Fransa	19	26
Kanada	16	26
Çin	10	28
Tayland	10	30
Almanya	21	32
Hong Kong	15	35
İtalya	22	35
Güney Kore	13	35
Japonya	26	36

*United Nations (2015), World Population Prospects: The 2015 Revision.

Tablo 1'de 65 yaş ve üzerindeki yaşlı nüfusun 2015-2050 yılları arasındaki nüfusa oranı verilmiştir. Güney Kore %22'lik bir oranla 2050 yılında genel nüfusa göre yaşlı nüfusun en çok olması beklenen ülkedir. Onu %20'lik oranla Hong-Kong ve Tayland ardından %18 ile Çin takip etmektedir. United Nations (2015) raporuna göre 2015-2030 yılları arasında dünyadaki 60 yaş

ve üstü nüfusun, 901 milyondan 1,4 milyara çıkarak %56 artacağı tahmin edilmektedir. Yine aynı rapora göre küresel çapta 80 yaş ve üzerindeki “en yaşlı” nüfus sayısının diğer yaşlı kişilerin sayısından daha hızlı büyüdüğü belirtilmektedir. 80 yaş üzeri en yaşlı nüfus 2015 yılında %14 iken 2050 yılında bu oranın %20’ye çıkması beklenmektedir. Aşağıda Tablo 2’de nüfusun yaşlanma projeksiyonu gösterilmektedir.

Tablo 2. Dünya Nüfusunun Yaşlanma Projeksiyonu

	60 Yaş Üstü Nüfusun Toplam Nüfusa Oranı					80 Yaş Üstü Nüfusun Toplam Nüfusa Oranı				
	2000	2005	2010	2030	2050	2000	2005	2010	2030	2050
Dünya	9,9	10,2	11	16,5	21,9	1,1	1,3	1,5	2,3	4,3
Gelişmiş Ülkeler	19,5	20,1	21,8	28,8	32,6	3,1	3,7	4,3	6,4	9,5
Az Gelişmiş Ülkeler	7,5	8	8,6	14,2	20,2	0,7	0,8	0,9	1,6	3,5

* ILO (2011), World Social Security Report.

Tablo 2’ye göre; dünya genelinde gelişmekte olan ülkelerdeki yaşlı ve en yaşlı nüfus sayısının diğer ülkelere göre daha çok artış göstermesi beklenmektedir. En az artış az gelişmiş ülkelerde görülürken çok gelişmiş ülkelerde ortalama seviyede yaşlı ve en yaşlı nüfusun sayıca artışı öngörülmektedir. Yaşlı nüfusun artması tüm dünyada yaşlı nüfusun işgücüne katılımının artmasını da beraberinde getirmektedir. Aşağıda Tablo 3’te 1990, 2000 ve 2015 yıllarında yaşlı kadın ve erkeklerin işgücüne katılım oranları bölgeler bazında verilmiştir.

Tablo 3. Yaşlı Kadın ve Erkeklerin Bölgelere Göre İşgücüne Katılım Oranları

	Erkek			Kadın		
	1990	2000	2015	1990	2000	2015
Avrupa	9	9	10	4	4	6
Okyanusya	12	13	21	5	6	12
Asya	41	39	35	12	16	16
Kuzey Amerika	16	17	23	8	9	14
Latin Amerika ve Karayipler	41	40	38	10	14	17
Afrika	57	54	52	31	31	33
Dünya	32	31	30	10	13	15

*United Nations (2015), World Population Prospects: The 2015 Revision

Tablo 3'te görüldüğü gibi yaşlı erkeklerin işgücüne katılımı Asya, Latin Amerika, Karayipler ve Afrika'da azalmaktadır. Yaşlı kadınlarınsa tüm bölgelerde işgücüne katılımının arttığı görülmektedir. Dünya genelinde yaşlı kadınların işgücüne katılım oranı %10 seviyesinden %15'e yükselirken; erkekler de %32 seviyesinden %30'a gerilediği görülmektedir. Ancak erkeklerde de bu oranın 'merkez' bölgelerde arttığı görülüyor. Bu hususun ne anlama geldiği, aşağıda eğitim-geliştirme bahsinde ele alınacaktır.

Nüfusun yaşlanması dünya genelinde emeklilik sistemini de etkilemektedir. Brüt emeklilik yenileme oranı emeklilik sisteminin ne kadar etkin bir şekilde uygulandığının göstergesidir ve emeklilerin gelir kaynağını sağlamaktadır. Aşağıda Tablo 4'te seçili ülkelerde kamu emeklilik harcamalarının GSYİH (Gayrisafi Yurtiçi Hasıla) içindeki yüzdelik payları verilmiştir.

Tablo 4. Emeklilik Harcamaları (GSYİH %)

	2015	2030	2050
Afrika	12,9	11,7	8,9
Asya	8	5,1	3,2
Latin Amerika ve Karayipler	7,6	5	2,9
Okyanusya	4,8	3,5	3
Kuzey Amerika	4	2,6	2,4
Avrupa	3,5	2,4	1,9
Dünya	7	4,9	3,5

*United Nations (2015), World Population Prospects: The 2015 Revision

Tablo 4'te görüldüğü gibi incelenen tüm ülkelerde 2015 yılına göre 2030 ve 2050 yıllarında emeklilik harcamalarının düşmesi beklenmektedir. Yaşlı ve en yaşlı nüfusun sayısı artarken emeklilik ödeneklerinin azalması 65 yaş üstü kişilerin emeklilikten önce çalışma hayatı içinde kalacaklarının bir işareti olarak okunabilir.

Türkiye yaşlı nüfusun toplam nüfusa oranının yükseklik sıralamasında 167 ülke arasında 66. sırada yer almaktadır. TÜİK (2017) raporuna göre; Türkiye'de yaşlı nüfusun toplam nüfus içindeki oranı 2012 yılında %7,5 iken, 2016 yılında %8,3'e yükselmiştir. Aşağıda Tablo 5, 2012 ve 2016 yıllarında yaşlı nüfus oranını göstermektedir.

Tablo 5. Yaş Gruplarının Yaşlı Nüfus İçindeki Oranları (%)

	2012	2016
65-74 Yaş	60,3	61,5
75-84 Yaş	32,5	30,2
85+ Yaş	7,1	8,2

*TÜİK 2017 İstatistiklerle Yaşlılar Raporu

Tablo 5'te görüldüğü gibi yaşlı nüfusun %60,3'ü 2012 yılında 65-74 yaş grubunda, %32,5'i 75-84 yaş grubunda ve %7,1'i 85 ve daha fazla yaş grubunda iken; 2016 yılında %61,5'i 65-74 yaş grubunda, %30,2'si 75-84 yaş grubunda ve %8,2'si 85 ve daha fazla yaş grubunda yer almaktadır. Kısaca 65-74 yaş aralığı ile 85 ve üstü yaş gurubunda artış olduğu görülmektedir. Yaşlı nüfusun toplam nüfusa oranı 1935 yılından 2075 yılına kadar tahmini olarak aşağıda Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6'da görüldüğü gibi yaşlı nüfusun genel nüfus içindeki payının artacağı öngörülmektedir. 1935 yılında %3,9 olan oranın 2012 yılında %7,5 olduğu görülmüş ve bu oranın 2050 yılında %20,8; 2075 yılında ise %27,7 olması beklenmektedir. Kadın yaşlı sayısının erkeklere oranla daha çok olacağı da yine tahminler arasında yer almaktadır. 1935 yılında %3,5 olan erkek yaşlıların oranının 2075 yılında %25,4 olacağı öngörülmüşken; 1935 yılında %4,2 olan kadın yaşlıların genel nüfusa oranının 2075 yılında %29,9 olacağı tahmin edilmektedir. Genel olarak yaşam sürelerinde artış görülmektedir. Aşağıda Tablo 7, yaş ve cinsiyete göre beklenen yaşam sürelerini göstermektedir.

Tablo 7'de görüldüğü gibi 2015 yılı hayat tabloları sonuçlarına göre beklenen yaşam süresi Türkiye geneli için 78 yıl; ortalama olarak erkekler için 75,3 yıl ve kadınlar için de 80,7 yıl olarak öngörülmektedir. Ülkemizde 65 yaşında olan bir kişinin kalan yaşam süresi ise ortalama 17,8 yıl olarak belirtilmektedir. Erkekler için bu sürenin 16,1 yıl, kadınlar için 19,4 yıl olduğu gözlenmiştir. Genel olarak 65 yaşına ulaşan kadınların erkeklerden ortalama 3,3 yıl daha fazla yaşayacağı tahmin edilmektedir. Aslında bu durum ortanca yaşın da değişimine yol açmaktadır. Aşağıda Tablo 8, cinsiyete göre ortanca yaştaki değişimi göstermektedir.

Tablo 6. Yaşlı Nüfusun Toplam Nüfus İçindeki Oranı 1935-2075

	Toplam Nüfus			Yaşlı Nüfus			Yaşlı Nüfusun Toplam Nüfusa Oranı			Genel Cinsiyet Oranı	Yaşlı Cinsiyet Oranı
	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın		
1935	16158	7937	8221	628	279	349	3,9	3,5	4,2	96,5	79,9
1940	17821	8899	8922	630	271	358	3,5	3	4	99,7	75,7
1945	18790	9447	9344	627	257	370	3,3	2,7	4	101,1	69,4
1950	20947	10527	10420	691	273	418	3,3	2,6	4	101	65,3
1955	24065	12333	11831	822	321	502	3,4	2,6	4,2	103,4	63,9
1960	27755	14164	13591	979	388	591	3,5	2,7	4,3	104,2	65,7
1965	31391	15997	15394	1243	530	713	4	3,3	4,6	103,9	74,4
1970	35605	18007	17598	1566	708	858	4,4	3,9	4,9	102,3	82,5
1975	40348	20745	19603	1853	851	1003	4,6	4,1	5,1	105,8	84,8
1980	44737	22695	22042	2113	955	1158	4,7	4,2	5,3	103	82,5
1985	50664	25672	24992	2126	955	1171	4,2	3,7	4,7	102,7	81,6
1990	56473	28607	27866	2417	1091	1326	4,3	3,8	4,8	102,7	82,3
2000	64730	32399	32331	3859	1750	2109	6	5,4	6,5	100,2	82,9
2005	68861	34491	34370	4647	2011	2636	6,7	5,8	7,7	100,4	76,3
2007	70586	35362	35224	4865	2096	2769	6,9	5,9	7,9	100,4	75,7
2008	71517	35901	35616	4893	2139	2754	6,8	6	7,7	100,8	77,7
2009	72561	36462	36099	5083	2223	2861	7	6,1	7,9	101	77,7
2010	73723	37043	36680	5328	2331	2997	7,2	6,3	8,2	101	77,8
2011	74724	37533	37191	5491	2398	3093	7,3	6,4	8,3	100,9	77,5
2012	75627	37956	37671	5682	2474	3208	7,5	6,5	8,5	100,8	77,1
2013	76668	38473	38195	5892	2561	3331	7,7	6,7	8,7	100,7	76,9
2014	77696	38984	38712	6193	2699	3494	8	6,9	9	100,7	77,3
2023	84247	42137	42110	8624	3831	4793	70,2	9,1	11,4	100,1	79,9
2035	90680	45260	45421	13158	5936	7222	14,5	13,1	15,9	99,6	82,2
2040	92258	45986	46272	15243	6871	8372	16,5	14,9	18,1	99,4	82,1
2045	93175	46377	46798	17476	7893	9583	18,8	17	20,5	99,1	82,4
2050	93476	46462	47013	19485	8814	10670	20,8	19	22,7	98,8	82,6
2055	93278	46304	46974	20982	9487	11494	22,5	20,5	24,5	98,6	82,5
2060	92717	45975	46742	22248	10040	12209	24	21,8	26,1	98,4	82,2
2065	91800	45481	46319	23525	10625	12901	25,6	23,4	27,9	98,2	82,4

*TÜİK, Nüfus Projeksiyonu 1935-2075

Tablo 7. Yaş ve Cinsiyete Göre Beklenen Yaşam Süresi

Yaş	Toplam	Erkek	Kadın
0	78	75,3	80,7
15	64,2	61,6	66,9
30	49,7	47,1	52,1
50	30,6	28,3	32,8
65	17,8	16,1	19,4

*TÜİK Hayat Tabloları.

Tablo 8. Cinsiyete Göre Ortanca Yaş 1935-2075

	Toplam Nüfus			Yaşlı Nüfus		
	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın
1935	21,2	19,1	23,4	72,5	72,2	72,8
1940	19,6	17,7	22,4	72,4	72,2	72,5
1945	20	18,8	21,7	72,1	71,9	72,3
1950	20,1	19,2	21,3	71,9	71,6	72
1955	20,4	19,6	21,3	72,1	71,7	72,3
1960	20,3	19,5	21,1	71,8	71,2	72,1
1965	19,3	18,7	20	71,3	70,3	71,9
1970	19	18,6	19,4	71,5	70,7	72,1
1975	19,5	19,2	19,8	72,1	71,9	72,3
1980	19,9	19,5	20,3	71,6	71,2	72
1985	20,9	20,6	21,2	72,9	72,7	73,1
1990	22,2	21,9	22,6	72	71,5	72,3
2000	24,8	24,4	25,3	71,2	70,8	71,6
2007	28,3	27,7	28,8	72,9	72,3	73,4
2008	28,5	27,9	29	72,9	72,5	73,3
2009	28,8	28,2	29,3	73,1	72,6	73,5
2010	29,2	28,7	29,8	73	72,5	73,4
2011	29,7	29,1	30,3	73	72,5	73,5
2012	30,1	29,5	30,6	73	72,5	73,5
2013	30,4	29,8	31	73	72,4	73,4
2014	30,7	30,1	31,3	72,8	72,3	73,3
2023	34	29,8	31	72,4	71,7	72,9
2050	42,9	41,8	44	74	73,4	74,6
2075	47,4	46	48,7	76,3	75,3	77,1

*TÜİK 2017 Nüfus Projeksiyonu

Tablo 8’de görüldüğü gibi 1935 yılında 21, 1940’da 19, 2000 de 24, 2014’te 30 olan ortanca yaşın 2023 yılında 34, 2050’de 42 ve 2075 yılında ise 47 olacağı öngörülmektedir. Bunun nedeni yaşlı nüfus sayısındaki artış olarak gösterilmektedir.

Günümüzde dünyada insanlar daha uzun yaşamakta, doğum oranları azalmakta ve dolayısıyla yaşlı nüfus sayısal ve oransal olarak artmaktadır. Nüfusun yaşlanması, küresel ölçekte 21. yüzyılın en önemli demografik ve sosyal olgularından biri olarak kabul edilmektedir. Nüfusun yaşlanması, sağlıktan sosyal güvenliğe; çevre ile ilgili konulardan eğitime; iş olanaklarından, sosyokültürel faaliyetlere; aile hayatından ekonomiye kadar toplumda çeşitli sonuçlar doğurmaktadır. Yaşlanma, sosyal açıdan toplumdaki aile yapısını, yaşam düzenini, tavır ve davranış kalıplarını, kuşaklar arası ilişkileri ve toplumsal yaşamın diğer alanlarını etkilerken; ekonomik açıdan da yaşlı nüfusun desteklenmesinin topluma olan ekonomik maliyetini artırmakta, işgücünün demografik yapısını değiştirmek suretiyle de istihdamı ve işgücü piyasalarını önemli ölçüde etkilemektedir (Samorodov,1999, s.4). Tüm bu bilgiler ışığında sonuç olarak dünya nüfusu yaşlandığı için işgücü de yaşıyor diye ifade edebiliriz. İşgücünün yaşlanması ise bu kesimin eğitim-geliştirme faaliyetleriyle olan ilişkilerinin daha da artması anlamına gelmektedir.

Cari Koşullar ve Söylem Üretimi: Küresel Yaşlanmanın Eğitim ve Geliştirme Alanı Açısından Önemi Nedir?

Günümüzün en belirgin alametifarikalarından birisi değişimin hızıyla ilgilidir, bunun ise çok sayıda sonucu bulunmaktadır. Değişimin hızı, dünyaya dair sahip olduğumuz bilgilerin sürekli bir şekilde tedavülden çıkması ve değişmesi anlamına gelmektedir. Bauman (2010, s.7)’in ifadesiyle, “..dün doğru dediğini bugün inkar eden, aynı zamanda bu gece doğru addettiklerimizin yarın sabah çürütülemeyeceğine dair pek de teminat vermeyen bu dünyayı anlamak için” sürdürülen çaba gerçekten de sıkı bir mücadele anlamına gelmektedir. Bir söylemin üretilmesinin ya da söylemin değişmesinin nasıl da ‘zamanın ruhu’ ile ilgili olduğunu Bauman (2010)’ın aynı çalışmasının giriş bölümünde aktardığı Londra Zooloji Topluluğu üyesi bir grup araştırmacının yaşadığı zihinsel maceraya bakarak kavramak mümkündür. Söz konusu bu topluluğun üyesi olan araştırmacılar ileri teknoloji ile donatılmış bir şekilde yaban arılarının hareketlerini izleyip kaydettiler. Kayıtların incelenmesiyle ulaştıkları sonuç, sosyal böceklerin tabiatlarına dair uzun süredir kabul edilen kalıpları yerle bir etmiştir.

Bu hikâyenin buradaki çalışmamızla ilgili olan kısmı zamanın ruhuna uygun düşen bir söylemin pek de sorgulanmadan varlığını sürdürdüğü hususudur. Bauman (2010, s.9)’ın ifade ettiği gibi ‘sosyal böcekler’ kavramının icat edildiği ve yaygınlaştığı günlerden bu yana ‘bilgi sahibi zoologlar ile halk neredeyse hiç sorgulanmayan katı bir inancı paylaştılar.’ Bu inanç, kısaca söz konusu böceklerin sosyalliğinin, içinde buldukları toplulukla sınırlı olduğuna yönelikti. Ancak önemli olan husus bu inancın ya da aksiyomun da tüm aksiyomlar gibi daha önce hiç sorgulanmamış ve sınanmamış olmasıydı. Çünkü bu böceklerin sadece ‘kendi toplulukları’ içinde kalacakları fikri akla ya da dönemin sosyal kabullerine yatkındı. Ancak tartışma kabul etmez kabuller de zamanla değişir. ‘Bu değişim, insanlık durumundaki ve onun

getirdiği külfetlerdeki değişimlerle birlikte gerçekleşir.’ Bilimsel gündemlerin insan pratiklerinin türevleri olduğunu öne süren Bauman (2010, s.10), genel geçer bilginin değişmemesini, bu yöndeki bir gereksinimin doğmamasına bağlamaktadır:

“Bu sebeple, eğer yaygın genelgeçer bilgiyi sınamak için hiç çaba harcanmamışsa bunun, araştırma araçlarının yetersizliğinden çok, bu tür yaygın bilginin güvenilirliğinin tartışılır hale gelmemesiyle bu sınamanın gerektiğine dair bir kuşkunun doğmamış olmasından kaynaklandığı kanısına varmaya hakkımız var[dır].”

Kısacası, araştırma ekibi, ‘işçi yaban arılarının’ yüzde 56’sına denk gelen önemli bir oranının yaşamları boyunca yuva değiştirdikleri sonucuna varmışlardır. Bauman tüm bu hikayeyi, aslında bilimsel bilgilerin bile dönemin bir ürünü olan insan aktörlerin zihinsel yansımalarıyla ilgili olduğunu göstermek amacıyla anlatmaktadır.

‘Sosyal böcekler’ ile ilgili yaygın kabullerin değişim hikayesinin bu çalışmayla ilgisi nedir? Bu soruya cevap vermeden önce iktisat tarihinden bir örnek daha sunmak yerinde olacaktır. Bilindiği gibi kapitalizmin gelişimi ile ilgili moral kaynaklardan bahsedildiğinde ilk akla gelen isimlerin başında Max Weber’in meşhur ‘protestan etik tezi’ gelir. Weber (2011), bu yaklaşımında kapitalizmin maddi olmayan kaynaklarına son derece önemli roller atfeder (ayrıca benzer bir çalışma için bkz. Sombart, 2016). Buradaki çalışmamız bağlamında bu tezin içeriğini açmaktan ziyade bazı fikirlerin nasıl da belirleyici hale geldiklerine işaret etmek önemlidir. Bilindiği gibi ortaçağ Avrupası, Katolizmin katı yorumlarıyla şekillenen bir dünya idi. Kapitalizmin gelişimini anlatan tüm metinler mutlaka ‘Reformasyon’ hareketine işaret ederler. Buna göre ‘Reformasyon’ ticaretin ya da iktisadi gelişimin önündeki engelleri geçişken hale getiren bir harekettir. Bu noktayı en açık şekilde ifade eden isimlerden birisi Fransız tarihçi Lucien Febvre’dir. Febvre, Reform hareketinin, bu hareketin temel aktörlerinin kendi entelektüel serüvenlerinin bir neticesi olarak ortaya çıktığını ve temel amaçlarının ise burjuva sınıfının çıkarlarını geliştirmekle bir ilgisinin olmadığını belirtmektedir. Ancak sonuç, tam da bu olmuştur, burjuvazinin çıkarlarına hizmet eden bir moral dayanak. Dolayısıyla bir zamanın egemen Katolik yorumu, ya tamamen değişmiş ya da büyük ölçüde esnetilmiş oldu.

“XV. yüzyıl insanları XVI. yüzyıl burjuvaları büyük ıslahatçıların kalp ve vicdanlarından çıktığı haliyle aldıkları bu Reformasyonu, biraz günah işleyerek dönüştürmüşler, değiştirmişler ve onu tamamen kendilerine ait bir Reformasyon haline getirmişlerdir. Reformasyon daha sonra onlardan uzaklaşarak, kendine ait, özerk, bağımsız bir hayat sürdürmeye başlamış ve bu sefer, o insanların zihniyeti üzerinde etki etmeye başlamıştır” (Febvre, 1995, s.102).

Yukarıdaki soruya dönmeden önce son olarak gündelik hayattan da bir örnek verelim. Harari (2017)’nin çalışmasında, işaret ettiği toplumsal cinsiyet meselesi bu noktada anlamlıdır. Harari, çalışmasında eski Atina ile günümüz Atinası’nın kadınlara bakışındaki değişimi aktarmaktadır. Buna göre eski Atina’da kadınlar, oy veremez, hâkim olamaz, hükümette görev alamaz, kiminle evleneceğine kendisi karar veremez, genelde okuma yazma bilmez ve yasal olarak da kocaya veya babaya aitken modern Atina’da tüm bu engeller değişmiş durumdadır. Yani kadınlarla ilgili başka bir ‘gerçeklik’ hâkim durumdadır. Bu konunun daha güncel bir örneği Suudi

Arabistan'dır. Bilindiği gibi son zamanlarda Suudi Arabistan'da özellikle de kadınlar açısından toplumsal hayatı doğrudan ilgilendiren açılım ile ilgili gelişmeler yaşanmaktadır. Bu 'açılımın' amaçları medyada 'analistler' tarafından çokça yapıldı veya yapılmaktadır (örneğin bkz. Tekfidan Gümü, 2017) ancak yine konunun bu çalışma bağlamındaki önemi bir dönem 'hakikat' veya 'gerçeklik' olarak gösterilen kabullerin 'zamanın ruhuna' veya 'günün gereksinimlerine' göre terkedilmesi ve yerlerine yeni kabullerin veya gerçekliklerin konmaya çalışılmasıdır.

Şimdi gelelim yukarıda sorduğumuz soruya: sosyal böcekler, iktisat tarihi ve gündelik hayatta toplumsal cinsiyetin konumlandırılması ile ilgili bu örneklerin eğitim ve geliştirme ile ilgili bir tartışmada ne işi var? Bu üç örnek de şunu göstermek için kullanıldı: Yaygın kabuller zamanın ihtiyaçlarına göre değişebilir ve yerlerini yeni kabullere, söylemlere ve gerçekliklere bırakabilirler. Evet, artık sosyal böceklerin tüm yaşamlarını tamamen izole, kapalı topluluklar içinde geçirmediğini, örneğin dinin 'faiz' yasağının artık farklı yorumlarla esnetildiğini ve kadının baba veya eşe ait olmayan özgür birer insan olduğunu biliyoruz.

İçinde bulunduğumuz değişim dalgasının getirdiği gereksinimlerden birisi eğitimin önemi ile ilgilidir. Bilindiği gibi eğitim ve geliştirme alanı insan kaynakları yönetiminin en hızlı gelişen alanlarından birisidir. Bu alanda yapılan harcamalar ve her yıl bu harcamaların artması örgütlerin öğrenmenin önemini kavramış olduklarının bir işareti olarak görülebilir. Bu alanda yayınlanan bir rapora göre (ATD, 2013), ABD'de 2012 yılında örgütlerin eğitim faaliyetleri için yapmış oldukları harcamalar, 165 milyar dolardır.

Bu noktada firmaları her geçen gün eğitime daha da fazla yönlendiren yapısal unsurlar neler? Bunların başında yukarıda bahsedilen değişim dalgası ile küresel yaşlanma meselesi gelmektedir. Söz konusu değişim dalgasının en belirgin göstergelerinden birisi imalata dayalı iktisadi yapının hizmete dayalı bir yapıya dönüşmesidir. Bunun anlamı, geleneksel imalat istihdam eğrisinin ya yatay ya da aşağıya doğru bir seyir takip ediyor olmasıdır. Başka bir ifadeyle, yeni işler ve yeni istihdam kalıpları ortaya çıkmaktadır. Bu değişimi tetikleyen en önemli göstergelerden birisi de teknolojidir. Teknoloji hem çok hızlı bir değişimin taşıyıcısı hem de esnekliği mümkün kılan temel bir değişken olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla örgütler dünyasına bakıldığında, örgütlerin karşı karşıya buldukları en önemli meselelerin başında bu hızlı değişime nasıl ayak uyduracakları meselesi gelmektedir. Bunun anlamı, örgütlerin kendilerini sürekli bir şekilde güncellemek durumunda olduklarıdır. İnsan kaynakları yönetiminin eğitim ve geliştirme işlevi ise bu güncellemeyi mümkün kılan temel aracı konumundadır.

Ama, ya yaşlanma meselesi? Yaşlanma meselesi, yukarıda da ayrıntılı bir şekilde işaret edildiği gibi gelişmiş ülkelerin başlıca gündem konularından birisidir (örneğin bkz. The Guardian, 2013; The Irish Times, 2017). Yaşlanma sorunuyla karşı karşıya olan ülkelerin temel kaygılarından birisi sosyal güvenlik sistemleriyle ilgilidir. Yaşlanma, ortalama yaşam süresinin uzaması anlamına gelmektedir ve bu duruma 'bir muhasebe' gözlüğü ile bakıldığında ise tablo, sosyal güvenlik sistemleri açısından bir yük olarak yorumlanmaktadır. Çünkü uzun süren emeklilik dönemleri, sistemin aktif-pasif dengesini bozucu bir unsur olarak ele alınmaktadır.

Dolayısıyla ya emekli olma yaşı uzatılmakta ya da emekliliğin sağlamış olduğu güvenceler cezbedici olmaktan çıkartılmaktadır. Dolayısıyla insanların aktif çalışma süreleri uzatılmış olmaktadır. Finlandiya Sağlık ve Sosyal İşler Bakanlığı'na bağlı olan Emeklilik Merkezi'nin yayınlamış olduğu bir projeksiyona göre 2050 yılına kadar İzlanda, Danimarka ve Hollanda'da emeklilik yaşının 70'in üstüne çıkması beklenmektedir (ayrıca diğer ülkeler için de bkz. FCP, 2018). Söz konusu projeksiyonda bütün üye ülkelerin emeklilik yaşlarının arttığı görülmektedir (ayrıca bkz. Christie, 2017). Elbette ki Türkiye'de de benzer bir eğilim bulunmakta ve şu anda 50 civarında olan emeklilik yaşının, daha önce başlatılan sosyal güvenlik reformuyla 58-60'a 2037'den sonra ise 65'e çıkartılması planlanmaktadır (Haber Türk, 2017). Kısacası, insanların beklenen yaşam süreleri arttıkça onları emek piyasasında aktif bir biçimde tutmaya yönelik düzenlemeler de bu artışa eşlik etmektedir.

Öyleyse bu tabloya uygun bir söylemin tam zamanıdır denilebilir. Ortalama yaşam sürelerinin daha kısa olduğu bir dünyada, belli bir yaşın üstündekileri çalışma hayatında daha fazla tutmanın pek bir anlamı yoktu, dolayısıyla 'dinozor yaşlı' tabiri bu dünyanın ruhuna uygun bir ifadeydi. Gerçekten de yakın zamana kadar yaşlılarla ilgili en yaygın klişeler, onların 'dinozorluklarına', 'katıllıklarına' ve 'uyum sağlama kabiliyetlerinin zayıflıklarına' yönelikti. Belli bir yaşın üstündeki çalışanların bu şekilde ele alınması, eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin de onlar açısından bir ümit vadetmediği sonucunu çıkartıyordu. Ancak yaşlıların yeni durumlara uyamayacak kadar katı olduklarına yönelik bu yaygın-popüler söylemin, aslında gerçekleri yansıtmadığına yönelik yeni ve güçlenmekte olan bir söylem ortaya çıkmaktadır. Bu yeni söylem, aynı zamanda eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin her geçen gün daha da fazla önemsenmesine katkıda bulunmaktadır.

Bu alandaki yazına bakıldığında yaşlılarla ilgili yukarıda bahsedilen klişelerin genelde birer 'efsane' olarak ele alındığı ve dolayısıyla bu 'efsanelerin' gerçeği yansıtmadığına yönelik iddiaları görmek mümkündür. Withnall (2004), yaşlıların yeni şeyler öğrenmeleri ile ilgili yaygın efsaneleri şu şekilde sıralamıştır: Yaşlıların söylemeye değer bir şeylerinin olmadığı, yaşlıların kolayca unutmaya meyilli oldukları ve yeni bir şeyleri öğrenmede son derece yavaş oldukları, yaşlı insanların geçmişe saplandıkları, orada yaşadıkları ve değişimi sevmedikleri, yaşlı insanların öğrenmeye ilgi duymadıklarına yönelik efsaneler. Withnall bu ve başka çalışmalarında (örneğin bkz. 2010) tüm bu efsaneleri sorgulamakta ve belirli bir yaşın üstündeki insanların da öğrenmeye ne denli açık olduklarını göstermeye çalışmaktadır. Avustralya'daki Queensland Eyalet Yönetimi'nin yayınlamış olduğu bir raporda bu efsanelerin listesi daha da uzundur (QG, 2012, s.30-31, bir başka efsaneler listesi için bkz. Farrell, 2016). Bu raporda bizim buradaki tartışma konumuzla ilgili olan efsane, yaşlıların öğrenemedikleri ya da değişemediklerine yönelik olan efsanedir. Rapor bu efsanenin doğru olmadığını bazı veriler aktararak çürütmeye çalışmaktadır. Örneğin, 2002 yılında 45-64 yaş arasındakilerin yüzde 6.9'u mesleki eğitim sistemine katılmıştır, bu oran, 1994 yılında ise 3.4 idi. Bruyere ve arkadaşları (2012) ise yaşlılarla ilgili yaygın efsaneleri değişimden korkan, teknolojiye uyumda yetersiz olan, yavaş öğrenen, yaratıcılıktan yoksun olan, düşük performans gösteren, düşük motivasyonlu, düşük düzeyde esnek olan bir grup şeklinde sıraladıktan sonra 'gerçekleri' ise şu şekilde sunmaktadırlar: düşük devir oranları, kaliteye bağlılık, devamsızlıkta bulunmamak ve

dakiklik, düşük iş kazası oranları, yüksek motivasyon ve örgütsel bağlılık, güçlü bir iş etiği ve deneyim, sadakat ve güvenilirlik, farklı iş planlarına uygunluk, düşünce ve deneyimlerdeki farklılık.

Burada dikkat çeken husus, yukarıda 'klişe' olarak vurgulanan algının yazında sıklıkla 'efsaneler' olarak ortaya konmasıdır. Bunun anlamı, bu çalışmada ortaya konmaya çalışılan yeni bir söylemin üretilmesiyle ilgilidir. Cari koşullar yeni ihtiyaçlar doğurmakta bu ihtiyaçlar ise yeni söylemler üretmektedir. Eğitim ve geliştirme alanı açısından bakıldığında, yaşlılarla ilgili olan eski söylemin, yerini, yaşlıların olumlu özelliklerini ön plana çıkartan yeni bir söyleme bırakmakta olduğunu söylemek mümkündür.

Sonuç Yerine

Eurofound (2017, s.6)'un 2015 yılında farklı yaşlardaki çalışanların yaşam koşulları ile ilgili yapmış olduğu bir taramanın sonuç raporu, sürdürülebilir bir çalışma yaşamı için eğitim ve geliştirme faaliyetlerine katılan yaşlı çalışan oranlarının artırılmasının öncelikli bir politika olması gerektiğine vurgu yapmaktadır. Bir başka çalışma ise yaşlılara yönelik eğitim geliştirme faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinin, yaşlıların hem örgüte yönelik memnuniyetlerini hem de onların örgütte tutulmasını sağlamaya katkı yaptığına yönelik bulgular ortaya koymaktadır (Armstrong-Strassen ve D. Ursel, 2009).

Yukarıdaki tartışmalarla birlikte düşünüldüğünde tüm bunlar eğitim ve geliştirme alanı için ne anlama geliyor? Eğitim ve geliştirme alanı mademki çalışanları ve dolayısıyla örgütü hızlı değişim dalgası içinde güncelleyen ve çalışanlar ile kurumları bu dalgaya uyumlu hale getiren bir alandır öyleyse bu alanın yaşlıların çalışma yaşamlarına uyumlarını sağlamaya yönelik bir amacı bulunmalı eğer böyle bir amacı yoksa da bu tür bir amaç mutlaka edinmelidir. Özellikle yetişkin eğitimi (androgöji) ile ilgili tartışmalar, eğitim ve geliştirmenin yetişkinlere yönelik yaklaşımının netleşmesinde ve yukarıda bahsedilen söylemin yerleşmesinde önemli bir yer tutmaktadır. Androgöji ayırımı, yetişkinleri kendilerine has özellikleri ile ele almakta ve onlara yönelik eğitimlerin mutlaka bu farklılıkları dikkate almaları gerektiğini ortaya koymaktadır. Pedagojiden farklı olan bu yaklaşıma, yukarıda bahsedilen yapısal değişimler -imalattan hizmetlere kayan bir ekonomi ve küresel yaşlanma- de eklendiğinde, yaşlılarla ilgili geleneksel kalıpların gerçekleri yansıtmayan 'efsaneler' olarak ele alınmaya başlandığını görüyoruz. Yeni söylem artık yaşlıların örgütler için bir ayak bağı değil birer fırsat olduğunu, onların zengin tecrübe repertuarlarıyla örgüte katkı sağlayacak aktörler olduğunu, yaşlıların değişime kapalı, katı aktörler değil de tecrübeleriyle her tür değişime rahatlıkla uyum sağlama kabiliyetine sahip çalışanlar olduğunu vb. belirtmektedir. Öyleyse insan kaynakları departmanları da buna uygun politikalar geliştirmeli, onlara uygun eğitim programları tasarlamalı ve yaşlıları güncel koşullara uydurmaya çalışmalıdır.

Sonuç olarak, güçlü değişim dalgaları yeni ihtiyaçlar ortaya çıkartmış, bu ihtiyaçlar ise kendisine uygun -ya da kendisi için işlevsel- bir söylem gereksinimi doğurmuş, bu söylem ise yaşlılar ile ilgili eski klişeleri hakikatten uzak efsaneler olarak ele alıp eğitim ve geliştirme alanına yaşlılarla ilgili önemli roller yüklemiştir.

Kaynakça

- Armstrong-Strassen, M. and Ursel N. D. (2009). Perceived Organizational Support, Career Satisfaction and the Retention of Older Workers. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 82, 201–220.
- Atd (2013). *ASTD Releases 2013 State of the Industry Report*. <https://www.td.org/insights/1642-billion-spent-on-training-and-development-by-us-companies> (Erişim: 05.02.2018).
- Bauman, Z. (2010). *Etiğin Tüketiciler Dünyasında Bir Şansı Var mı?*. Funda Çoban ve İnci Kantarcı (Çev.). Ankara: DeKi Yayınları.
- Bloland, H.G. (1995). Postmodernism and Higher Education. *Journal of Higher Education*, 66, pp.521-559.
- Bruyere, S.M. and Young J. and M. Maybaum (2012). The Aging Workforce: Challenges and Opportunities for Providers and Employers. http://www.edi.cornell.edu/download/NCRE_2012_Aging_workforce_presentation.pdf (Erişim: 06.02.2018).
- Callinicos, A. (2001). *Postmodernizme Hayır Marksist Bir Eleştiri*. Şebnem Pala (Çev.). Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Christie, S. (2017). Mapped: Retirement Ages Around the World, the Telegraph, <http://www.telegraph.co.uk/pensions-retirement/financial-planning/mapped-retirement-ages-around-world/> (Erişim: 05.02.2018).
- Clarke, A.E. (2005). *Situational Analysis: Grounded Theory After the Postmodern Turn*. Thousand Oaks, C.A: Sage.
- Dpt (2007). *Türkiye’de Yaşlıların Durumu ve Yaşlanma Ulusal Eylem Planı (2007)*. Yayın No: 2741.
- Elliot, A. (2017). *Çağdaş Sosyal Teoriye Giriş*. İbrahim Yıldız ve Aylin Görgün Baran (Çev.). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Eurofound. (2017). *European Working Condition Survey 2015: Working Conditions of Workers Of Different Ages*. Luxembourg: Publications Office Of European Union.
- Farrell, C. (2016). Disproving Beliefs About the Economy and Ageing. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2016/05/14/your-money/disproving-beliefs-about-the-economy-and-aging.html> (Erişim: 05.02.2018).
- Fcp. (2018). *Retirement Ages in Member States*. <https://www.etk.fi/en/the-pension-system-2/the-pension-system/international-comparison/retirement-ages/> (Erişim: 05.02.2018).
- Febvre, L. (1995). *Uygarlık, Kapitalizm ve Kapitalistler*. Mehmet Ali Kılıçbay (Çev.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Foucault, M. (2017). *Hapishanenin Doğuşu*. Mehmet Ali Kılıçbay (Çev.). Ankara: İmge Kitabevi.

- Giddens, A. (2016). *Modernliğin Sonuçları*. Ersin Kuşdi (Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Green, A. (1994). Postmodernism and State Education. *Journal of Education Policy*, 9(1), 67-83.
- Haber Türk (2017). Türkiye’de Ortalama Emeklilik Yaşı 51-52. <http://www.haberturk.com/ekonomi/is-yasam/haber/1459482-turkiyenin-ortalama-emeklilik-yasi-51-52> (Erişim: 05.02.2018).
- Harari, Y. N. (2017). *Hayvanlardan Tanrılara Sapiens*. Ertuğrul Genç (Çev.). İstanbul: Kolektif Kitap.
- Lytord, J. F. (2013). *Postmodern Durum*. İsmet Birkan (Çev.). Ankara: BilgeSu.
- Mattelart, A. (2012). *Bilgi Toplumunun Tarihi*. Halime Yücel (Çev.). İstanbul: İletişim.
- Merriam, B. S. (2015). *Nitel Araştırma: Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber*. Selahattin Turan (Çev.). İstanbul: Nobel.
- Patton, M. Q. (2002). *Çhaliative Research and Evaluation Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Qg (2012). *Ageing: Myth and Reality*. <https://www.qld.gov.au/seniors/documents/retirement/ageing-myth-reality.pdf> (Erişim: 05.02.2018).
- Samaradov, A. (1999). Aging and Labour Markets for Older Workers. *ILO Employment and Training Papers*, 33.
- Sardon, J.P. (2006). Population. *Recent Demographic Trends in the Developed Countries Population*, 61, 197-266.
- Sarıbay, A.Y. (2001). *Postmodernite, Sivil Toplum ve İslam*. İstanbul: Alfa.
- Slife, B.D.(1993). What’s Behind the Research? Discovering Hidden Assumptions in the Behavioral Sciences. Thousand Oaks, C.A: Sage.
- Sombart, W. (2016). *Yahudiler ve Modern Kapitalizm*. Sabri Gürses (Çev.). İstanbul: Küre.
- Spicer, M.W. (2005). Public Administration Enquiry and Social Science in the Postmodern Condition: Some İmplications of Value Pluralism, Administrative. *Theory & Praxis*, 27(December), 669-688.
- Stringer, E.T. (1993). Socially Responsive Educational Research: Linking Theory and Practice. in D.J. Flinders & G. E. Mills (Eds.). *Theory and Concept in Qualitative Research: Perspectives From the Field*, 141-162, New York: Teachers College Press.
- Şaylan, G. (2006). *Postmodernizm*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Tekfidan-Gümüş, N. (2017). Suudilerin ‘İlimli İslam’ Açılımı. Hürriyet Gazetesi. 27 Ekim 2017. <http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/nilgun-tekfidan-gumus/suudilerin-ilimli-islam-acilimi-40624027> (Erişim: 05.02.2018).

- The Guardian (2013). Ageing Population Will Have Huge Impact on Social Services, Lords Told. <https://www.theguardian.com/society/2013/feb/24/britain-ageing-population-lords-inquiry>(Erişim: 05.02.2018).
- The Irish Times (2017). Ageing Ireland: Living Longer and Cleaner Brings Its Own Problems. <https://www.irishtimes.com/news/health/ageing-ireland-living-longer-and-cleaner-brings-its-own-problems-1.2928267> (Erişim: 05.02.2018).
- Tüik, (2017). *İstatistiklerle Yaşlılar*. Yayın No: 24644.
- United Nations (2015). *Department of Economic and Social Affairs Population Division: World Population Ageing 1950-2050*.
- Wallace, R. & Wolf, A. (2012). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları Klasik Geleneğin İyileştirilmesi*. Mehmet Rami Ayas ve Leyla Elburuz (Çev.). Ankara: DoğuBatı Yayınları.
- Weber, M. (2011). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*. Mehmet Köktürk (Çev.). Ankara: Bilgesu.
- Withnall, A. (2004). Older Learners: Challenging the Myths, in Withnall, A., McGivney, V. and Soulsby, J. (eds.). *Older people learning – myths and realities*, içinde sf. 85-100, Leicester: NIACE.
- Withnall, A. (2010). *Improving Learning in Later Life*. London: Routledge.
- Yıldırım, C. (2016). *Bilim Felsefesi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.



Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet ve Kadının İşgücüne Katılımına İlişkin Mikroekonometrik Analiz: Türkiye

Microeconometric Analysis of Domestic Violence Against Women and Women's Labour Force Participation: Evidence from Turkey

Dr.Öğr. Üyesi Evren İpek¹ - Dr. Öğr. Üyesi Özlem Ayvaz Kızılgöl²

Başvuru Tarihi: 26.05.2018

Kabul Tarihi: 28.05.2019

Öz

Kadına yönelik aile içi şiddet, boyutu ve türleri değişmekle beraber tüm dünyada kadınların yaşadığı ortak ve önemli bir toplumsal sorundur. Kadına yönelik aile içi şiddet kadınları sadece fiziksel ve psikolojik olarak etkilememekte aynı zamanda hukuki, sosyal, siyasal ve ekonomik statülerinin gelişmesini de engellemektedir. Bu çalışmada, kadına yönelik aile içi şiddeti etkileyen faktörler belirlenmeye çalışılmış ve kadının işgücüne katılımının aile içi şiddet üzerindeki etkisi değerlendirilmiştir. Veriler, 2008 ve 2014 yıllarında Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yapılan "Türkiye'de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması" anketlerinden elde edilmiştir. Analiz iki durumlu logit model ile gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre kadının yaşı arttıkça kadına yönelik şiddetin arttığı tespit edilmiştir. Kadının ve eşinin eğitim düzeyi arttıkça aile içi şiddetin azaldığı görülmüştür. Kadının çalışması yani işgücüne katılması şiddet görmesini engelleyen bir faktör değildir. Çalışan kadınların çalışmayan kadınlara göre fiziksel ya da cinsel şiddet yaşama olasılığı daha fazladır. Eşlerin alkol kullanması, kumar oynaması ve uyuşturucu kullanması durumunda aile içi şiddetin arttığı belirlenmiştir. Marmara Bölgesine göre en fazla aile içi şiddetin yaşandığı bölge 2008 yılında Doğu Anadolu Bölgesi, 2014 yılında İç Anadolu Bölgesi olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kadına Şiddet, İşgücüne Katılım, Türkiye, Logit Model

Abstract

Domestic violence against women is a common and important social problem for women in all over the world since the size and type of it varies among countries. Domestic violence against women does not only affect women physically and psychologically, but at the same time impedes the development of legal, social, political and economic status of them. This study aims to analyze the factors influencing the domestic violence against women and evaluates the impact of labor force participation of women on domestic violence. The data is obtained from the Surveys on Domestic Violence against Women in Turkey that are conducted by Turkish Statistical Institute

¹ Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi İİBF, eipek@bandirma.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4855-6545

² Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi İİBF, okizilgol@bandirma.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9996-7892

in 2008 and 2014. The analysis is performed with binomial logit model. The empirical results indicate that as the age of women increases, domestic violence against women increases. It is detected that as the education level of women and her spouse increases, domestic violence decreases. According to the results, employment of women, in other words the labor force participation of women, does not a factor that prevent women from domestic violence. Working women are more likely to experience physical or sexual violence than non-working women. The results indicate that domestic violence increases in case spouses use alcohol, use drugs or gamble. When compared with Marmara Region, the region where the domestic violence is experienced most is determined as Eastern Anatolia Region in 2008 and Central Anatolia Region in 2014.

Keywords: *Violence Against Women, Labour Force Participation, Turkey, Logit Model.*

Giriş

Şiddet, Dünya Sağlık Örgütü'nün (WHO) 2002 yılında yayınladığı Şiddet ve Sağlık Raporu'nda genel olarak "fiziksel zorlama ya da gücün niyet dahilinde bir şahsa veya gruba yönelik olarak uygulanışı" şeklinde tanımlanmıştır. Şiddet fiziksel, cinsel, duygusal (psikolojik) ve ekonomik gibi çeşitli şekillerde gerçekleşebilir. Fiziksel şiddet; kişiye fiziksel olarak zarar vermeyi amaçlayan vurma, tokat atma, itme, saçını çekme, kol bükme, tekme atma, boğazını sıkma, herhangi bir aletle yaralama, sağlıksız koşullarda yaşamaya zorlama vb. hareketleri içermekte ve öldürmeye kadar uzanan çok geniş bir kapsama alanı bulunmaktadır. Cinsel şiddet; taciz, tecavüz, ensest, zorla evlendirme vb. konuları kapsamaktadır. Duygusal (psikolojik) şiddet; aşağılama, hakaret etme, bağırma, küfretme, dalga geçme, karar verme hakkına engel olma, aileyle ve arkadaşlarla konuşma hakkını elinden alma, ekonomik veya sosyo-kültürel üstünlük belirtme vs. gibi davranışları içermektedir. Yaygın olarak görülen bir diğer aile içi duygusal şiddet biçimi de özgürlükten yoksun bırakmadır. Kişiyi evde bir odaya kilitlemek, dışarıya yalnız çıkmasına izin vermemek buna örnektir. Ekonomik şiddet ise zorla çalıştırma, çalışmasına engel olma, kadının çalışmasını ve konumunu küçümseme, kadının gelirini kullanmasını önleme, kişisel malvarlığının izinsiz kullanımı vb. gibi konuları içermektedir (Karal ve Aydemir, 2012, s. 22-23; Ararat vd., 2014, s. 22, Adaçay ve Güney, 2012, s. 314).

Kadına yönelik şiddetin kadın hakları ihlali olduğuna vurgu yapan Dünya Sağlık Örgütü'nün raporlarına göre dünyadaki kadınların yaklaşık 3'te biri (%30) yaşamları boyunca yakın ilişkide buldukları erkekler tarafından uygulanan fiziksel ve/veya cinsel şiddete maruz kalmışlardır. Bununla birlikte kadın cinayetlerinin %38'inin de kadınların yakın ilişkide buldukları erkek partnerleri tarafından gerçekleştirildiği raporlanmıştır. Kadının yakın ilişkide olduğu erkek partnerinden hayatı boyunca uğradığı fiziksel şiddetin yaygınlığına ilişkin UNSTATs verileri incelendiğinde bu oranın Uganda'da %42.7; Kenya'da %37; Hindistan'da %35.1; Mısır'da %33.2 olduğu ve Türkiye'nin de %36 gibi bir değerle şiddet yaygınlığının yüksek olduğu bu ülkeler arasında yer aldığı görülmektedir. Kadına yönelik fiziksel şiddet yaygınlığının Avrupa ülkelerinde görece daha düşük olup Fransa'da %25, Almanya'da %20; İtalya'da %17;

Hollanda'da %22; İspanya'da %12; Yunanistan'da %18; Bulgaristan'da %22 olduğu tespit edilmektedir.³

Ülkemizde 1980'lerde kadın hareketleriyle başlayan 1990'larda kurumsallaşan ve 2000'li yıllardan sonra sorunun çözümü için yapılan çalışmalar hız kazanmış olmasına rağmen halen sorunun çözümüyle ilgili eksiklikler bulunmakta, kadına şiddet olayları gittikçe artmaktadır (Oktay, 2015, s. 111). Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu'nun 2017 yılı veri raporuna göre, Türkiye'de 2008-2017 yılları arasında öldürülen kadın sayıları ciddi boyutlardadır ve giderek artmıştır. 2008 yılında 80, 2009 yılında 109, 2010 yılında 180, 2011 yılında 121, 2012 yılında 210, 2013 yılında 237, 2014 yılında 294, 2015 yılında 303, 2016 yılında 328 ve 2017 yılında 409 kadın erkekler tarafından öldürülmüştür. Kadınların %22'si kocası, %13'ü tanıdığı birisi veya akrabası, %9'u erkek arkadaşı, %5'i boşandığı erkek, %4'ü babası, %4'ü oğlu, %3'ü ayrıldığı erkek arkadaşı, %2'si ağabeyi ve %1'i üvey oğlu tarafından öldürülmüştür (Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu).

Türkiye'de kadına yönelik şiddeti konu alan ayrıntılı bilgi ve veri sağlayan araştırma sayısı oldukça azdır. Hem aile mahremiyeti olarak düşünüldüğü için, hem de insanların kendilerine şiddet uygulandığını itiraf etmeleri son derece güç olduğu için kadınların yaşadıkları şiddete ilişkin gerçek bilgilerin elde edilmesi mümkün görünmemektedir (Oktay, 2015, s. 85). Ülkemizde bu alanda yapılan sınırlı yerel araştırmalar yanında son yıllarda az sayıda ulusal araştırma da gerçekleştirilmiştir. Literatürde bu konudaki eksikliği dikkate alan bu çalışmada, Türkiye'de 2008 ve 2014 yıllarında kadına karşı aile içi şiddeti belirleyen unsurlar ortaya konmaya çalışılmış, her iki yıl için karşılıklı değerlendirmeler yapılmış ve ayrıca kadının işgücüne katılımının şiddet üzerindeki etkisi ölçülmeye çalışılmıştır. Türkiye'de bu konuda az sayıda olan ulusal çaptaki çalışmalarda tek bir yıl için analizler gerçekleştirilmiş, yıllar bazında şiddetin boyutu değerlendirilmemiştir. Bu sayılan nedenler, çalışmayı diğer çalışmalardan farklı kılmaktadır.

Çalışmanın diğer bölümleri şu şekilde ele alınmıştır: ikinci bölümde kadına karşı şiddeti belirleyen unsurları ele alan deneye dayalı çalışmalar incelenecek, üçüncü bölümde kadının işgücüne katılımının kadına yönelik aile içi şiddet üzerindeki etkisi değerlendirilecek, dördüncü bölümde deneye dayalı analizde kullanılan veri seti ve değişkenler tanıtılacak ve analiz sonuçları yorumlanacak, beşinci bölümde ise sonuç ve önerilere yer verilecektir.

Literatür Taraması

Kadına yönelik aile içi şiddeti konu alan çeşitli deneye dayalı çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalardan bazıları şunlardır: Mayda ve Akkuş (2004), evli kadınlara karşı aile içi şiddetle ilişkili faktörleri, şiddete karşı kadının davranışını ve şiddetle ilgili olarak sağlık personelinin

³ BM İstatistik Bölümü (UNSTATS) tarafından yayınlanan "Dünya'da Kadın 2015: Eğilimler ve İstatistikler" kitabının altıncı bölümünde yer alan "Kadına Yönelik Şiddet" ile ilgili veriler çerçevesinde; çeşitli ülkelerde kadına yönelik şiddetin mevcut durumu çalışmanın Ek kısmında Tablo 1'de gösterilmektedir.

soruları doğrultusunda kadının davranışını açıklamaya çalışmışlardır. Düzce ilinde 116 evli Türk kadınıyla yatay kesite dayanan bir araştırma yapmışlardır. Aile içi fiziksel şiddetin yaygınlığı %41.4, duygusal şiddetin yaygınlığı %25.9, cinsel şiddetin yaygınlığı %8.6 bulunmuştur ve kadınların eşi tarafından kontrol edilen herhangi bir davranışının oranı %77.6'dır. Yaşamlarının herhangi bir döneminde fiziksel şiddeti yaşayan kadınların oranı %50.9'dur. Fiziksel şiddet oranı hem kadınların hem eşlerinin düşük eğitim düzeyiyle ve onların doğum yeriyle ilişkili bulunmuştur. "Kocalar eşlerini dövemez" düşüncesinin eğitilmiş kadınlar arasında daha yaygın olduğu görülmüştür. Kadınların %82'si sağlık personeli tarafından aile içi şiddet hakkında sorulan soruları cevaplamaya gönüllü olmuştur. Herhangi bir kadının veya eşinin kültürel geçmişi ve eğitimi, evde şiddet davranışının benimsenmesi ve tahammül edilmesi olasılığını etkilemektedir. Şiddetin sorgulanmasının, kadınların sağlık hizmetlerinde bir rutin olması gerektiği ve çoğu kadına uygulanması gerektiği önerilmiştir.

Ergin vd. (2005) Türkiye'nin sosyoekonomik olarak gelişmiş bir metropolitan şehrinde (Bursa'da) kadınlar arasında aile içinde yaşanan evlilik şiddetinin yaygınlığını, tipini, sıklığını ve nedenlerini araştırmışlardır. Çalışma 2003 yılında yatay kesit verisine dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Farklı amaçlar için 50 tane sağlık ocağını ziyaret eden, yaşı 18 ve üzerinde olan evli kadınlar çalışmaya dahil edilmiştir. 1427 anketin 1010 tanesi uygun bulunmuş ve yüz yüze görüşmeyle anketler tamamlanmıştır. Uygulamada çoklu uyum analizi ve logistik regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Aile içi şiddet ve eğitim düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Eğitimi olmayan kadınlar üniversite mezunu veya daha yüksek eğitime sahip olanlara göre 2.6 kat daha fazla ailevi suistimale uğramıştır. Aile içi şiddet ile kadının yaşı veya iş durumu, evlilik süresi veya aile geliri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. En sık karşılaşılan şiddet türü fiziksel şiddettir, onu duygusal şiddet takip etmektedir. En düşük eğitim düzeyinin ve gelirin, şiddete uğrayan kadınlar arasında sıklıkla tüm şiddet türlerinde görüldüğü rapor edilmiştir. Aile içi şiddeti önlemede kızların eğitilmesinin ve eğitimin önemi vurgulanmıştır.

Alper vd. (2005), bir grup Türk kadını arasında yaşanan aile içi şiddet gerçeğini, onun genişliğini, tipini ve yaşanma sıklığını araştırmışlardır. Çalışmayı Ekim 2000 ile Mayıs 2001 döneminde Türkiye'nin en büyük dördüncü şehri olan Bursa'da gerçekleştirmişlerdir. Farklı bölgelerdeki herhangi 50 sağlık merkezini ziyaret eden 15 yaş üzerindeki tüm kadınlar çalışmaya dahil edilmiştir. 506 katılımcı çalışma grubu olarak alınmıştır ve yüz yüze görüşme ile anket formu doldurulmuştur. Ankete katılanların 297 (%58.7)'sinin hayatlarında en az bir kez aile içi şiddete maruz kaldığı tespit edilmiştir. Erkek arkadaş ilk şiddet uygulayan kişidir ve bunların oranı %49.5'dir. Bunu anne ve/veya babası %14.1 oranı ile takip etmiştir. Fiziksel ve psikolojik şiddet kombinasyonunun %45.5 ile en çok karşılaşılan şiddet türü olduğu bulunmuştur. Kadınların yarısından fazlasının (%58.6) aile içi şiddeti sıklıkla ve sürekli olarak yaşadığı sonucuna ulaşılmıştır. Şiddet davranışının nedenlerinin ekonomik zorluk (%18.9), alkol tüketimi (%18.5) ve kötü aile ilişkileri (%15.8) olduğu ortaya konmuştur. Mağdurların %43.8'i şiddeti kabul ederken, %26.6'sı tepki göstermiştir. Çocukları yüzünden

eşinin şiddeti nedeniyle ilişkisini bitirmeye istekli olmayan kadınların oranı %48.2 bulunmuştur. Kadınların ve erkeklerin yüksek eğitilmiş olmasının aile içi şiddetin yaygınlığında bir düşüşe yol açtığı bulgusu elde edilmiştir.

Kocacık ve Doğan (2006) kadına yönelik aile içi şiddetin nedenlerini Sivas ili için değerlendirmişlerdir. Analizler 10 mahalleden seçilmiş 583 hanehalkı ile 2004 yılında yapılan anketlerden elde edilen bulgular temel alınarak gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre aile içi şiddetin yaygınlığı %52 oranındadır. Ailenin yıllık gelir seviyesi arttığında aile içi şiddet oranının düştüğü tespit edilmiştir. Düşük eğitim seviyesi de aile içi şiddeti artıran önemli bir unsur olarak bulunmuştur. Şiddete maruz kalan kadınların %74'ünün ev hanımı olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca istinaden ekonomik özgürlüğün aile içi şiddete karşı koruyucu etkisine vurgu yapılmıştır.

Syed vd. (2013), Pakistan'ın Shikarpur Sindh bölgesinde kadınlara karşı aile içi şiddeti araştırmışlardır. Pakistan'da kadınlar, aile şiddeti en yaygın olmak üzere çeşitli şiddet türleriyle karşı karşıya kalmaktadırlar. Araştırılan kadınların çoğunun temel haklarından mahrum edildiği ve erken evliliklere karşı çıktıkları görülmektedir. Kırsal kesimdeki kadınların daha az kendilerine güven duydukları ve evin dışına çıktıklarında eşlerinin şiddeti ile karşılaştıkları rapor edilmiştir.

Paul (2016), kadının iş gücüne katılımının aile içi şiddet üzerindeki etkilerini Hindistan için analiz etmiştir. Analizlerde 15-49 yaş aralığındaki 69704 evlenmiş kadını kapsayan örneklem kullanılmıştır. Veri kaynağı 2005-2006 yıllarında gerçekleştirilmiş olan Ulusal Aile Sağlığı Anketi III olmaktadır. Analizlerde Doğrusal Olasılık Modeli ve Logistic Regresyon Modeli uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre çalışan kadının kısa dönemde şiddete uğrama olasılığı işgücüne dahil olmayan kadınlara kıyasla daha yüksektir. Bu sonuç, kadının istihdamıyla birlikte güçsüz bırakılan erkeklerin alışlagelen aile içi düzeninin yeniden tesisi için şiddeti bir araç olarak görmeye başlamasıyla açıklanmaktadır. Bununla birlikte eşinden daha fazla kazanan veya kendi kullanımına ait parası olan kadının da şiddete uğrama olasılığı da daha yüksek bulunmuştur.

Büyükyılmaz ve Demir (2016), Türkiye'de kadına yönelik aile içi şiddeti etkileyen unsurları Multinomial Logit Model analiziyle değerlendirmişlerdir. Ampirik analizlerde Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 2008 yılı "Türkiye'de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması" veri seti kullanılmıştır. 15-59 yaş arasındaki 2071 kadından elde edilen anket sonuçlarına göre yapılan analizlerde fiziksel şiddet görenler hiç şiddet görmeyenlerle, hem fiziksel hem de cinsel şiddet görenler hiç şiddet görmeyenlerle karşılaştırılarak iki farklı modelleme kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; lise ve üstü eğitim alanlar ilköğretim mezunlarına göre, 14-25 yaş grubundakiler 26 ve üstü yaşta olanlara göre, eşi lise ve üstü eğitim alanlar eşi ilköğretim mezunu olanlara göre, eşi çalışanlar çalışmayanlara göre, eşi alkol kullanmayanlar kullananlara göre, Marmara Bölgesinde yaşayanlar İç Anadolu, Doğu ve

Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yaşayanlara göre daha az fiziksel şiddete maruz kalmaktadır. Hem fiziksel hem cinsel şiddete uğrayanların değerlendirildiği ikinci modelde de bu bulgular desteklenmektedir.

Owusu Adjah ve Agbemafle (2016), Gana'daki evli kadınların aile içi şiddeti yaşama olasılığını arttıran faktörleri belirlemeye çalışmışlardır. 2008 Gana Demografik ve Sağlık Araştırması verilerini kullanarak çok değişkenli logistik model ile çalışmışlar ve risk faktörlerini elde etmişlerdir. Çalışmalarında 1524 evli kadının %33.6'sı aile içi şiddeti yaşamıştır. Kentsel alanlarda oturan kadınların aile içi şiddeti yaşama riski %35'dir. Eşinin babasının annesine vurduğuna tanık olan kadınların, babası annesine asla şiddet uygulamayan kadınlara göre, aile içi şiddet görme riski %41 daha fazladır. Annesinin babasına vurduğuna tanık olan kadınlar diğerlerine göre şiddete 3 kat daha fazla maruz kalmaktadır. Eşi orta öğretim üstü eğitilmiş olan kadınların, eşi hiç okula gitmeyen kadınlara nazaran aile içi şiddet görme riski %48 daha azdır. Eşi alkol kullanmayan kadınlarla kıyaslandığında eşi alkol kullanan kadınlar 2.5 kat daha fazla aile içi şiddete maruz kalmaktadır.

Dasre vd. (2017), kadının ekonomik katılımının aile içi şiddeti hangi yönde etkilediğini Türkiye için analiz etmişlerdir. Analizlerde 15-59 yaş aralığındaki evlenmiş kadınlar üzerine odaklanılmış ve 2014 yılında gerçekleştirilen Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Anketinden yararlanılmıştır. Örneklem 6125 kadını kapsamaktadır. Aile içi şiddet kavramı son 12 ayda kadına yakın ilişkide olduğu erkek partneri tarafından uygulanan fiziksel ve/veya cinsel şiddet olarak ele alınmıştır. Ampirik analizlerde Logit Model kullanılmıştır. Analizlerde kadının sosyoekonomik anlamda güçlenmesinin (kadının eğitimi, işgücü piyasasına katılımı, hane gelirine katkısı değişkenleriyle ölçülmüştür) şiddet üzerindeki etkilerine odaklanılmıştır. Yüksek eğitim seviyesinin ve resmi işlerdeki istihdamın kadınları aile içi şiddetten koruduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte eşler arasındaki ekonomik güç dağılımındaki eşitsizliğin aile içi şiddetle sonuçlanabilecek gerginlikler yaratma potansiyeline sahip olduğu gözlenmiştir. Analiz sonuçlarına ilişkin detaylar şu şekilde özetlenebilir: (i) kadının yaşı arttıkça şiddet görme olasılığı azalmaktadır, (ii) çocuk sayısı arttıkça şiddet olasılığı artmaktadır, (iii) rızası dışında evlilik yapan ve yeniden evlenen kadınların şiddet görme olasılığı daha yüksektir, (iv) eşin alkol kullanımı ile şiddet arasında pozitif yönlü ilişki bulunmuştur, (v) yüksek öğretim gören kadınların şiddet görme riski daha düşüktür, (vi) resmi olmayan ya da düzensiz işlerde istihdam edilen kadınların resmi işlerde çalışan veya iş hayatında aktif olmayan kadınlara göre şiddet görme olasılığı daha yüksektir, (vii) ekonomik katılıma ilişkin sınırlı özgürlükler ile şiddet yakın ilişki içerisindedir, (viii) eşinin eğitim seviyesi düşük olan kadınların şiddet görme olasılığı daha yüksektir.

Lenze ve Klasen (2017) de kadının işgücüne katılımının aile içi şiddete etkisini Ürdün için analiz etmişlerdir. Analizler 2007 yılında gerçekleştirilmiş olan Ürdün Nüfus ve Aile Sağlığı Anketi'ne dayanmaktadır. Örneklem 15-49 yaş aralığındaki 10867 evlenmiş kadını içermektedir. Analizlerde Doğrusal Olasılık Modeli kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre eğer kadın ücretli

bir işte çalışıyorsa eşinden şiddet görme olasılığı %7.6 artmaktadır. Eşin eğitim seviyesinin düşük olması durumunda şiddetin arttığı tespit edilmiştir. Eşin düzenli bir işinin olması kadının maruz kaldığı şiddeti istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönde etkilemektedir. Hanehalkının ekonomik statüsünü yansıtan servetin şiddeti azalttığı tespit edilmiştir. İçsellik sorunu göz önüne alınıp tahminler tekrarlandığında kadının çalışma durumunun aile içi şiddet üzerindeki etkisinin anlamsızlaştığı görülmektedir.

Kadının İşgücüne Katılımının Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Üzerindeki Etkisi

Kadına yönelik aile içi şiddetin önlenmesine ilişkin vurgulanması gereken önemli bir husus kadının işgücüne katılımıyla ilgilidir. Kadının işgücüne katılımının aile içi şiddete etkisine ilişkin farklı bakış açıları olmakla birlikte bu konudaki ilk yaklaşım, kadın istihdamının şiddetten koruyucu etkilerine işaret etmektedir. Kadının işgücüne katılımıyla birlikte gelir elde etmesine bağlı olarak sağladığı ekonomik güç aile içindeki şiddeti azaltıcı etkiler yaratacaktır. Kadının finansal bağımsızlığı şiddet gördüğü ilişkisini bitirme olasılığını yükseltecektir. Bununla birlikte kadının gelirindeki bir artış eşin şiddet içeren davranışlarını kısıtlamaktadır. Ayrıca kadının gelir sağlaması ailenin gelirinde bir artışa neden olmak suretiyle ailenin ekonomik stresini azaltmakta ve böylece eş şiddetini engellemektedir. Konuya ilişkin diğer yaklaşımda ise kadının ücretli bir işte istihdamının şiddeti arttıracığı savunulmaktadır. Buna göre kadının çalışma hayatına dahil olmasıyla birlikte kendilerinin aile içindeki otoritesinin sarsıldığını düşünen eşler bu otoritenin yeniden temini için şiddete başvurumaktadırlar (Lenze ve Klasen, 2017, s. 3).

Kadınların ekonomik hayata tam ve etkin olarak katılımı güçlü ekonomilerin inşası ve yaşam kalitesinin geliştirilmesi için son derece önemlidir. Kadınların mevcut durumları iyileştirilmeden kalkınma, sürdürülebilirlik ve insan haklarına yönelik hedeflere ulaşılmasına imkân bulunmamaktadır. Aile içi şiddet geçmişi olan kadınların, iş hayatının daha fazla kesintiye uğradığı ve iş hayatındaki verimliliklerinin azaldığı görülmektedir. Bununla birlikte aile içi şiddet kadınların işgücü içerisinde kalma isteklerini de olumsuz etkilemektedir (Ararat vd., 2014). Kadına yönelik şiddetin düşük kadın işgücü katılımı, düşük iş verimliliği ve düşük kazançlar gibi etkileri olduğu vurgulanmalıdır. ABD’de şiddet mağduru kadınların %30’unun uğramış oldukları şiddete bağlı olarak işlerini kaybettikleri raporlanmıştır. Bununla birlikte, Santiago için yapılan bir çalışmada şiddete maruz kalmayan kadınların ayda ortalama 385 dolar kazanırken aile içinde fiziksel şiddet gören kadınların aylık ortalama gelirinin ancak 150 dolar olduğu tahmin edilmiştir. Diğer taraftan, aile içi şiddetin çocukların gelecek istihdam olanaklarına potansiyel etkisi de önemlidir. Şiddet yaşanan ailelerden çıkan çocukların eğitim hayatlarında karşılaştıkları kötü performans bir diğer doğrudan etkidir (UNICEF, 2000, s. 9).

Kadına yönelik aile içi şiddetin önlenmesinde, özellikle uzun vadede, kadının eğitim seviyesinin ve kadının işgücüne katılım oranının arttırılmasına yönelik çabaların son derece önemli olduğu düşünülmektedir. Kadın işgücü katılım oranının artması kadının hane içindeki otoritesini arttırıcı ve dolayısıyla aile içi şiddete uğrama riskini de azaltıcı bir unsurdur. Aile içi şiddetin

varlığı kadının işgücüne katılımını azaltıcı etkiler yaratabileceği gibi, kadının işgücüne katılım oranının artması da aile içi şiddeti önleyici etkiler yaratabilecektir. Nitekim, Yılmaz (2017) Türkiye için gerçekleştirdiği deneye dayalı çalışmasında kadının aile içindeki otoritesinin artmasının aile içi şiddeti azalttığı; kadının aile içi otoritesinin de kadının eğitimi ve kendine ait gelirinin varlığı ile doğru orantılı olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Bu konuya diğer perspektiften yaklaşıldığında ise kadının hane içindeki otoritesinin azalmasının kadının işgücüne katılım oranının azalmasıyla sonuçlanabileceği riskine de vurgu yapmak gerekir.

Kadınların çalışmasına karşı olumsuz bakışın değişmesi, kadınların eğitim seviyesinin yükselmesi, evlilik yaşının yükselmesi ve doğum oranlarının düşmesine rağmen Türkiye’de kadınların işgücüne katılım oranları çok düşüktür. Kentleşme ve tarımsal istihdamdaki azalma kadınların işgücüne katılım oranını azaltmaktadır. Tarımdan, tarım dışı işgücü göçü gerçekleştikçe, kadınların ücretsiz aile işçisi olarak yoğun biçimde istihdam edildiği tarımın istihdamdaki payı azalmış, kadınların işgücüne katılım oranı düşüş eğilimine girmiştir. Bu nedenlerin dışında ekonomik krizler, eğitim seviyesinin düşük olması, çalışma çağındaki nüfusun yıllık artış hızının o yıl içerisinde yeni yaratılan işlerin yıllık artış hızından fazla olması ve enformel ekonominin varlığı da kadınların işgücüne katılım oranlarını azaltmaktadır (Oktay, 2015, s. 81).

Ek Tablo 2’de seçilmiş bazı ülkelerde 2016 yılında kadınların işgücüne katılım oranlarına ilişkin veriler aktarılmaktadır. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) verilerine göre Türkiye’de kadınların işgücüne katılım oranı 2016 yılı için %36.2’dir. Tabloda yer verilen 79 ülke arasında Türkiye’nin ancak son sıralarda yer buluyor olması üzerinde düşünülmesi gereken bir bulgudur. Türkiye kadın işgücü katılım oranı bağlamında ancak İran (%17.5), Kosova (% 8.6), Suudi Arabistan (%23.3), Mısır (%24.1) ve Bangladeş (%34.2)’in ön sıralarına yerleşebilmiştir. İşgücüne dahil olmayan kadınların %24’ü hane içinde karar alma sürecinde otoriteleri olmadığını belirtmişlerdir (Yılmaz, 2017, s. 21). Kadın işgücü katılım oranında bu kadar alt sıralarda yer alan Türkiye, 2015 yılında UNSTATs’ın yayınladığı istatistiklere⁴ göre kadına yönelik şiddetin yaygınlığı sıralamasında ise üst sıralara yerleşmektedir.

Tablo 3’de Türkiye’de kadınların işgücüne katılım oranının yıllar içinde değişimi gösterilmektedir. 2006 yılında %25.1 olan kadın işgücüne katılım oranının 2016 yılında %36.2’ye yükselmesi olumlu bir gelişme olsa da daha önemli bir gelişme sağlaması gerektiği ortadadır.

Tablo 3. Türkiye’de Kadınların İşgücüne Katılım Oranı (15-64 yaş)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Kadın İşgücüne Katılım Oranı	25.1	25.2	26.2	27.8	29.6	31	31.8	33.2	33.6	34.9	36.2

Kaynak: <http://www.ilo.org/ilostat/> (Erişim Tarihi: 05.02.2018)

⁴ Ek kısmında Tablo 1’de ilgili istatistik bilgileri sunulmaktadır.

Ampirik Analiz

Verilerin ve Değişkenlerin Tanımlanması

Çalışmada TÜİK'in 2008 ve 2014 yıllarında yaptığı "Türkiye'de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması" ham verileri kullanılarak, Türkiye'de kadına yönelik aile içi şiddeti etkileyen faktörler incelenmiş ve söz konusu yıllar için karşılaştırma yapılmıştır. Kadına yönelik şiddet konusunda yürütülmüş ülke çapında temsil niteliğine sahip kapsamlı ilk araştırma TÜİK tarafından 2008 yılında gerçekleştirilen "Türkiye'de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması"dır. 2014 yılında yapılan "Türkiye'de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması", kadınların yaşadığı aile içi şiddetin büyüklüğü, içeriği, neden ve sonuçları ile risk faktörlerinin anlaşılması amacıyla ülke genelini temsil eden en geniş örneklemlili ikinci araştırmadır (TÜİK). 2008 yılındaki anket 12795 kadınla, 2014 yılındaki anket ise 7462 kadınla gerçekleştirilmiştir. 2014 yılındaki araştırmada 666 kadın anket sorularının çoğunu cevaplamayı reddettiği için bu çalışmada 6796 kadın analize dahil edilmiştir. Her iki yıl için yapılan anketlere 15-59 yaş arasındaki kadınlar katılmıştır. Kadının aile içinde şiddet görmesini etkileyen faktörler olarak; kadının yaşı, kadının ve eşinin eğitim düzeyi, kadının ve eşinin çalışma durumu, eşinin alkol kullanması, kumar oynaması, uyuşturucu kullanması, 6-14 yaş aralığındaki çocuk sayısı ve hanenin yaşadığı bölge alınmıştır. Kadının işgücüne katılımını temsil eden değişken, anketlerin özelliğinden dolayı sadece kadının çalışma durumu (çalışıyor veya çalışmıyor) olarak seçilebilmiştir. Her iki yıl için yapılan anketlerde "düzenli işiniz var mı?" sorusuna "evet" cevabını veren kadınlar, çalışıyor olarak değerlendirilmiştir. Bağımlı değişken, fiziksel ya da cinsel şiddet gören ve görmeyen kadınlar şeklinde iki kategorili olarak ele alınmıştır. Analizde kullanılan tüm değişkenler ve tanımlayıcı istatistikleri Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 4. Tanımlayıcı İstatistikler

	2008			2014		
	N	Ort.	Std. Sap.	N	Ort.	Std. Sap.
Kadının Yaşı						
15-25	3145	0.246	0.431	1021	0.150	0.357
26-35	3991	0.312	0.463	2117	0.312	0.463
36-45	2931	0.229	0.420	1784	0.263	0.440
46-59	2728	0.213	0.409	1874	0.276	0.447
Kadının Eğitim Düzeyi						
Okula gitmeyenler ve ilköğretim	9410	0.735	0.441	4886	0.719	0.449
Lise ve üstü	3385	0.265	0.441	1910	0.281	0.449
Kadının Çalışma Durumu						
Çalışıyor	3400	0.266	0.442	2123	0.312	0.464
Çalışmıyor	9395	0.734	0.442	4673	0.688	0.464
Eşinin Eğitim Düzeyi						
Okula gitmeyenler ve ilköğretim	8308	0.649	0.477	4016	0.591	0.492
Lise ve üstü	4487	0.351	0.477	2780	0.409	0.492
Eşinin Çalışma Durumu						
Çalışıyor	9616	0.752	0.432	5468	0.805	0.397
Çalışmıyor	3179	0.248	0.432	1328	0.195	0.397
Eşinin Alkol Kullanması						
Kullanıyor	2472	0.193	0.395	1365	0.201	0.401
Kullanmıyor	10323	0.807	0.395	5431	0.799	0.401
Eşinin Kumar Oynaması						
Oynuyor	247	0.019	0.138	136	0.020	0.140
Oynamıyor	12548	0.981	0.138	6660	0.979	0.140
Eşinin Uyuşturucu Kullanması						
Kullanıyor	40	0.003	0.056	42	0.006	0.078
Kullanmıyor	12755	0.997	0.056	6754	0.994	0.078
6-14 Yaş Arası Çocuk						
Var	5238	0.409	0.492	3027	0.445	0.497
Yok	7557	0.591	0.492	3769	0.555	0.497
Bölgeler						
Marmara	2715	0.212	0.409	1897	0.279	0.449
Ege	989	0.077	0.267	584	0.086	0.280
İç Anadolu	2057	0.161	0.367	988	0.145	0.353
Akdeniz	1151	0.089	0.286	561	0.083	0.275
Karadeniz	1965	0.154	0.361	1173	0.173	0.378
Doğu Anadolu	2502	0.196	0.397	1105	0.163	0.369
Güneydoğu Anadolu	1416	0.111	0.314	488	0.072	0.258

Tablo 5’de 2008 ve 2014 yıllarında hanenin bulunduğu yerleşim yerine göre şiddet gören ve görmeyen kadınların frekansları ve yüzdeleri verilmiştir. 2008 yılında kentte yaşayan kadınların %62.73’ü şiddet görmezken, %37.27’si şiddet görmüştür. Yine aynı yılda kırsal alanda yaşayan kadınların %59.39’u şiddete maruz kalmamış fakat %40.61’i ya fiziksel ya da cinsel şiddete maruz kalmıştır. 2008 yılında kırsal bölgelerde oturan kadınlar kentsel bölgelerdekilere göre daha fazla şiddet görmüştür. 2014 yılına bakıldığında kentte oturan kadınların %66.09’u şiddet yaşamaz iken, %33.91’i şiddet yaşamıştır. Eşi tarafından şiddete uğramayan kadınların oranı söz konusu yıl için kırsal alanda %63.59, şiddete uğrayan kadınların oranı %36.41’dir. 2008 yılında olduğu gibi 2014 yılında da kırsal bölgelerde oturan kadınlar kentsel bölgelerde oturanlara göre daha fazla şiddete uğramıştır. Her iki yıl karşılaştırıldığında, 2014 yılında 2008 yılına göre eşi tarafından şiddete uğrayan kadınların oranı kentsel ve kırsal alanlarda daha azdır.

Tablo 5. Yerleşim Yerine Göre Şiddet Gören ve Görmeyen Kadınların Frekansları

	2008				2014			
	Kent		Kır		Kent		Kır	
Şiddet	N	%	N	%	N	%	N	%
Fiziksel veya Cinsel Şiddet Görmemiş	5918	62.73	1996	59.39	3083	66.09	1355	63.59
Fiziksel veya Cinsel Şiddet Görmüş	3516	37.27	1365	40.61	1582	33.91	776	36.41
Toplam	9434		3361		4665		2131	

Yöntem

Bağımlı değişkenin iki durumlu olduğu (0 veya 1 değerini aldığı) modeller kesikli seçim modelleri olarak bilinirler. Doğrusal olasılık modeli, probit ve logit modelleri kesikli seçim modelleridir. Çalışmanın uygulama kısmında ele alınan bağımlı değişken, fiziksel veya cinsel şiddet gören ve görmeyen kadınlardır. Bu değişken, iki durumlu kalitatif bir değişkendir. Bu nedenle analiz logit model kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Logit model şu şekilde tanımlanmaktadır (Davidson ve MacKinnon, 1999: 446; Studenmund, 1997: 510):

$$P_i = E(Y = 1 / X_i) = \frac{1}{1 + e^{-(\beta' x_i)}} \quad (1)$$

eşitliğinde $Z_i = \beta' x_i$ olarak alınırsa,

$$P_i = E(Y = 1 / X_i) = \frac{1}{1 + e^{-z_i}} \quad (2)$$

(2) denklemi, kümülatif logistik dağılım fonksiyonu olarak bilinmektedir (Brooks, 2008 : 514; Dhrymes, 1978: 328). Bağımlı değişkenin $-\infty$ ve $+\infty$ arasında herhangi bir değer alabildiği farz

edilmektedir. Ancak bu durum dışında, sadece sonlu sayıda değerler de alabilmektedir. $Z_i \rightarrow +\infty$ a giderken e^{-Z_i} sıfıra gider. $Z_i \rightarrow -\infty$ a giderken e^{-Z_i} tanımsız olarak artar. Z_i , $-\infty$ dan $+\infty$ a doğru giderken P_i , 0 ile 1 aralığındadır. P_i $[0,1]$ aralığının dışında asla olamaz (Intriligator, vd., 1996: 161; Ramanathan, 1998: 607). Tahmin yöntemi, gözlemlenen P'nin 0 ve 1 arasında olup olmamasına veya iki değerli olup olmamasına ve 0 ya da 1 değerlerini alıp almamasına dayanmaktadır. P'nin kesinlikle 0 ve 1 arasında olduğu durumda, yöntem P'yi dönüştürüp bağımlı değişkeni kolayca elde edebilmektedir. Daha sonra bağımlı değişken, sabit terim ve açıklayıcı değişken (ya da açıklayıcı değişkenler) üzerine regres edilmektedir (Ramanathan, 1998: 607). P_i ile Z_i arasında doğrusal olmayan bir ilişki vardır. Bu yüzden parametreleri tahmin etmek için EKKY kullanılamaz, doğrusal olmayan tahmin yöntemleri kullanılabilir. Kümülatif logistik dağılım fonksiyonunun tersi alınarak logit model doğrusallaştırılabilir (Gujarati, 2004: 555).

$$1 - P_i = \frac{1}{1 + e^{-z_i}} \quad (3)$$

$$\frac{P_i}{1 - P_i} = \frac{1 + e^{z_i}}{1 + e^{-z_i}} = e^{z_i} \quad (4)$$

yazılabilir. $P_i / 1 - P_i$, fark oranıdır. Fark oranının doğal logaritması alınır, hem parametrelerine hem de değişkenlerine göre doğrusal denklem elde edilmektedir. Yani fark oranının logaritması, yalnız x_i 'lere göre değil anakütle katsayılarına göre de doğrusaldır (Koop, 2008: 278; Maddala, 1992: 328):

$$\ln\left(\frac{P_i}{1 - P_i}\right) = \ln(e^{z_i}) = Z_i = \beta' x_i \quad (5)$$

$Z_i = \beta' x_i$ denkleminde logit model denir.

Ampirik Sonuçlar

2008 ve 2014 yıllarında Türkiye'de kadına yönelik aile içi şiddeti etkileyen faktörleri belirlemek için oluşturulan Logit modelin tahmin sonuçları ve marjinal etkileri Tablo 6'da sunulmuştur. Tablo 6'da her bir yıla ait ilk sütun logit modelin katsayı değerlerini, ikinci sütun katsayıların z istatistiklerini, üçüncü sütun marjinal etkileri ve dördüncü sütun bunların z istatistik değerlerini vermektedir. Modeller marjinal etkiler dikkate alınarak yorumlanacaktır.

Analiz sonuçlarına göre, 2008 ve 2014 yıllarında 15-25 yaş arasındaki kadınlara göre 26-35, 36-45 ve 46-59 yaş arasındaki kadınlar daha fazla şiddet görmektedir. Eğitim düzeyi lise ve üzerinde olan kadınlar, hiç okula gitmemiş ya da ilköğretim mezunu olan kadınlara göre 2008 yılında %17.7, 2014 yılında %12.7 daha az şiddete maruz kalmıştır. Benzer şekilde lise ve üzerinde eğitimi olan erkekler hiç okula gitmemiş ya da ilköğretim mezunu olan erkeklere nazaran eşlerine, 2008 yılında %5.7, 2014 yılında %10.1 daha az şiddet uygulamıştır. Kadının işgücüne katılımının aile içi şiddete etkisine ilişkin farklı bakış açıları olduğu, bazı yaklaşımlara

göre aile içi şiddeti azalttığına bazı yaklaşımlara göre ise aile içi şiddeti arttırdığına dair değerlendirmelere çalışmanın üçüncü bölümünde yer verilmiştir. Logit model bulgularına göre kadının çalışıyor olması şiddet görmesini engelleyen bir faktör değildir. İşgücüne dahil olan yani çalışan kadınlar çalışmayan kadınlara göre 2008 ve 2014 yıllarında %2.9 ve %2.4 daha fazla fiziksel ya da cinsel şiddet yaşamıştır. Diğer taraftan, eşi çalışan kadınlar eşi çalışmayan kadınlara oranla 2008 yılında daha fazla şiddet görmüştür. 2014 yılı için eşin çalışıyor olması istatistiksel olarak anlamlı değildir. Kadının eşinin veya birlikte yaşadığı kişinin alkol kullanması, kumar oynaması ve uyuşturucu kullanması ciddi boyutlarda kadına şiddet uygulamasına neden olmaktadır. Her iki modelde de sırasıyla eşi alkol kullanan kadınlar kullanmayanlara göre %15.7 ve %16.6, eşi kumar oynayan kadınlar oynamayan kadınlara nispeten %26.8 ve %34.8, eşi uyuşturucu kullanan kadınlar kullanmayanlara nazaran %40.4 ve %39.4 daha fazla şiddete maruz kalmıştır. Yaşları 6 ile 14 arasında değişen çocukların olması durumunda kadınların şiddet görmesi olasılığı daha fazladır. Hanenin yaşadığı bölge açısından bakıldığında 2008 yılında Ege bölgesinde, 2014 yılında Karadeniz ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde oturma fiziksel veya cinsel şiddet üzerinde bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Ancak bunlar dışında, her iki modelde de Marmara bölgesiyle kıyaslandığında diğer bölgelerde yaşayan kadınların daha fazla şiddet gördüğü ortaya çıkmıştır. Marmara bölgesine göre en fazla şiddetin yaşandığı bölge 2008 yılında %20.2 ile Doğu Anadolu bölgesi, 2014 yılında %12.8 ile İç Anadolu bölgesidir. Çalışmadan elde edilen sonuçlar, Dasre vd. (2017), Lenze ve Klasen (2017), Paul (2016) ve Alper vd. (2005)'nin bulgularını desteklemektedir.

Tablo 6. Logit Model Tahmin Sonuçları ve Marjinal Etkileri

Bağımlı Değişken	2008				2014			
	Katsayı	z	Marjinal Etki	z	Katsayı	z	Marjinal Etki	z
Bağımsız Değişkenler	Fiziksel veya cinsel şiddet gören ve görmeyen kadınlar				Fiziksel veya cinsel şiddet gören ve görmeyen kadınlar			
Kadının Yaşı								
15-25 (TS)								
26-35	0.473	7.22 ^a	0.111	7.15 ^a	0.432	4.18 ^a	0.098	4.11 ^a
36-45	0.601	8.83 ^a	0.143	8.69 ^a	0.476	4.53 ^a	0.109	4.43 ^a
46-59	1.149	18.00 ^a	0.276	18.34 ^a	0.749	7.44 ^a	0.173	7.30 ^a
Kadının Eğitim Düzeyi								
Okula gitmeyenler ve ilköğretim (TS)								
Lise ve üstü	-0.824	-14.55 ^a	-0.177	-16.06 ^a	-0.605	-7.80 ^a	-0.127	-8.33 ^a
Kadının Çalışma Durumu								
Çalışmıyor (TS)								
Çalışıyor	0.124	2.73 ^a	0.029	2.71 ^a	0.106	1.79 ^c	0.024	1.78 ^c
Eşinin Eğitim Düzeyi								
Okula gitmeyenler ve ilköğretim (TS)								
Lise ve üstü	-0.252	-5.37 ^a	-0.057	-5.44 ^a	-0.461	-7.23 ^a	-0.101	-7.40 ^a
Eşinin Çalışma Durumu								
Çalışmıyor (TS)								
Çalışıyor	0.348	6.94 ^a	0.078	7.17 ^a	-0.004	-0.06	-0.001	-0.06
Eşinin Alkol Kullanması								
Kullanmıyor (TS)								
Kullanıyor	0.654	12.62 ^a	0.157	12.38 ^a	0.712	10.20 ^a	0.166	9.91 ^a
Eşinin Kumar Oynaması								
Oynamıyor (TS)								
Oynuyor	1.101	7.01 ^a	0.268	7.29 ^a	1.451	6.76 ^a	0.348	7.36 ^a
Eşinin Uyuşturucu Kullanması								
Kullanmıyor (TS)								
Kullanıyor	1.752	4.21 ^a	0.404	5.38 ^a	1.674	4.37 ^a	0.394	5.15 ^a
6-14 Yaş Arası Çocuk								
Yok (TS)								
Var	0.521	10.75 ^a	0.121	10.72 ^a	0.350	5.34 ^a	0.078	5.33 ^a
Bölgeler								
Marmara (TS)								
Ege	0.092	1.08	0.022	1.07	0.208	2.00 ^b	0.047	1.95 ^b
İç Anadolu	0.745	11.38 ^a	0.179	11.19 ^a	0.547	6.36 ^a	0.128	6.14 ^a
Akdeniz	0.388	4.90 ^a	0.093	4.77 ^a	0.250	2.38 ^b	0.057	2.31 ^b
Karadeniz	0.377	5.62 ^a	0.089	5.50 ^a	-0.092	-1.09	-0.020	-1.10
Doğu Anadolu	0.840	13.17 ^a	0.202	13.04 ^a	0.223	2.59 ^b	0.051	2.54 ^b
Güneydoğu Anadolu	0.791	10.65 ^a	0.192	10.51 ^a	0.102	0.89	0.023	0.88
Sabit	-1.931	-25.18 ^a			-1.319	-11.05 ^a		
N	12795				6796			
Pseudo R ²	0.105				0.074			
Log Likelihood	-7610.778				-4063.343			
LR chi2	1790.23				647.630			
Prob > chi2	0.000				0.000			

Not: Bağımlı değişkenin temel sınıfı, fiziksel veya cinsel şiddet görmeyen kadınlardır. TS: İlgili değişkenlerin temel sınıflarını göstermektedir. ^a %1, ^b %5, ^c %10 önem seviyesinde anlamlılıkları göstermektedir.

Sonuç

Günümüzde üzerinde en çok tartışılan konuların başında kadına yönelik şiddet gelmektedir. Türkiye’de özellikle son yıllarda kadına yönelik artan şiddet olayları çok dikkat çekmektedir. Bu çalışmada da, kadına yönelik aile içi şiddetin belirleyicileri ve boyutları ortaya konmaya çalışılmış ve kadının işgücüne katılımının aile içi şiddeti nasıl etkilediğine ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır.

Çalışmanın uygulama kısmında elde edilen analiz sonuçlarına göre kadına karşı aile içi şiddet üzerinde etkili olan faktörler, kadının yaşı, kadının ve eşinin eğitim düzeyi, kadının işgücüne dahil olması, eşinin alkol kullanması, kumar oynaması ve uyuşturucu kullanması ve hanenin yaşadığı bölgedir. 15-25 yaş arasındaki kadınlara göre 2008 ve 2014 yıllarında 26-35, 36-45 ve 46-59 yaş arasındaki kadınlar daha fazla şiddet görmektedir. Kadının yaşı arttıkça kadına yönelik şiddetin de arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Eğitim durumu şiddet üzerinde etkili olan en önemli değişkenlerden birisi olarak kabul edilmektedir. Kadının ve eşinin eğitim düzeyi arttıkça aile içi şiddet azalmaktadır. Lise ve üzerinde eğitime sahip olan kadınlar, hiç okula gitmemiş ya da ilköğretim mezunu olan kadınlara göre daha az fiziksel veya cinsel şiddete maruz kalmaktadır. Aynı şekilde eğitim düzeyi lise ve üzerinde olan eşler daha az şiddet uygulamaktadırlar. Çalışmada yapılan analizlerde üzerinde durulan önemli bir değişken olan kadının çalışmasının yani işgücüne katılıyor olmasının, aile içinde yaşanan fiziksel veya cinsel şiddet üzerindeki etkisini ortaya koyan dikkat çekici bir sonuçla karşılaşılmaktadır. Kadının çalışması, şiddet görmesini azaltan değil arttıran bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Logit model sonuçlarına göre çalışan kadınlar genel olarak çalışmayan kadınlara göre 2008 yılında %2.9 ve 2014 yılında %2.4 daha fazla fiziksel ya da cinsel şiddet yaşamıştır. Erkeklerin alkol kullanması, kumar oynaması ve uyuşturucu kullanması durumunda şiddetin boyutu çok yükselmektedir. Özellikle eşi uyuşturucu kullanan kadınlar kullanmayanlara nazaran 2008 yılında %40.4, 2014 yılında %39.4 daha fazla şiddete maruz kalmaktadır. Bölgesel farklılıklar değerlendirildiğinde, Marmara bölgesine göre en fazla aile içi şiddetin yaşandığı bölge 2008 yılında Doğu Anadolu bölgesi, 2014 yılında İç Anadolu bölgesidir. Çalışmadan elde edilen sonuçların, ülkemizde bu konuda az sayıdaki literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca elde edilen analiz bulguları kapsamında Türkiye’de kadına yönelik fiziksel veya cinsel şiddetin yukarıda sözü edilen birçok faktörden etkilendiği ve bu durumda da ülkemizde kadına yönelik şiddetin önlenmesi için geliştirilecek strateji, plan ve politikalarda söz konusu faktörlerin dikkate alınması gerektiği önerilmektedir.

Kaynakça

- Adaçay, F. R. ve Güney, G. (2012). “Kadına Yönelik Ekonomik Şiddet”, Uluslararası Katılımlı Kadına ve Çocuğa Karşı Şiddet Sempozyumu Bildiri Kitabı, I. Cilt, 312- 328.
- Alper, Z., Ergin, N., Selimoğlu, K. ve Bilgel, N. (2005). Domestic Violence: A Study Among a Group of Turkish Women. *European Journal of General Practice*, 11(2), 48-54.
- Ararat, M., Alkan, S., Bayazıt, M., Yüksel, A. ve Budan, P. (2014). Domestic Violence Against White-Collar Working Women in Turkey. http://research.sabanciuniv.edu/25972/1/BADV_Report.pdf. (15.03.2018).
- Brooks, C. (2008). *Introductory Econometrics for Finance*. New York: Cambridge University Press.
- Büyükyılmaz, A. ve Demir, Ç. (2016). Türkiye’de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddetin Belirleyenleri: Multinomial Logit Model Yaklaşımı. *Ege Akademik Bakış*, 16(3), 443-450.
- Dasre, A., Greulich, A. ve Inan, C. (2017). Combating Domestic Violence Against Women in Turkey. The Role of Women’s Economic Empowerment. Documents de travail du Centre d’Economie de la Sorbonne 2017.52 - ISSN: 1955-611X. 2017. <halshs-01660703><https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01660703/file/17052.pdf> (14.03.2018)
- Davidson, R. ve Mackinnon, J. G. (1999). *Econometric Theory and Methods*. New York: Oxford University Press.
- Dhrymes, P. J. (1978). *Introductory Econometrics*. New York: Springer-Verlag.
- Dünya Sağlık Örgütü (2002). World Report on Violence and Health. <http://www.who.int/violence_injury_prevention/violence/world_report/en/summary_en.pdf>. (15.03.2018).
- Ergin, N., Bayram, N., Alper, Z., Selimoğlu, K. ve Bilgel, N. (2005). Domestic Violence: A Tragedy Behind the Doors. *Women&Health*, 42(2), 35-51
- Gujarati, D. (2004). *Basic Econometrics*. U.S.A: The McGraw-Hill.
- ILO, <http://www.ilo.org/ilostat/> (15.03.2018)
- Intriligator, M. D., Bodkin, R. G. ve Hsiao, C. (1996). *Econometric Models, Techniques and Applications*. U.S.A: Prentice Hall.
- Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu, <http://kadincinayetlerinidurduracagiz.net> (15.03.2018)
- Karal, D. ve Aydemir, E. (2012). *Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddet*. Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu (USAK) Yayını, Rapor No: 12-01, Ankara: USAK
- Kocacık, F. ve Doğan, O. (2006). Domestic Violence Against Women in Sivas, Turkey: Survey Study. *Public Health*, 47, 742-749
- Koop, G. (2003). *Bayesian Econometrics*. England: John Wiley&Sons.
- Lenze, J. ve Klasen, S. (2017). Does Women’s Labor Force Participation Reduce Domestic Violence? Evidence from Jordan. *Feminist Economics*, 23(1), 1-29
- Maddala, G. S. (1992). *Introduction to Econometrics*. U.S.A: Macmillan Publishing Company.

- Mayda, A.S. ve Akkuş, D. (2004). Domestic Violence Against 116 Turkish Housewives: A Field Study. *Women&Health*, 40(3), 95-108
- Oktay, E.Y. (2015). Türkiye'nin ve Dünyanın Ortak Sorunu: Kadına Şiddet. *Akademik Araştırmalar Dergisi*, 64, 57-118
- Owusu Adjah, E.S. ve Agbemafle, I. (2016). Determinants of Domestic Violence Against Women in Ghana. *Public Health*, 16(368), 1-9.
- Paul, S. (2016). Women's Labour Force Participation and Domestic Violence: Evidence from India. *Journal of South Asian Development*, 11(2), 224-250
- Ramanathan, R. (1998). *Introductory Econometrics with Applications*. U.S.A: Harcourt Brace & Company.
- Studenmund, A. H. (1997). *Using Econometrics: A Practical Guide*. U.S.A: Addison-Wesley Educational Publishers.
- Syed, A.A.S.G., Shaikh, F.M., Halepoto, A.H. ve Shah, A.S. (2013). Domestic Violence Against Women: A Case Study of Shikarpur, Sindh Pakistan. *International Journal of Business and Public Administration*, 10(1), 114-127
- TÜİK, Türkiye'de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması, 2008 Mikro Veri Seti
- TÜİK, Türkiye'de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması, 2014 Mikro Veri Seti
- UNICEF (2000). Domestic Violence Against Women and Girls, Innocenti Digest, No:6, <https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/digest6e.pdf>. (14.03.2018)
- UNSTATS (2015). The World's Women 2015: Trends and Statistics. New York: United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division. Sales No. E.15.XVII.8, Statistical Annex, <https://unstats.un.org/unsd/gender/chapter6/chapter6.html>. (14.03.2018)
- Yılmaz, O. (2017). Women's Autonomy, Social Norms and Intimate Partner Violence Against Women in Turkey. https://editorialexpress.com/cgi-in/conference/download.cgi?db_name=ESPE2015&paper_id=402. (14.03.2018)

Ek

Tablo 1. Seçilmiş Ülkelerde Kadına Yönelik Şiddetin Yaygınlığı

Bölge	Ülke	Yıl	Kadına Yönelik Fiziksel Şiddetin Yaygınlığı(%)		Kadına Yönelik Cinsel Şiddetin Yaygınlığı(%)	
			Yakın İlişkide Olunan Erkekler Tarafından		Yakın İlişkide Olunan Erkekler Tarafından	
			Hayatı Boyunca	Son 12 Ayda	Hayatı Boyunca	Son 12 Ayda
Afrika	Kamerun	011	44,8	29,0	20,3	11,2
Afrika	Mısır	005	33,2	18,2	6,6	3,9
Afrika	Kenya	2008-09	37,0	31,3	17,2	13,6
Afrika	Nijerya	013	14,4	9,3	4,8	3,7
Afrika	Tunus	010	20,3	7,2	14,2	9,0
Afrika	Uganda	011	42,7	24,9	27,3	20,9
Asya	Ermenistan	008	8,9	..	3,3	..
Asya	Azerbaycan	006	12,8	9,7	2,9	2,0
Asya	Çin Halk Cumhuriyeti	999-00	15,4
Asya	Gürcistan	010	4,5	1,4	1,7	0,5
Asya	Hindistan	005-06	35,1	21,4	10,0	7,2
Asya	Japonya	010	25,9	..	14,1	..
Asya	Ürdün	012	21,1	11,2	8,6	6,0
Asya	Kırgızistan	012	25,1	16,9	4,0	2,8
Asya	Nepal	011	23,1	10,4	14,3	7,7
Asya	Pakistan	2012-13	26,8	18,0
Asya	Filipinler	013	12,7	5,3	5,3	3,2
Asya	Türkiye	014	36,0	8,0	12,0	5,0
Avrupa	Avusturya	014	12,0	2,0	6,0	1,0
Avrupa	Belçika	014	22,0	5,0	9,0	1,0
Avrupa	Bulgaristan	014	22,0	6,0	9,0	3,0
Avrupa	Çek Cumhuriyeti	014	19,0	4,0	7,0	1,0
Avrupa	Danimarka	014	29,0	3,0	11,0	1,0
Avrupa	Estonya	014	19,0	2,0	7,0	1,0
Avrupa	Finlandiya	014	27,0	4,0	11,0	1,0
Avrupa	Fransa	014	25,0	5,0	9,0	1,0
Avrupa	Almanya	014	20,0	3,0	8,0	1,0
Avrupa	Yunanistan	014	18,0	5,0	5,0	2,0
Avrupa	İtalya	014	17,0	5,0	7,0	4,0
Avrupa	Lüksemburg	014	21,0	3,0	9,0	1,0
Avrupa	Hollanda	014	22,0	4,0	11,0	2,0
Avrupa	Norveç	008	13,9	..	9,4	1,0
Avrupa	Polonya	014	12,0	2,0	4,0	1,0
Avrupa	Romanya	014	23,0	6,0	5,0	2,0
Avrupa	İspanya	014	12,0	1,0	4,0	1,0

Avrupa	İsveç	014	24,0	3,0	10,0	2,0
Avrupa	Ukrayna	007	12,7	10,4	3,3	2,2
Avrupa	Birleşik Krallık	014	28,0	4,0	10,0	1,0
Latin Amerika ve Karayipler	Kolombiya	010	37,4	..	9,7	..
Latin Amerika ve Karayipler	Ekvator	011	35,0	..	14,5	..
Latin Amerika ve Karayipler	Meksika	011	12,3	5,4	5,9	2,5
Latin Amerika ve Karayipler	Peru	013	35,7	11,5	8,4	3,0
Güney Amerika	Kanada	009	..	1,3
Güney Amerika	A.B.D.	011	31,5	4,0	8,8	0,8
Okyanusya	Avustralya	012	15,6	..	4,9	..
Okyanusya	Fiji	010-11	61,1	19,4	33,9	14,2
Okyanusya	Kiribati	008	60,0	32,4	46,4	33,7
Okyanusya	Yeni Zellanda	002	30,2	5,3	14,1	2,1

Kaynak: UNSTATS (2015), The World's Women 2015: Trends and Statistics, <https://unstats.un.org/unsd/gender/chapter6/chapter6.html>
(Erişim Tarihi:14.03.2018)

Tablo 2. Seçilmiş Ülkelerde Kadınların İşgücüne Katılım Oranı (15-64 yaş)

Sıralama	Ülke	2016	Sıralama	Ülke	2016
1	Katar	99,3	41	Hırvatistan	60,9
2	San Marino	86,5	42	Yunanistan	60,5
3	İzlanda	86,3	43	Ukrayna	60,4
4	İsveç	80,2	44	Paraguay	60,1
5	İsviçre	79,5	45	Tayvan, Çin	59,6
6	Danimarka	77,2	46	Namibya	59
7	Norveç	75,9	47	Brezilya	58,9
8	Barbados	75,7	48	Kuveyt	58,6
9	Hollanda	75	49	Ekvador	58,5
10	Yeni Zelanda	74,9	50	Kore Cumh.	58,4
11	Kanada	74,4	51	Sırbistan	58,1
12	Finlandiya	74,1	52	Mali	58
13	Letonya	74	53	Karadağ	56,6
14	Litvanya	73,9	54	Panama	56,6
15	Almanya	73,6	55	Şili	56,3
16	Estonya	73,2	56	Moğolistan	56,2
17	Birleşik Krallık	72,2	57	Romanya	56,2
18	Avusturya	71,7	58	Malta	55,6
19	Avustralya	71,6	59	İtalya	55,2
20	Peru	71,4	60	Malezya	54,3
21	Portekiz	70,5	61	Belize	53,9
22	İspanya	69,2	62	Endonezya	53
23	Slovenya	68,6	63	Güney Afrika	52,3
24	Kıbrıs	68,5	64	Kırgızistan	51,8
25	Singapur	68,5	65	Makedonya	50,8
26	Japonya	68,1	66	El Salvador	50,6
27	Uruguay	67,9	67	Fildişi Sahili	50,5
28	Çek Cumhuriyeti	67,6	68	Kosta Rika	50,1
29	Fransa	67,6	69	Filipinler	49,8
30	Amerika Birleşik Devletleri	67,3	70	Meksika	47
31	Peru	66,5	71	Moldova	45,7
32	Slovakya	65,4	72	Guatemala	42,4
33	Hong Kong, Çin	64,7	73	Bosna Hersek	40,9
34	Lüksemburg	64,7	74	Türkiye	36,2
35	Bulgaristan	64,6	75	Bangladeş	34,7
36	Jamaika	63,8	76	Mısır	24,1
37	İrlanda	63,7	77	Suudi Arabistan	23,3
38	Macaristan	63,5	78	Kosova	18,6
39	Belçika	62,9	79	İran	17,5
40	Polonya	62			

Kaynak: <http://www.ilo.org/ilostat/> (Erişim Tarihi:



Otel Çalışanlarının Stres ve Bireysel Performans İlişkisinin İncelenmesi

Investigation of the Relationship with the Individual Performance of the Stress of Hotel Employees

Arş.Gör. Gamze Alp¹

Başvuru Tarihi: 11.05.2017

Kabul Tarihi: 21.05.2019

Öz

Bu araştırmada stres puanları ile bireysel performans arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaca uygun olarak araştırmada ilişkiyel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini, 2016 yılının Nisan ve Mayıs aylarında Antalya merkezdeki beş yıldızlı otel çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmada çalışanların stres puanlarını hesaplamak için "Mayerson stres kaynağı ölçeği" kullanılmıştır. Çalışanların bireysel performanslarının değerlendirilebilmesi için de "bireysel performans ölçeği" kullanılmıştır. Araştırmada sosyal stres vericiler, kendini yorumlama biçiminden kaynaklanan stres vericiler, işle ilgili stres vericiler ve fiziki çevreden kaynaklanan stres vericiler değişkenlerinden oluşan veri setlerinden elde edilen stres puanları ile, temel performans ve başarı performansı değişkenlerinden oluşan bireysel performans ölçeği veri seti arasındaki ilişki kanonik korelasyon analizi ile incelenmiştir. Kanonik korelasyon analizi sonucunda, stres puanları ve bireysel performans arasında anlamlı pozitif ilişki tespit edilmiş ve sosyal stres vericilerden alınan puanlar değişkeni ile bireysel performans arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Bu da, çalışanların sosyal stres vericilerden aldıkları puanlar arttıkça bireysel performanslarının da arttığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Stres Puanı, Kanonik Korelasyon, Bireysel Performans

Abstract

In this research, it is aimed to examine the relationship between stress scores and individual performance evaluation. For this purpose, the relational scan model is used in the research. The working group of the research is employees working in five star hotels in the center of Antalya in April and May 2016. The "Mayerson stress source scale" was used to calculate the stress scores of the workers in the study. The "Individual performance scale" was used to evaluate the individual performance of the employees. In the study, the relationship between stress scores obtained from data sets consisting of social stressors, stressors from the way of self-interpretation, work-related stressors and stressors caused by physical environment variables and the individual performance scale data set consisting of basic performance and achievement performance variables were analyzed by canonical correlation analysis. As a result of the canonical correlation analysis, a significant positive correlation was found between stress scores and individual performance, and

¹ Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi, gamzealp@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6925-280X

a positive correlation was found between the scores of social stressors and the scores of personal performance. This shows that the personal performance of employees increases as the points they get from social stressors increase.

Keywords: *Stress Score, Canonical Correlation, Individual Performance*

Giriş

Stres, kişinin bireysel veya bireysel yapamayacağı bir durum arasında kalarak isteklerini karşılamak ve baskılara karşı direnmek arasındaki yaşadığı ikilemden oluşmaktadır (Canpolat, 2006, s. 12). Ulusal İş Sağlığı ve Güvenliği Enstitüsü (NIOSH) mesleki stresi, mesleki koşulların iş gücünün yeteneklerini, gereksinimlerini ve mevcut olanaklarını karşılayamadığı zamanlarda oluşan bireyin fiziki ve duygusal tepkileri olarak tanımlamaktadır (Samartha, Lokesh ve Karkera, 2010).

Çalışılan kurumun yapısı, çalışma koşulları ve kişilerarası ilişkiler gibi iş ve organizasyonla ilgili faktörlerin yanı sıra ev ve aile sorunlarının da iş stresi üzerinde etkisi bulunmaktadır (Chiang, Birtch ve Kwan, 2010). Çalışma ortamı ve ev sorunları gibi faktörler sonucu oluşan iş stresi, iş performansını da önemli ölçüde etkilemektedir. İş kaynaklı stres, bireyin yetenek ve kapasitesini aşmadığı sürece motivasyonunu arttırarak performansını geliştirebilmektedir. Ancak iş stresi, bireyin başa çıkma kapasitesini aştığında bireysel ve örgütsel performansı üzerinde baskılayıcı bir etkiye sahip olabilmektedir. Pek çok çalışmada da iş stresi ve performans arasındaki negatif ilişki gösterilmektedir (French, Lenton, Walter ve Eyles, 2000; AbuAlrub, 2004; AbuAlRub, 2006; Chen ve Huang, 2014).

Mesleki stres düzeyinin, çalışanların iş performansını etkileyen önemli bir faktör olduğu farklı araştırmacılar tarafından da ileri sürülmüştür (Beehr, Jex, Stacy, ve Murray, 2000; Varca, 1999). Araştırmacılar, otel sektöründe iş stresinin çok sayıda nedenini belirtmektedirler:

- Maaş gecikmeleri ve meslek kategorilerinin birleştirilmesi (Bernhardt vd., 2003),
- İşin özellikleri (Chiang, Birtch ve Kwan, 2010),
- İş güvencesizliği (Gilboa, Shiram, Fried ve Cooper, 2008)
- Sınırlı iş kontrolü ve düşük karar verme yetkisi (Papadopoulou-Bayliss, Ineson ve Wilkie, 2001)
- Belirsiz iş tanımları ve düşük motivasyon (Robbins, 2001)
- Asgari ücretle uzun çalışma saatleri (Seta, Paulus ve Baron, 2000).

Öte yandan, Braham (1998) ve Kim, Shin ve Umbreit, (2007), otel çalışanlarının iş stresinin temelinde bireysel farklılıkların (öz yeterlilik, kişilik vb.) olduğunu iddia etmiştir. Yukarıda belirtilen nedenlerden dolayı ve iş faktörü nedeniyle otel çalışanlarının yaşadığı stres, işyerindeki performanslarını etkilemekte, aynı zamanda müşterilerin hizmet kalitesi algılarını (Karatepe ve Tizabi, 2011) ve müşteri memnuniyetini (Li, Sanders ve Frenkel, 2012) de etkilemektedir. Otel sektörünün emek-yoğun özelliğe sahip olduğu düşünüldüğünde endüstrinin başarısı çalışanların bireysel performanslarına bağlıdır (Walker, 2007). Bu nedenle, mesleki stres seviyesinin azaltılması otel sektöründe uygulayıcılar ve araştırmacılar için büyük önem taşımaktadır (Chiang, Birtch, ve Kwan, 2010; Kim, Murrmann, ve Lee, 2009). Mesleki strese maruz kalan otel çalışanları, rollerini tam olarak yerine getiremezler. Örneğin, Varca

(1999), mesleki stres ile kaliteli müşteri hizmetleri sunumu arasında negatif bir ilişki olduğunu ileri sürmektedir. Buna ek olarak, Beehr vd. (2000), müşteri hizmetleri alanlarındaki çalışanların zayıf bir iş performansı gösterdiğini vurgulamıştır. Dahası, bu tür servis aksaklıkları otellerin imajını olumsuz olarak etkileyebilmektedir (Yoo, Shin ve Yang, 2006). Mesleki stres otel sektöründe yaygın olarak görüldüğünden (Kim, Shin ve Umbreit, 2007; Wildes, 2007) otel çalışanları mesleki strese yoğun olarak maruz kalabilmektedir (Faulkner ve Patiar, 1997). Otel ortamının, otel çalışanlarının mesleki stresini arttırma ihtimali yüksektir. Bu nedenle, stres faktörlerini öğrenmek ve çalışanların performans kalitesini arttırmak için otel sektöründe mesleki stresin belirlenmesi ve daha iyi anlaşılması gerekmektedir.

Araştırma kapsamında, stresin daha iyi anlaşılması amacıyla stres puanları ve bireysel performans arasındaki ilişkinin araştırılması hususunda kanonik korelasyon analizinden (KKA) faydalanılmıştır. Kanonik korelasyon, her biri iki veya daha fazla değişkenden oluşan iki değişken seti arasındaki ilişkiyi inceleyen çok değişkenli istatistiksel bir yöntem olarak tanımlanmaktadır (Sharma, 1996; Tabachnick ve Fidell, 2006; Kaya, 2008; Kalaycı, 2014). Yani, KKA bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkileri inceleyen en genel modeldir. Kanonik korelasyon kullanılarak varılacak amaçlar ise şu şekildedir: Otel çalışanlarının stres puanları ve bireysel performansları arasındaki ilişkinin ne yönde olduğunun araştırılması ve hangi stres türünün bireysel performansla ilişkisinin daha yüksek olduğunun tespiti edilmesidir.

Araştırma sonunda hangi stres puanı ve türünün bireysel performansla ilişkisinin daha iyi olduğu irdelenebileceğinden, etkili insan kaynağı yönetimi ile ilgili pratik sonuçların vurgulanması hedeflenmektedir. Çalışmanın sonuçlarını kullanan otel yöneticileri, otel sektöründeki stres etkisini daha iyi anlayacağından, etkili insan kaynağı yönetimi ile beraber pratik sonuçlara ulaşabilecektir. Bu nedenle de çalışmanın otelciler için, otel sektöründe stresin etkilerini anlamak ve optimum çalışan performansı elde etmek için yönetim stratejilerini daha iyi konuma getirmelerine yardımcı olması beklenmektedir.

Literatür Taraması

İş Stresi: Kahn ve Byosiere (1994) iş stresini çalışan ile işi arasında özel bir ilişki olarak tanımlamaktadır. Malta (2004) ise, iş stresinin bir rahatsızlık olduğunu belirtmektedir. Örgütsel stres literatüründen elde edilen bilgiler, iş stresinin 5 kaynaktan oluştuğunu göstermektedir (Thomas ve Herson, 2002). İlki, iş yükü, çalışma saatleri, karar verme yetkisi ve fiziksel çalışma ortamını kapsayan işin kendisiyle ilişkili strestir. İkincisi, rol çatışması, rol belirsizliği ve iş sorumluluğunu içeren rol temelli strestir. Üçüncüsü, yöneticiler, astlar ve iş arkadaşları da dâhil olmak üzere kişiler arası ilişkilerin değişen doğasıyla ilgili strestir. Dördüncüsü olan kariyer stresi, iş güvensizliğinin yanı sıra kariyer gelişimi ve tanıtımı için fırsat eksikliği anlamına gelmektedir. Son olarak, iş-aile arasındaki ikilemleri ve çatışmaları içeren stres faktörleri bulunmaktadır (Cleveland, O'Neill, Himelright, Harrison, Crouter ve Drago, 2007).

Kurumlar üzerindeki önemli etkisinden dolayı, iş stresi hizmet sektöründe önemli bir sorun olmuştur (Zohar, 1994). Çünkü çalışanların hizmet sunumunda yorgun ve sinirli hale gelmesine neden olabilen stres (Kim, 2008), hem yöneticiler hem de çalışanlar dahil olmak üzere, tüm çalışanların performanslarını etkilemektedir (Ross, 1995). Kronik strese sahip olan müşteri hizmetleri çalışanları özellikle kötü iş performansı sergilerken (Beehr, Jex, Stacy ve Murray, 2000), stresin daha az olduğu ortamda çalışanların stresin daha fazla olduğu ortamdaki çalışanlara oranla daha iyi müşteri hizmetleri sağladığı ortaya konulmaktadır (Varca,

1999). Diğer bir araştırma ise, iş stresinin işyerinde sadece gerginliği artırmakla kalmayıp aynı zamanda çalışanların işten ayrılmasından sonra devam eden fizyolojik reaksiyonlar ve işyerinde sağlık açısından olumsuz etkilere yol açabilecek uzun vadeli bir risk oluşturduğunu göstermektedir (Fox, Dwyer ve Ganster, 1993). Genel olarak, işle ilgili stresin, çalışanların iş performanslarının kalitesinin azalmasına (Gilboa, Shirom, Fried ve Cooper, 2008; Lepine, Podsakoff ve Lepine, 2005), tükenmişliğin artmasına, çalışanların öğrenme becerilerindeki azalmalara (Lepine, Lepine ve Jackson, 2004) neden olduğu görülmektedir. Hatta, bazı araştırmalara göre, işle ilgili stres, ülke ekonomisine hastalık ödemesi, verim kaybı, sağlık bakımı ve dava masrafları gibi şaşırtıcı maliyetlere mal olabilmektedir. Ancak, stres her zaman olumsuz ya da zararlı değildir ve stresin yokluğu bir eksikliklerdir. Stresli çalışanların sağlıksız, kötü motive olmuş ve verimsiz olma olasılıkları daha yüksekken, işletmelerin rekabetçi bir pazarda başarılı olma ihtimalleri ise daha düşüktür (Palmer, Cooper ve Thomas, 2004).

Rol Stresi: Çalışanlar için stres kaynaklarından biri olan rol stresi, işle ilgilidir (Vandenbergh, Panaccio, Bentein, Mignonac ve Roussel., 2011). Rol stresi, çalışanların rollerini nasıl algıladıkları ve gösterdikleri başarı arasındaki uyumsuzluğun bir sonucu olarak ortaya çıkabilmektedir (Lambert ve Lambert, 2001). Diğer bir ifade ile, rol beklentileri ile sergilenen başarı arasındaki tutarsızlık durumunda görülmektedir. Bu tutarsızlığın neden olduğu strese dayanma kapasitesinde görülen farklılıklar nedeniyle, bireylerin stresle başa çıkma yetenekleri değişkenlik göstermektedir. Bu değişkenlikler, çalışanın kişisel özelliklerinden veya işin kendisinden kaynaklanabilmektedir (Jung ve Yoon, 2013).

Rol çatışması, aşırı rol yüklenmesi ve rol belirsizliği rol stresinin üç ana bileşenidir (Cooper ve Marshall, 1976; Singh ve Dubey, 2011) ve literatürde çok sayıda araştırılmıştır (Brown ve Peterson, 1994; Jackson ve Schuler, 1985). Rol belirsizliği, organizasyondaki çalışanın rolünde bir belirsizlik olduğunda veya işgören ne yapacağını veya rolünü nasıl gerçekleştireceğini bilmediğinde ortaya çıkmaktadır. Rol çatışması, çalışanların aynı anda iki farklı rolü gerçekleştirmesi gerektiği veya bir rolün gerçekleştirilmesinin diğerine engel oluşturması durumunda görülmektedir. Bir rolün yerine getirilmesi zaman, enerji ya da kaynaklar nedeniyle çalışan için imkansız hale geldiğinde rol yüklenmesi artmaktadır. Tüm bu 3 unsur, rol çatışması, rol belirsizliği ve aşırı rol yüklenmesi, kurumların fonksiyonlarını etkileyen önemli değişkenlerdir. Bu olumsuz durumlar kurumda güven eksikliğine, kişilerarası ilişkilerde gerginliğe, düşük üretkenliğe ve düşük performansa neden olabilmektedir (Widmer, 1993).

Performans: Kurumların amaçlarına ulaşmak, uzmanlık yaptıkları ürün ve hizmetleri sunmak ve son olarak rekabet avantajı elde etmek için yüksek performans gösteren bireylere ihtiyaçları vardır. Performans kurum için olduğu kadar, birey içinde önemlidir. Görevlerin yerine getirilmesi ve üst düzeyde gerçekleştirilmesi, ustalık ve gurur duygularıyla memnuniyet kaynağı olabilmektedir. Çalışanlar için düşük performans ve hedeflere ulaşamama durumları, tatminsizlik ya da kişisel bir başarısızlık olarak algılanabilmektedir. Çünkü performans gelecekteki kariyer gelişimi ve işgücü piyasasındaki başarının tek şartı olmasa da önemli bir koşulu olarak görülmektedir. İstisnalar olsa da, yüksek performans gösterenler düşük performans gösterenlere oranla kurum içinde daha kolay bir şekilde terfi almaktadırlar (VanScotter, Motowidlo ve Cross, 2000).

Literatürde, performansı kavramsallaştırırken, eylem (yani davranışsal) ve sonuç yönü arasında ayırım yapılmaktadır (Campbell, 1990; Campbell, McCloy, Oppler ve Sager, 1993; Kanfer, 1990; Roe, 1999). Performansın davranış yönü, bir araba motorunun parçalarının monte edilmesi gibi

bireyin işte yaptığı davranışları kapsamaktadır. Ancak her davranış performans kavramı altında ele alınmamakta, yalnızca örgütsel hedeflerle ilgili olan davranışlar performans içinde değerlendirilmektedir (Campbell vd., 1993). Dolayısıyla performans, davranışın kendisi tarafından değil, değerlendirici süreçlerle tanımlanmaktadır (Motowidlo, Borman ve Schmit, 1997). Ayrıca yalnızca ölçülebilen davranışların performans oluşturduğu düşünülmektedir (Campbell vd., 1993). Performansın sonuç yönü ise, bireyin davranışının önemini veya sonucunu ifade etmektedir. Önceki cümlelerde ifade edilen motorun parçalarının monte edilmesi davranışı, performansın sonuç yönü açısından satış rakamları gibi neticelere yol açabilmektedir. Çoğu durumda davranış ve sonuç yönleri ilişkilidir.

Yöntem

Evren olarak belirlenen Antalya merkezdeki otel çalışanlarının stres puanlarının bireysel performansla ilişkinin incelenmesi amacıyla, bağımlı ve bağımsız değişkenlerin iki veya daha fazla değişkenden oluştuğu ve bu değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyen, çok değişkenli istatistiksel bir yöntem olan Kanonik Korelasyon analizi kullanılması tercih edilmiştir.

Araştırma Deseni

Araştırmanın amaçları ve ulaşacağı sonuçlar göz önünde bulundurularak çalışma kapsamında ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel (korelatif) araştırmalar, iki ve daha fazla değişken seti arasındaki ilişkinin varlığının belirlenmesini amaçlayan araştırma desenleridir (Karasar, 2009; Erkuş, 2011).

Çalışma Grubu

Araştırmanın örneklemini, 2016 yılı 15 Nisan – 15 Mayıs tarihleri arasında Antalya merkezdeki beş yıldızlı otellerdeki 351 otel çalışanı oluşturmaktadır. Evrendeki otel çalışanlarının sayısı net olarak bilinemediğinden anketlerin örneklem büyüklüğü için yeterli olup olmadığını anlamak konusunda Tabachnick ve Fidell'in yöntemi kullanılmıştır. Tabachnick ve Fidell'e (2001) göre örneklem büyüklüğünün araştırmada kullanılan değişkenlerin (Mayerson stres kaynağı ölçeğine ait 43 madde ve bireysel performans ölçeğine ait 9 madde) en az beş katı olmasının gerekli olduğudur. Buna göre stres ve performans ölçeklerine ait 52 değişkene göre örneklem sayısının en az 260 olması gerekmektedir. Anket talebine olumlu yanıt veren 6 otelde çalışanlar basit tesadüfi örnekleme yöntemine göre seçilerek gönüllülük esasıyla anketleri doldurtulması sağlanmıştır. Tabachnick ve Fidell'e (2001)'in örneklem hesaplama yöntemine göre de 351 örneklem araştırmanın güvenilirliği için yeterli kabul edilmektedir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak Mayerson stres kaynağı ölçeği ve bireysel performans ölçeği kullanılmıştır.

Mayerson Stres Kaynağı Ölçeği: Ölçeğin orijinal adı "Mayerson stres kaynağı ölçeği" olmasının yanında orijinal haline ulaşılammıştır. Ölçek ilk olarak Baltaş ve Baltaş (1993, s. 173-175) tarafından Türkçeye çevrilerek kullanılmış ve araştırma kapsamında kullanılan ölçek bu çalışmadan alınmıştır. 5'li likert tipi (1-asla, 2-seyrek olarak, 3-bazen, 4-sık sık, 5-her zaman) bir derecelendirmeye sahip olan ölçekte toplam 43 ifade ve dört boyut bulunmaktadır. Çalışma kapsamında da ifadelerin hepsi kullanılmış boyutlar orijinali ile örtüşme göstermiştir. İfade puanlarının boyutlara göre toplanması sonucunda sosyal stres vericilerden alınabilecek en

yüksek puan 85, işle ilgili stres vericilerden 80, kendini yorumlama biçiminden 50, fiziki çevreden kaynaklanandan ise 25'tir. Haşit ve Yaşar'ın (2015) çalışmasına göre, sosyal stres vericilerle (SSV); insan ilişkilerinden kaynaklanan sıkıntılarının neler olabileceği, işle ilgili stres vericilerle (İSV); iş yaşamında hangi unsurların strese yol açacağı, kendini yorumlama biçiminden kaynaklanan stres vericilerle (KYSV); bireyin kendini ve yaşadıklarını yorumlaması ile ilgili stres vericiler ve fiziki çevreden kaynaklanan stres vericiler (FSV) ile de gürültü, hava durumu gibi fiziki çevre stres unsurları belirlenmeye çalışılmıştır.

Bireysel Performans Ölçeği: Bu ölçek kapsamında çalışanlardan 9 maddelik ve 5'li likert tipi (1-kesinlikle katılmıyorum, 5-kesinlikle katılıyorum) derecelendirmelere göre bireysel performanslarını değerlendirmeleri istenmiştir. Ölçek Viswesvaran'ın (1993, s. 102) performans değerlemesinde kullandığı ölçekten esinlenerek Schepers (2005, s. 10) tarafından çalışanların kendi performanslarını farklı yönleriyle değerlendirmesi amacıyla oluşturulmuştur. Ölçek çalışanların kendi kendini değerlendirdiği, işin yapım sürecinde gösterdiği tempoyu, iş boyunca ortaya koyduğu performans ve görev anlayışını ölçen, işin zamanlamasındaki başarısını ölçen önermelerden oluşmaktadır.

Verilerin Analizi

Otel sektörü çalışanlarında strese neden olan faktörlerden elde edilen stres puanları ve bireysel performansları arasındaki ilişki kanonik korelasyon (KKA) analizi ile incelenmiştir. Karmaşık bir ilişki analizi olan KKA'da her biri birden fazla değişken içeren iki veri kümesi (X: X1, X2, ... Xp ve Y: Y1, Y2, ... Yq) arasındaki ilişki, bu iki kümeden seçilen doğrusal bileşenler arasındaki korelasyonlar yardımıyla araştırılır (Tatlıdil, 1996).

KKA'nın amacı, değişken setleri arasındaki ilişkiyi maksimize edecek en uygun yapıyı veya boyutluluğu belirlemektir (Kalaycı, 2014; Hardle ve Simar, 2015). KKA birden fazla sayıdaki bağımsız değişkeni yine birden fazla bağımlı değişken kullanarak yordamak için kullanılır. Ancak, böyle bir ayırma gerek kalmadan da değişken setleri arasındaki ilişkinin incelenmesi mümkündür (Sharma, 1996; Kalaycı, 2014).

KKA'nın iki temel araştırma sorusu: "*Bağımlı ve bağımsız değişken setleri arasındaki anlamlı ilişkinin olup olmadığı ve eğer ilişki var ise her bir değişkenin bu ilişkideki payının araştırılmasıdır*" (Bayyurt, 2004; Ho, 2014).

Bu çalışmada kanonik korelasyon analizi kullanılarak SSV, FSV, KYSV ve İSV değişkenlerinin ağırlıklı kombinasyonlarından oluşan stres puanları veri seti ile temel performans ve başarı performansı değişkenlerinin ağırlıklı kombinasyonlarından oluşan bireysel performans veri seti arasındaki ilişkinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu durumda problem cümlesi "stres puanları ve bireysel performans değişken setleri arasında ne yönde bir ilişki vardır?" şeklinde yazılabilir. Sıfır ve alternatif hipotezler ise aşağıdaki gibidir:

H₀: Otel çalışanlarının stres puanları ile bireysel performansları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: Otel çalışanlarının stres puanları ile bireysel performansları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

Bulgular

KMO testi diğer bir ismiyle örnekleme yeterliliği istatistiği, değişkenler arasındaki korelasyonları ve ifadelerin faktör analizine uygun olup olmadığını ve örneklem büyüklüğünün uygunluğunu bize gösterir (Turanlı, Cengiz ve Bozkır, 2012, s. 47). Çünkü faktör analizi yapabilmeyen ön şartı değişkenler arasında belli bir oranda korelasyon, ilişki bulunmasıdır. Bu ilişkilerin oranları ise aşağıda yer almaktadır:

- 0.80 ve yukarısı: Mükemmel
- 0.70 – 0.80 arası: İyi
- 0.60 – 0.70 arası: Orta
- 0.50 – 0.60 arası: Kötü
- 0.50'den aşağısı: Kabul edilemez (Durmuş, Yurtkoru ve Çinko, 2013, s. 79-80).

Yukarıdaki açıklamalar ışığında KMO değeri 0-1 arası değişmektedir. KMO'nun 1 değerini alması değişkenlerin birbirlerini mükemmel bir şekilde, hatasız tahmin edebileceğini gösterir. KMO'nun en alt sınırı ise 0.50'dir. Barlett küresellik testi ise KMO gibi değişkenler arasında yeterli oranda ilişki olup olmadığını gösterir. Eğer Barlett testinin p değeri 0.05 anlamlılık derecesinden düşük ise değişkenler arasında faktör analizi yapmaya yeterli düzeyde bir ilişki vardır. Eğer testin sonucu anlamlı değilse değişkenler faktör analizi yapmaya uygun değildir (Durmuş vd., 2013, s. 79-80).

Bu nedenle faktör analizinden önce yapılması gereken KMO analizinin sonuçları Tablo 1'de listelenmiştir.

Tablo 1. Stres Değerleme Ölçeğinin KMO ve Barlett Testleri

Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)		0.829
Barlett Küresellik Testi	Ki-kare değeri	7054.123
	Anlamlılık(p değeri)	0.000

Tablo 1'de stres değerlendirme ölçeğine ilişkin yer alan barlett küresellik testinin p değeri 0.000 bulunmuş ve 0.05 anlamlılık derecesinden düşük olduğundan değişkenler arasında faktör analizi yapmaya yeterli düzeyde bir ilişki olduğu; KMO değerinin ise 0.829 olması ise 0.80 ve yukarısında olmasından dolayı örneklem büyüklüğünün yeterli ve değişkenler arası ilişkinin mükemmel olduğu sonucunu göstermektedir.

Tablo 2. Bireysel Performans Ölçeğinin KMO ve Barlett Testleri

Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)		0.917
Barlett Küresellik Testi	Ki-kare değeri	2934.695
	Anlamlılık(p değeri)	0.000

Tablo 2'de bireysel performans ölçeğine ilişkin yer alan barlett küresellik testinin p değeri 0.000 bulunmuş ve 0.05 anlamlılık derecesinden düşük olduğundan değişkenler arasında faktör analizi yapmaya yeterli düzeyde bir ilişki olduğu; KMO değerinin ise 0.918 olması ise 0.80 ve yukarısında olmasından dolayı değişkenler arası ilişki mükemmeldir.

Verilerin faktör analizi için uygunluğuna karar verildikten sonra, faktör yük değerleri ve açıklanan varyans hesaplamalarına geçilmektedir. Faktör yük değeri, maddelerin faktörlerle olan ilişkisini açıklamada kullanılmaktadır. Yük değerinin en az 0.30 olması beklenmektedir. Eğer maddeler bu değer altında ise elenmesi gerekmektedir. Faktör yüklerinin işaretine bakılmaksızın 0.60 ve üstü yük değerine sahip olan maddeler yüksek, 0.30-0.59 arası yük değeri ise orta düzeyde büyüklük olarak tanımlanmaktadır (Akdağ, 2011: 25).

Tablo 3. Stres Değerleme Ölçeğinin Faktör Ağırlıkları

Faktörler	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans
Sosyal Stres Vericiler		17.824
1.Yabancılarla karşılaştığımda rahatsız olurum.	.729	
10. Sadece yaptığım iş yetersiz olduğunda hatırlanırım.	.756	
17.İşyerimdeki insanlarla veya ailemle olan sorunlarımı çözümleyemem.	.409	
19. Birlikte çalıştığım insanlardan çok az manevi destek alırım.	.784	
21. Fazla mesailer ve hafta sonunu da içine alan iş koşullarım sebebiyle ailemin baskısını hissediyorum.	.513	
23. Daha alt derecedeki kişilere olumsuz bir şey söylemem zor olur.	.738	
24. Agresif kişilerle başa çıkmakta zorluk çekerim	.522	
25. Pasif kişilerle çalışmakta güçlük çekerim.	.774	
27. Yaşıtlarım arasındaki bir çekişmede/tartışmada hakemlik yapmaktan rahatsızlık duyarım.	.815	
28. Benden küçükler arasındaki tartışmada hakemlik yapmaktan rahatsız olurum.	.727	
29. Yaşıtlarımla tartışmaya girmekten kaçınırım.	.770	
30. Amirlerimle tartışmaya girmekten kaçınırım.	.851	
31. Astlarımla tartışmaya girmekten kaçınırım.	.871	
36. Eşimin veya ailemin benden bir çok istekleri var.	.568	
37. Ebeveynimin(anne, baba vb.) sağlığı ile ilgilenmem gerekiyor.	.764	
38. Çocuklarımla veya ailemle iletişim kurmakta güçlük çekiyorum.	.517	
İşle İlgili Stres Vericiler		18.376
4. Birlikte çalıştığım insanlar yaptığım iş konusunda bilgi sahibi değiller.	.349	
5. Amirlerim ile görüş ayrılıklarım var.	.626	
6.İş yerimde yaşanan çekişmelerle uğraşmak zamanımın çoğunu alır.	.636	
7. “Yöneticilik” konusunda kendime güvenmiyorum.	.450	
8. Yöneticiler işimi yaparken yeni taleplerde bulunarak çalışmamı engeller.	.631	
9. Çalıştığım bölüm ile diğer bölümler arasında çekişme/anlaşmazlık var.	.435	

11. Beni etkileyecek olan kararlar veya değişiklikler, bilgim olmadan veya bana sorulmadan yapılır.	.621	
15. Yakın olarak çalıştığım mesai arkadaşlarım, benden daha farklı alanda eğitim almışlar.	.793	
16. İşimi yapabilmem için, diğer departmanlara da gitmem gerekir.	.669	
18. Diğer bölümlerle olan sorunlarımı çözümleyemem.	.391	
20. Bir plan üzerinde çalışmak yerine vaktimi onunla ilgili zorlukları yenmek için harcıyorum.	.560	
26. Birbirleri ile çakışan görevler beni güç durumda bırakır.	.493	
32. Karmaşık işler canımı sıkır.	.534	
Kendini Yorumlama Biçiminden Kaynaklanan Stres Vericiler		17.869
2. Bir grup önünde konuşurken tedirgin olurum.	.587	
3. İstediklerimi yapıp yapmama konusunda tereddüt ederim.	.618	
12. Yapacak çok işim, ancak çok az zamanım var.	.457	
13. İşimde yaptıklarımın daha yetenekli olduğumu düşünüyorum.	.394	
14. Şu anda yapmakta olduğum iş için yetersiz olduğumu hissediyorum.	.732	
22. İşlerimi yetiştirebilmek için kendi kendime zaman sınırlarımı koyarım.	.552	
33. Kişisel ihtiyaçlarım, işyeri ile çatışma halindedir.	.705	
35. Bir iş üzerinde dikkatimi toplamakta güçlük çekiyorum.	.470	
39. Hissettiklerimi söylemekte güçlük çekiyorum.	.549	
Fiziki Çevreden Kaynaklanan Stres Vericiler		12.956
34. Gürültülü çevrem beni rahatsız ediyor.	.578	
40. Çalıştığım yerde çok sigara içiliyor.	.598	
41. Çalıştığım yerdeki koku beni rahatsız ediyor.	.647	
42. Oturduğum yerdeki çevre kirliliğinden şikayetçiyim.	.722	
43. Oldukça gürültülü bir yerde çalışıyorum.	.676	
Toplam Varyans Açıklama Oranı (%): 67.025		

Faktör yüklerine bakıldığında 25 tanesinin %60'ın üzerinde; yüksek faktör değerine sahip; 18 tanesinin ise 0.30- 0.59 arasında orta düzeyde olduğu ve analizlere dahil edilebileceği belirlenmiştir. Analizler sonrasında da, stres nedenlerini belirlemeye yönelik yer alan 43 ifadenin diğer çalışmalara paralel olarak 4 boyutta toplandığı görülmüştür. Bunlar sosyal stres vericiler, işle ilgili stres vericiler, kendini yorumlama biçiminden kaynaklanan stres vericiler ve fiziksel çevreden kaynaklanan stres vericilerdir. Ancak, farklı olarak bazı ifadelerin (1, 5, 17, 42 ve 43) iki boyut altında da yer alması faktör analizi için sıkıntı oluşturacağından ifadelerin faktör yükleri alındıktan sonra hangi boyuta daha yakınsa onun ifadesi olarak kabul edilmiştir. Buna göre; 42 ve 43. ifadeler hem işle ilgili stres vericiler hem de çevreyle ilgili stres vericilerde iken

çevresel stres vericiler boyutuna, 17. ifade hem işle ilgili stres vericiler hem de sosyal stres vericilerde iken sosyal stres vericiler boyutunun altına, 1. ifade hem kendini yorumlama biçiminden kaynaklanan stres vericiler hem de sosyal stres vericilerde iken sosyal stres vericiler boyutunun altına ve 5. ifade hem sosyal stres vericiler hem de işle ilgili stres vericiler de iken işle ilgili stres vericiler boyutunun altına alınmıştır. Faktörlerin toplam varyansın %67'sini açıklaması ise sosyal bilimler için faktör yapısının güçlü olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. Bireysel Performans Ölçeğinin Faktör Ağırlıkları

Faktörler	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans
Temel Performans		32.276
1.İşlerimi devamlı zamanında bitiririm.	.618	
2.Düzenli ve belirli bir amaç doğrultusunda çalışırım.	.644	
3.Çok düşük idare ve teşvik seviyesinde bile çalışabilirim.	.771	
4.Görev odaklı çalışırım.	.634	
Başarı Performansı		37.663
5.İşimi yüksek çalışma temposunda sürdürürüm.	.695	
6.İşimde büyük işler başarıyorum.	.746	
7.Yüksek kaliteli işler ortaya koyarım.	.781	
8.Çalışmalarım sürekli üst düzey sonuçlar verir.	.849	
9.İşimde çok çalışkan ve hareketliyimdir.	.885	
Toplam Varyans Açıklama Oranı (%): 69.939		

Faktör yüklerine bakıldığında hepsinin %60'ın üzerinde; yüksek faktör değerine sahip olduğu ve analizlere dahil edilebileceği belirlenmiştir. Analizler sonrasında da, bireysel performansı ölçmeye yönelik yer alan 9 ifadenin literatüre uygun olarak 2 faktör altında toplandığı görülmüştür. Bunlar temel performans ve başarı performansıdır. Faktörlerin toplam varyansın %69'unu açıklaması ise sosyal bilimler için faktör yapısının güçlü olduğunu göstermektedir.

Tablo 5. Ölçeklerin Cronbach's Alpha Değerleri

	Cronbach' s Alpha
Stres Değerleme Ölçeği Faktörleri	0. 911
Sosyal Stres Vericiler	0. 794
İşle İlgili Stres Vericiler	0. 806
Kendini Yorumlama Biçiminden Kaynaklanan Stres Vericiler	0. 685
Fiziki Çevreden Kaynaklanan Stres Vericiler	0. 705
Bireysel Performans Ölçeği Faktörleri	0. 942
Temel Performans Boyutu	0. 856
Başarı Performansı Boyutu	0. 943

Kalaycı'ya göre (2006, s. 405), cronbach's alpha değerleri $0.60 \leq \alpha < 0.80$ aralığında güvenilir ve $0.80 \leq \alpha < 1.00$ aralığında ise oldukça güvenilir olarak kabul edilmektedir. Bu oranlarda araştırmada kullanılan ölçeklerin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Geçerlilik ve güvenilirlik bilgilerinden sonra analize geçildiğinde, kanonik korelasyon uygulaması için Antalya merkezdeki beş yıldızlı otel çalışanlarının stres puanları kullanılmıştır. Bunun için çalışanların sosyal, iş, kendini yorumlama biçimi ve fiziki çevreden kaynaklı oluşan stres puanları alınarak SSV, İSV, KYSV ve FSV değişkenleri ile "stres puanları" değişken seti oluşturulmuştur. İkinci değişken kümesi için ise çalışanların bireysel performanslarını ortaya koyan temel performans ve başarı performansı değişkenleri seçilerek "bireysel performans" değişken seti oluşturulmuştur. Uygulama kapsamında "stres puanları" değişken seti bağımsız değişken olarak, "bireysel performans" değişken seti ise bağımlı değişken olarak ele alınmıştır.

Kanonik korelasyon analizini gerçekleştirmek için kullanılacak model açıklandıktan sonra kurulan kanonik modelin anlamlı olup olmadığına bakılmıştır. Bunun için Pillai's criterion, Hotelling's trace, Wilks' lambda ve Roy's GCR gibi testler kullanılabilir. Ancak, genel olarak araştırmacılar tarafından daha kullanışlı olan Wilks' λ tercih edilmiştir (Sherry ve Henson, 2005). Tablo 6'de bu testlere ait sonuçlar verilmiştir.

Tablo 6. Çok Değişkenli Anlamlılık Testleri

Test Adı	Değer	Yaklaşık F	Hipotez	SD Hata	F'in Anlamlılık Değeri
Pillais	.73463	50.21851	8.00	692.00	.000
Hotellings	2.52236	108.46148	8.00	688.00	.000
Wilks	.27980	76.80431	8.00	690.00	.000
Roy's	.71443				

(S=2, M= ½ , N=171 ½)

Tablo 6'daki bulgulara göre, oluşturulan kanonik model istatistiksel olarak anlamlıdır (Wilks' $\lambda=0.27980$, $F(8, 690.00)=76.80431$, $p<0.001$). Dolayısıyla stres puanları ve bireysel performans setleri arasında kayda değer bir ilişki olduğu söylenebilir. Ancak bu testlerin anlamlılığı elde edilen ilişkinin gücü hakkında bilgi vermemektedir. Bu nedenle, kanonik korelasyon analizinde modelin anlamlılığının yanı sıra ilişkinin büyüklüğünü ölçmek için etki büyüklüğüne bakılmalıdır. Bu konuda da ters etki büyüklüğü olarak adlandırılan Wilks' λ değerinden faydalanılmaktadır. Wilks λ değeri, analiz sonucunda elde edilen modelde kanonik değişkenler arasında açıklanamayan varyansı ifade etmektedir. Dolayısıyla "1- λ " değeri kanonik değişkenlerin paylaştıkları ortak varyans miktarını göstermekte ve regresyon analizindeki R^2 değeri gibi yorumlanabilmektedir. Buna göre etki büyüklüğü $1 - \text{Wilks' } \lambda = 1 - 0.27980 = 0.7202$

olarak hesaplanabilir. Buna göre, stres puanları ve bireysel performans setleri arasındaki paylaşılan ortak varyans %72'dir.

Kanonik korelasyon analizinde oluşturulabilecek maksimum kanonik değişken çifti sayısı, hangi değişken setinde daha az sayıda değişken varsa, o setteki değişken sayısına eşittir (Cohen, Cohen, West ve Aiken, 2003). Araştırmada iki veri setinden birinde 4, diğerinde 2 değişken bulunmaktadır. Dolayısıyla oluşturulabilecek maksimum kanonik değişken çifti sayısı 2'dir. Kurulan kanonik model anlamlı olmakla birlikte her bir kanonik fonksiyonunda anlamlılığının test edilmesi gerekmektedir. Kanonik korelasyondan elde edilen kanonik modelin anlamlılığı test edilirken, kanonik fonksiyonların yığılmalı değerleriyle işlem yapılmaktadır. Bu nedenle, kanonik fonksiyonların yığılmalı değerlerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu bir kanonik modelde, kanonik fonksiyonların bir kısmı anlamlı iken bir kısmı için kanonik değişkenler arasındaki ilişki çok düşük olabilir ve bu ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmayabilir. Dolayısıyla kanonik korelasyon analizi sonuçları yorumlanırken kanonik model ile birlikte her bir kanonik fonksiyonun anlamlılığının ayrı ayrı değerlendirilmesi gerekmektedir. Kanonik fonksiyonların hangilerinin anlamlı olduğuna karar vermek için kanonik fonksiyonlara ilişkin öz değerler ve kanonik korelasyon değerleri incelenmektedir (Sherry ve Henson, 2005). Tablo 7'de model için geliştirilen 2 kanonik fonksiyon için özdeğerler ve kanonik korelasyonlar sunulmaktadır.

Tablo 7. Özdeğerler ve Kanonik Korelasyonlar

Kök	Özdeğer	Yüzde	Yığılmalı Yüzde(Küm.yüzde)	Kanonik Kor.	Kanonik Kor.karesi
1	2.50175	99.18273	99.18273	.84524	.71443
2	.02061	.81727	100.00000	.14212	.02020

Tablo 7 incelendiğinde birinci kanonik fonksiyona ait kanonik korelasyonun 0.84524 olduğu ve bu fonksiyonun stres puanları ve bireysel performans setleri arasındaki varyansın % 71.443'ünü açıkladığı görülmektedir. İkinci kanonik fonksiyonun katkısı ise %2.02'dir. Bu yüzden yalnızca birinci kanonik fonksiyonun önemli bir katkıda bulunduğu söylenebilir.

Buraya kadar elde edilen sonuçlara göre, modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve yüksek derecede kabul edilebilecek bir etki büyüklüğüne sahip olduğu söylenebilir. Ayrıca, yalnız birinci kanonik fonksiyon istatistiksel olarak anlamlı ve iki değişken seti arasındaki varyansı en çok açıklayan birinci kanonik fonksiyon olduğundan, yalnızca birinci kanonik fonksiyon yorumlanabilir.

Kanonik korelasyon analizinde diğer bir aşama da, veri setlerinde yer alan değişkenlerin kanonik değişkenler arasındaki ilişkiye nasıl bir katkı sağladığı ile ilgilidir. Standartlaştırılmış kanonik katsayılar ve yapısal katsayılar değişkenlerin her birinin kanonik fonksiyonlara

katkılarını vermektedir. Buna göre stres puanları değişkenlerinin birinci kanonik fonksiyona katkıları sırasıyla SSV' den alınan puanlar (1.028), İSV' den alınan puanlar (0.0723), KYSV' den alınan puanlar (0.1393), FSV' den alınan puanlar (-.0819) şeklinde, bireysel performans değişkenlerinin birinci kanonik fonksiyona katkıları ise temel performans (.937), başarı performansı (.961) şeklindedir (Tablo 8). Standartlaştırılmış kanonik korelasyonların yorumlanması özellikle çoklu doğrusal bağlantı olması durumunda sağlıklı olmadığından, kanonik değişkenlerle her iki değişken setleri arasındaki korelasyon olarak verilen yapı katsayılarını yorumlamak daha yerinde olacaktır.

Tablo 8. Kanonik Fonksiyonlar İçin Kanonik Çözümleme

1.Kanonik fonksiyon				2.Kanonik fonksiyon			
	Std. katsayısı	R _c	R _c ² (%)	Std. katsayısı	R _c	R _c ² (%)	H ² (%)
SSV	1.028	.986	97.21	-.037	-.075	0.57	97.78
İSV	.0723	-.018	0.03	1.434	.595	35.47	35.5
KYSV	.1393	-.105	1.10	-.525	.106	1.14	2.24
FSV	-.0819	-.008	0.64	-.823	-.241	5.83	6.47
Temel per.	.937	.937	87.91	.347	.347	12.08	99.99
Başarı per.	.961	.961	92.53	-.273	-.273	7.46	99.99

Std katsayısı= standartlaştırılmış kanonik katsayısı, R_c= yapı katsayısı, R_c²= yapı katsayısının karesi, H²=ortaklık katsayısı

Değişkenlerin buldukları veri seti ile paylaştıkları varyansın önemli olup olmadığının tespitinde .45 değeri ölçüt olarak alınmaktadır. Buna göre, .45 ve üzerindeki R_c ve H² değerlerine sahip değişkenlerin buldukları veri setine katkılarının önemli olduğu söylenebilir. Bu ölçüt faktör analizinde .45 ve üzerinde faktör yüküne sahip olan maddelerin oldukça iyi maddeler olarak kabul edilmesi yargısından yola çıkılarak belirlenmiştir (Sherry ve Henson, 2005). Tablo 8'deki bulgulara göre, birinci kanonik fonksiyonda SSV değişkeninin stres puanları veri setine olan katkılarının .45'in(R_c değerleri) üzerinde; buna karşın FSV, KYSV ve İSV değişkenine ait yapısal katsayıların .45 değerinin altında olduğu belirlenmiştir. Buna göre, birinci kanonik fonksiyon için SSV değişkenlerinin stres puanları veri setine olan katkılarının FSV, KYSV ve İSV değişkenlerinin stres puanları veri setine olan katkısına göre daha önemli olduğu söylenebilir.

Yine Tablo 8'deki bulgulara göre, birinci kanonik fonksiyonda temel performans ve başarı performansı değişkenlerinin bireysel performans değerlendirme veri setine olan katkılarının .45'in üstünde olduğu bulunmuştur. Bu durumda, birinci kanonik fonksiyonda temel performans ve başarı performansı değişkenlerinin bireysel performans değerlendirme veri setine olan katkıları oldukça önemlidir. SSV değişkenine ait yapısal katsayıların anlamlı olduğu birinci kanonik fonksiyonda işareti pozitifdir. Birinci kanonik fonksiyonda bireysel performans değerlendirme

veri setine ilişkin değişkenler incelendiğinde ise, temel performans ve başarı performansı değişkenlerinin işaretlerinin pozitif olduğu saptanmıştır. Buna göre temel performans ve başarı performansı aynı yönlü ilişki içerisinde. Tablo 8’de ayrıca SSV değişkeni ile temel performans ve başarı performansı değişkenleri arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Bu bulgu, çalışanların sosyal stres vericilerden aldıkları puanlar (SSV) arttıkça temel performans ve başarı performanslarının da arttığını göstermektedir.

Sonuç

Otel sektöründeki insan kaynaklarının yönetimi; endüstrinin, müşterilere başarıyla hizmet etmesi için insan kaynağına yüksek oranda ihtiyaç duyması nedeniyle giderek önemli etkiler yaratmaktadır. Bu nedenle, stres türleri ve bireysel performans ilişkisinin araştırılması büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmada, otel çalışanlarının streslerinin bireysel performanslarıyla ilişkisi Kanonik Korelasyonla araştırılmıştır. Ancak stres ve bireysel performans ilişkisi, Mayerson stres kaynağı ölçeği ve bireysel performans değerlendirme ölçeği envanterindeki maddeler ve maddelere verilen yanıtlarla sınırlı kalmıştır. Otel çalışanlarının bireysel performanslarına dair yönetici değerlendirmesinin alınmadığı, çalışanların bireysel performanslarını kendilerinin değerlendirmesi diğer bir kısıtı oluşturmuştur. Kısıtlar belirlendikten sonra, çalışmada kullanılan ölçeklerin geçerliliklerine, güvenilirliklerine ve kanonik korelasyonla kurulan modelin anlamlılığına bakılmıştır. Bunun için kullanılan Wilks’ λ testi sonucunda stres puanları ve bireysel performans setleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Analiz sonucunda, stres puanları ile bireysel performans değerlendirme veri setleri arasındaki ilişkiye ait iki kanonik fonksiyon elde edilmiştir ve yalnızca birinci kanonik fonksiyonun anlamlı olduğu görülmüştür. Stres puanları ve bireysel performans değerlendirme veri setleri arasındaki ilişkiyi maksimum yapacak şekilde hesaplanan birinci kanonik fonksiyonda veri setleri arasındaki korelasyon .84524 olarak hesaplanmıştır. Buna göre, ilk kanonik fonksiyonda stres puanları ile bireysel performans değerlendirme veri setlerinin %71.44’lük bir varyans paylaştıkları ortaya çıkmıştır. Sonrasında yapılan kanonik çözümleme ile de ilişkilerin yönlerine bakılmıştır. Kanonik korelasyon analizinden elde edilen kanonik fonksiyonların yığılmalı değerlerinden oluşan kanonik modelde, stres puanları ve bireysel performans değerlendirme veri setlerinin paylaştıkları ortak varyans %72 olarak hesaplanmıştır.

Araştırma sonucunda stresin, sosyal stres vericilerden alınan puanlar, işle ilgili stres vericilerden alınan puanlar, kendini yorumlama biçiminden kaynaklanan stres vericilerden alınan puanlar ve fiziki çevreden kaynaklanan stres vericilerden alınan puanlar gibi 4 ana alanı arasında, sosyal stres vericilerden alınan puanlar boyutu haricindeki diğer boyutlarının bireysel performans ile yüksek bir ilişkiye sahip olmadığı belirlenmiştir. Sadece, sosyal stres vericilerden alınan puanlar ve bireysel performans arasında pozitif bir ilişki olduğu görülmüştür. Bu bulgu, otel çalışanlarının sosyal stres vericilerden aldıkları puan arttıkça bireysel performanslarının da artan şekilde tetiklendiğini göstermektedir. Bu durum istenen performansın sağlanması için gerekli bir durumdur (Yılmaz, 2012; Ergül, 2012; Yılmaz ve Ekici 2003). Çünkü, AbuAlRub (2004), iş stresi ile çalışanların performansı arasındaki ilişkinin U şeklinde bir eğri

olduğunu göstermiştir. Buna göre, orta seviye de bir iş stresine sahip olan çalışanların iş performansı, yüksek ya da düşük stres seviyesine sahip olanlara oranla daha iyi olarak belirtilmektedir(Mansor ve Malekian, 2014). Palmer vd.(2004)'de stresli çalışanların sağlıklı, kötü motive olmuş ve verimsiz olma olasılıklarının düşük, işletmelerinin rekabetçi pazarda başarılı olma ihtimallerinin ise daha yüksek olduğunu vurgulamıştır. Yapılan farklı çalışmalarda da orta düzeyde stresin olması durumunda ortalama performans sergilendiği belirtilmiştir(Yadav ve Halyal, 1999; Imtiaz ve Ahmad, 2009; Juyal, 2011). Bazı araştırmacılar ise, çalışma sonuçlarından farklı olarak yüksek düzeydeki iş stresi ve örgütsel performans arasında güçlü bir korelasyon olduğunu göstermiştir(Wright, Bonett ve Sweeney, 1993; Daniels ve Harris, 2000).

İşin özellikleri (Chiang, Birtch ve Kwan, 2010), düşük karar verme yetkisi (Wilkie, 2001), belirsiz iş tanımları (Robbins, 2001), uzun çalışma saatleri (Seta, Paulus ve Baron, 2000) gibi nedenlerle otel çalışanlarının yaşadığı stres, sadece performanslarını değil, aynı zamanda müşteri memnuniyetini de (Li vd., 2012) etkileyebilmektedir. Müşteri hizmetleri alanındaki çalışanların zayıf iş performansı göstermesi (Beehr vd., 2000), servis aksaklıklarına sebep olarak otellerin imajını olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Yoo, Shin ve Yang, 2006). Bu nedenle, otel çalışanlarının iş performansını etkileyen faktörlerin belirlenmesi, müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerinin daha iyi karşılanması ve otel imajının korunabilmesi için çok önemlidir. Sektörün başarısının çalışanların bireysel performanslarına bağlı (Walker, 2007) olduğu düşünüldüğünde, stres seviyesinin azaltılması otel sektöründe uygulayıcılar ve araştırmacılar için büyük önem taşımaktadır (Chiang, Birtch, ve Kwan, 2010; Kim, Murrmann, ve Lee, 2009).

Stresin günden güne artan nedenleri, etkileri, tıbbi rahatsızlıkları ve sonuçların yüklediği ekonomik maliyetler düşünülürse, göz ardı edilmesi söz konusu değildir. İşletmelerin başarısı çalışanlarının başarısı ya da başarısızlığı ile doğru orantılı olarak ilerlemektedir. Bu nedenle işletmeler, çalışanların stres kaynaklarını doğru bir şekilde belirleyip, kontrol altına alınması için gerekli önlemleri uygulamak konusunda çalışmalıdırlar. Gerçekten de birçok işletme, meditasyon, kas gevşetici egzersiz (Johns, 1992), psikoterapi (Coffey, 1994) gibi stres yönetimi eğitim programlarıyla stresin olumsuz etkilerini hafifletmek ve (Brymer, Perrew ve Johns, 1991) çalışanların stresini yönetmek için önemli zaman ve çaba harcamaktadır. İşletmeler, bu çalışmaları etkin bir şekilde yaptıkları sürece, stresin olumsuz etkilerini yenip olumlu etkilerinden yararlanarak örgüt başarısını artırabilirler. Genel olarak stresten tümüyle kurtulabilmek mümkün olmasa da, en azından belli bir seviyenin altında tutulmaya çalışılmalıdır. Bu anlamda sosyal destek (Tutar, 2000), iş zenginleştirme (Tosi, Zakem ve Berger, 1990), rollerin netleştirilmesi (Özkalp ve Kirel, 2001) gibi stres yönetiminde kullanılacak stratejilerinde amacı çalışanları optimal stres seviyesinde tutabilmek olmalıdır. Bu çalışmada, performans içinde bir miktar stresin gerekli olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, otel yöneticileri, bu çalışmanın sonuçlarına dayalı olarak stres yönetimi eğitim programları, sakinlik, yüksek motivasyon programları tasarlayarak, stresi optimum düzeyde tutmanın yollarını arayabilirler.

Kaynakça

- AbuAlRub, R.F. (2004). Job Stress, Job Performance and Social Support Among Hospital Nurses. *Journal of Nursing Scholarship*, 36(1), 73-78.
- AbuAlRub, R.F. (2006). Replication and Examination of Research Data on Job Stress and Coworker Social Support with Internet and Traditional Samples. *Journal of Nursing Scholarship*, 38(2), 200-204.
- Akdağ, M. (2011). SPSS’de istatistiksel analizler. *Ders notları, Malatya. İnönü. edu. tr.(erişim tarihi, 18, 03, 2018)*.
- Babin, B.J. ve Boles, J.S. (1998). Employee Behavior in a Service Environment: A Model and Test of Potential Differences Between Men and Women. *Journal of Marketing*, 62(2), 77-91.
- Baltaş, A., Baltaş, Z. (1993). *Stres ve Başa Çıkma Yolları*. İstanbul: Remzi.
- Bayyurt, N. (2004). *İşletme Performansı Değerlendirmesinde Kanonik Korelasyon Analizi*. (Yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Beehr, T.A. ve Glazer, S. (2005). Organizational Role Stress. Barling, J., Kelloway, E.K. ve Frone, M.R. (Ed.), *Handbook of Work Stress* (s. 7-34). CA: Thousand Oaks.
- Beehr, T.A., Jex, S.M., Stacy, B.A. ve Murray, M.A. (2000). Work Stressors and Coworker Support as Predictors of Individual Strain and Job Performance. *Journal of Organizational Behavior*, 21(4), 391-403.
- Bernhardt, A., Dresser, L. ve Hatton, E. (2003). The coffee pot wars: unions and firm restructuring in the hotel industry. Appelbaum, E., Bernhardt, A. ve Murnane, R. (Ed.), *Low-Wage America: How Employers are Reshaping Opportunity in the Workplace* (s.33-76). New York: Russell Sage Foundation.
- Bhagat, R.S., Krishnan, B., Nelson, T.A., Leonard, K.M., Ford, D.L.J. ve Billing, T.K. (2010). Organizational Stress, Psychological Strain, and Work Outcomes in Six National Contexts: a Closer Look at the Moderating Influences of Coping Styles and Decision Latitude. *Cross-Cultural Management*, 17(1), 10-29.
- Braham, B.J. (1998). *Managing Stress*. New York: McGraw-Hill.
- Brown, S.P. ve Peterson, R.A. (1994). The Effect of Effort on Sales Performance and Job Satisfaction. *Journal of Marketing*, 58(2), 70-80.
- Brymer, R.A., Perrew, P.L. ve Johns, T.R. (1991). Managerial Job Stress In The Hotel Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 10(1), 47-58.
- Campbell, J. P. (1990). Modeling the Performance Prediction Problem in Industrial and Organizational Psychology. Dunnette, M.D. ve Hough, L.M. (Ed.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology* (s. 687-732). Palo Alto: Consulting Psychologists Press
- Campbell, J.P., McCloy, R.A., Oppler, S.H., ve Sager, C.E. (1993). A Theory of Performance. Schmitt, E. ve Borman, W.C. (Ed.), *Personnel Selection in Organizations* (s. 35-70). San Francisco: Jossey-Bass.

- Canpolat, Ö. (2006). *Çalışanların Stres Düzeyini Etkileyen Faktörler ve İş Sağlığı Hemşiresinin Stres İle Başetmede Etkililiği*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kocaeli Üniversitesi/Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Kocaeli.
- Chen, M.C. ve Huang, Y.W. (2014). Factors Influencing the Quality of Life of Nurse Anesthetists and the Correlations among Work Stress, Job Satisfaction, and Quality of Life: A Case Study of Three Medical Centers in Southern Taiwan. *World Journal of Medicine and Medical Science*, 2(2), 1-17.
- Chiang, F.F.T., Birtch, T.A. ve Kwan, H.K. (2010). The Moderating Roles Of Job Control And Work-Life Balance Practices On Employee Stress In The Hotel And Catering Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 29(1), 25-32.
- Chiang, F.T., Birtch, T.A. ve Kwan, H.K. (2010). The Moderating Roles of Job Control and Work-life Balance Practices on Employee Stress in the Hotel and Catering Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 29(1), 25-32.
- Cleveland, J. N., O'Neill, J. W., Himelright, J. L., Harrison, M. M., Crouter, A. C., ve Drago, R. (2007). Work and Family Issues in the Hospitality Industry: Perspectives of Entrants, Managers, and Spouses. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(3), 275-298.
- Coffey, A.J. (1994). Timing is Everything'; Graduate Accountants, Time and Organizational Commitment. *Sociology*, 28(4), 943-956.
- Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., ve Aiken, L. S. (2003). *Applied Multiple Regression/ Correlation Analysis for the Behavioral Sciences*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Cooper, C. L., & Marshall, J. (1976). Occupational Sources of Stress: A Review of the Literature Relating to Coronary Heart Disease and Mental Ill Health. *Journal of occupational psychology*, 49(1), 11-28.
- Daniels, K. ve Harris, C. (2000). Work, Psychological Well-being and Performance. *Occupational Medicine*, 50(5), 304-309.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E.S. ve Çinko, M. (2013). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. İstanbul: Beta.
- Ergül, A. (2012). *Çalışma Yaşamında Stresin Bireysel Performans Üzerindeki Etkileri: Eğitim ve Sağlık Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Balıkesir Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Erkuş, A. (2012). *Psikolojide Ölçme ve Ölçek Geliştirme*. Ankara: Pegem.
- Faulkner, B. ve Patiar, A. (1997). Workplace Induced Stress Among Operational Staff in The Hotel Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 16(1), 99-117.
- Fox, M.L, Dwyer, D.J. ve Ganster, D.C. (1993). Effects of Stressful Job Demands and Control on Physiological and Attitudinal Outcomes in a Hospital Setting. *Academy of Management Journal*, 36(2), 289-318.
- French, S.E., Lenton, R., Walter, V. ve Eyles, J. (2000). An Empirical Evaluation of an Expanded Nursing Stress Scale. *Journal of Nursing Measurement*, 8(2), 161-178.

- Gilboa, S., Shiram, A., Fried, Y. and Cooper, C. (2008). A Meta Analysis of Work Demand Stressors and Job Performance: Examining Main and Moderating Effects. *Personnel Psychology*, 61(2), 227-272.
- Gilboa, S., Shirom, A., Fried, Y. ve Cooper, C. (2008). A Meta-analysis of Work Demand Stressors and Job Performance: Examining Main and Moderating Effects. *Personnel Psychology*, 61(2), 227-272.
- Ho, R. (2014). *Handbook of Univariate And Multivariate Data Analysis With IBM SPSS* (2nd.ed.). Boca Raton, FL: CRC Press.
- Imtiaz, S. ve Ahmad, S. (2009). Impact of Stress on Employee Productivity, PErformance and Turnover; an Important Managerial Issue. *International Review of Business Research Papers*, 5(4), 468-477.
- Jackson, S.E. ve Schuler, R.S. (1985). A Meta-Analysis and Conceptual Critique of Research on Role Ambiguity and Role Conflict in Work Settings. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 3(1), 16-78.
- Johns, M.W. (1992). Reliability and Factor Analysis of the Epworth Sleepiness Scale. *Sleep*, 15(4), 376-381.
- Jung, H.S. ve Yoon, H.H. (2013). Is the Individual or the Organization the Cause of Hotel Employees' Stress? A Longitudinal Study on Differences in Role Stress Between Subjects. *International Journal of Hospitality Management*, 33(1), 494-499.
- Juyal, S. (2011). Occupational Stress and Job Involvement among Managers. *Global Journal of Management Science and Technology*, 1.
- Kahn, R.L. ve Byosiere, P. (1994). Stress in Organizations. *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, 3, 571-650.
- Kalaycı, Ş. (2006). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil.
- Kalaycı, Ş. (Ed) (2014). *Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri* (6.Basım) Ankara: Asil.
- Kanfer, R. (1990). Motivation Theory and Industrial and Organizational Psychology. *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, 1(2), 75-130.
- Karasar, N. (2009). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel.
- Karatepe, O.M. ve Tizabi, L.Z. (2011). Work-Related Depression in the Hotel Industry: A Study in the United Arab Emirates. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(5), 608-623
- Kaya, L. (2008). *Birden Fazla Değişken İçeren Setler Arasındaki İlişkinin Kanonik Korelasyon Analizi İle Belirlenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Harran Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü, Şanlıurfa.
- Khan, D., Amjad, S. ve Kazmi, R. (2008). Occupational Stress and its Effect on Job Performance. A Case Study of Medical House Officers of District Abbottabad. *Journal of Ayub Medical College Abbottabad*, 20(3), 135-139

- Kim, B.P., Murrmann, S.K. ve Lee, G. (2009). Moderating Effects of Gender and Organizational Level Between Role Stress and Job Satisfaction among Hotel Employees. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), 612-619.
- Kim, H.J. (2008). Hotel Service Providers' Emotional Labor: The Antecedents and Effects on Burnout. *International Journal of Hospitality Management*, 27, 151-161.
- Kim, H.J., Shin, K.H. ve Umbreit, W.T. (2007). Hotel Job Burnout: The Role of Personality Characteristics. *International Journal of Hospitality Management*, 26(2), 421-434.
- Kim, H.J., Shin, K.H. ve Umbreit, W.T. (2007). Hotel Job Burnout: The Role of Personality Characteristics. *International Journal of Hospitality Management*, 26(2), 421-434.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9579/turizm-tesisleri.html>. (erişim tarihi: 27. 5. 2016).
- Lambert, V. ve Lambert, C. (2001). Literature Review of Role Stress/strain on Nurses: An International Perspective. *Nursing and Health Science*, 3(1), 161-172.
- Lepine, J.A., Lepine, M.A. ve Jackson, C.L. (2004). Challenge and Hindrance Stress: Living with Exhaustion, Motivation to Learn, and Learning Performance. *Journal of Applied Psychology*, 89(5), 883-895.
- Lepine, J.A., Podsakoff, N.P. ve Lepine, M.A. (2005). A Meta-analytic Test of the Challenge Stressor-hindrance Stressor Framework: An Explanation for Inconsistent Relationships Among Stressors and Performance, *Academy of Management Journal*, 48(5), 764-775.
- Levi, L. (1981). *Preventing work stress*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Li, X., Sanders, K. ve Frenkel, S. (2012). How Leader-Member Exchange, Work Engagement and HRM Consistency Explain Chinese Luxury Hotel Employees' Job Performance. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4), 1059-1066.
- Malta, M. (2004). Stress at Work, A Concept in Stress Human Factors Limited. *Business Psychology Strategy Development*, 33, 125-133.
- Mansor, S.M.S.S., Malekian, K.A. (2014). Correlation Between Psychological Stressors With Job Performance Among Government Employess. *1 International Education Postgraduate Seminar*, 2, 87-102, Malaysia.
- Maslach, C. (2003). Job Burnout: New Directions in Research and Intervention. *Current Directions in Psychological Science*, 12(5), 189-192.
- Mohr, A.T. ve Puck, J.F. (2007). Role Conflict, General Manager Job Satisfaction and Stress and the Performance of IJVs. *European Management Journal*, 25(1), 25-35.
- Motowidlo, S.J., Borman, W.C., ve Schmit, M.J. (1997). A Theory of Individual Differences in Task and Contextual Performance. *Human Performance*, 10, 71-83.
- Özkalp, E. ve Kirel, Ç. (2001). *Örgütsel davranış*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayını

- Özpehlivan, M. (2015). *Kültürel Farklılıkların İşletmelerde Örgüt İçi İletişim, İş Tatmini, Bireysel Performans ve Örgütsel Bağlılık Kavramları Arasındaki İlişkiye Etkileri: Türkiye-Rusya Örneği*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Okan Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Palmer, S., Cooper, C., ve Thomas, K. (2004). A model of Work Stress. *Counselling at Work*. Winter, 5, 25
- Papadopoulou-Bayliss, A., Ineson, E.M. ve Wilkie, D. (2001). Control and Role Conflict in Food Service Providers, *International Journal of Hospitality Management*, 20(2), 187-199.
- Parker, D.F., ve DeCotiis, T.A. (1983). Organizational Determinants of Job Stress. *Organizational Behavior and Human Performance*, 32(2), 160-177.
- Rigopoulou, I., Theodosiou, M., Katsikea, E. ve Perdakis, N. (2012). Information Control, Role Perceptions and Work Outcomes of Boundary Spanning Frontline Managers. *Journal of Business Research*, 65(5), 626-633
- Robbins, S.P. (2001). *Organizational Behavior*. NJ: Prentice-Hall.
- Roe, R.A. (1999). Work Performance: A Multiple Regulation Perspective. Cooper, C.L.ve Robertson, I.T. (Ed.), *International Review of Industrial and Organizational Psychology* (s. 231-335). Chichester: Wiley.
- Ross, G.F. (1995). Work Stress and Personality Measures Among Hospitality Industry Employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 7(6), 9-13.
- Ross, G.F. (1997). Career Stress Responses Among Hospitality Employees. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 41-51.
- Samartha, V., Lokesh, M. ve Karkera, A. (2010). Impact of Occupational Stress on Employee Performance In Banks-An Empirical Study. *Paradigm*, 14(1).
- Schepers, J.M. (2005). The Construction And Evaluation of A Generic Work Performance Questionnaire Fr Use with Administrative and Operational Staff. *SA Tydskrif Vir Bedrysielunde*, 34(1), 10-22.
- Seta, C., Paulus, P. ve Baron, R. (2000). *Effective Human Resource Relations: A Guide to People at Work*. Boston: Allyn and Bacon.
- Sharma, S. (1996). *Applied Multivariate Techniquis*. Canada: John Wilwy & Sons.
- Sherry, A. ve Henson, R.K. (2005). Conducting And Interpreting Canonical Correlation Analysis İn Personality Research: A User-Friendly Primer. *Journal of Personality Assessment*, 84(1), 37-48.
- Singh, A.P. ve Dubey, A.K. (2011). Role of Stress and Locus of Control in Job Satisfaction among Middle Managers. *The IUP Journal of Organizational Behavior*, 10(1), 42-56.
- Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2001). *Using Multivariate Statistics*. Boston: Ally and Bacon.
- Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2006). *Using Multivariate Statistics* (5th Ed.). Boston:Pearson Education.
- Tatlıdil, H. (1996). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Analiz*. Ankara: Cem Web Obset.

- Thomas, J.C. ve Herson, M. (2002). *Handbook of Mental Health in the Workplace*. Thousand Oaks: Sage.
- Tosi, M.F., Zakem, H., ve Berger, M. (1990). Neutrophil Elastase Cleaves C3bi on Opsonized Pseudomonas as well as CR1 on Neutrophils to Create a Functionally Important Opsonin Receptor Mismatch. *The Journal of clinical investigation*, 86(1), 300-308.
- Turanlı, M., Cengiz, D.T. ve Bozkır, Ö. (2012). Faktör Analizi ile Üniversiteye Giriş Sınavlarındaki Başarı Durumuna Göre İllerin Sıralanması. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, 17, 45-68.
- Tutar, H. (2000). *Kriz ve Stres Ortamında Yönetim*. Hayat.
- Van Dam, K. (2005). Employee Attitudes Toward Job Changes: An Application and Extension of Rusbult and Farrell's Investment Model. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78(2), 253-272.
- Van Scotter, J., Motowidlo, S. J. ve Cross, T.C. (2000). Effects of Task Performance and Contextual Performance on Systemic Rewards. *Journal of Applied Psychology*, 85, 526-535.
- Vandenberghe, C., Panaccio, A., Bentein, K., Mignonac, K. ve Roussel, P. (2011). Assessing Longitudinal Change of and Dynamic Relationships among Role Stressors, Job Attitudes, Turnover Intention, and Well Being in Neophyte Newcomers. *Journal of Organizational Behavior*, 32(4), 652-671.
- Varca, P.E. (1999). Work Stress and Customer Service Delivery. *The Journal of Services Marketing*, 13(3), 229-239.
- Viswesvaran, C. (1993). *Modeling Job Performance: Is There A General Factor?*. (Doctoral Dissertation). University of Iowa/ IA, Iowa City.
- Walker, J.R. (2007). *Introduction to Hospitality Management*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Widmer, C. (1993). Role Conflict, Role Ambiguity, and Role Overload on Boards of Directors of Nonprofit Human Service Organizations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 22(4), 339-356.
- Wildes, V.J. (2007). Attracting and Retaining Food Servers: How Internal Service Quality Moderates Occupational Stigma. *International Journal of Hospitality Management*, 26(1), 4-19.
- Wright, T.A, Bonett, D.G. ve Sweeney, D.A. (1993). Mental Health and Work Performance: Results of a Longitudinal Field Study. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 66(4), 277-284.
- Yadav, V. ve Halyal, P. (1999). Job Involvement and Family Involvement as Determinants of Job Satisfaction and Marital Satisfaction. *J. Community Guidance and Res*, 16(3), 291-304.
- Yılmaz, A. ve Ekici, S. (2003). Örgütsel Yaşamda Stresin Kamu Çalışanlarının Performansına Etkileri Üzerine Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi*, 10(2), 1-19.

- Yılmaz, V. (2012). *Stresin Bireysel Performans Üzerindeki Etkileri*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ufuk Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yoo, J., Shin, S.Y. ve Yang, I. (2006). Key Attributes Of Internal Service Recovery Strategies As Perceived By Frontline Food Service Employees. *International Journal Of Hospitality Management*, 25(3), 496–509.
- Zohar, D. (1994). Analysis of Job Stress Profile in the Hotel Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 13(3), 219–231.



Propagandanın Filmi: Yeşil Bereliler

The Film of Propaganda: *Green Berets*

Doç. Dr. Serkan Öztürk¹ - Sezen Altay²

Başvuru Tarihi: 09.05.2019

Kabul Tarihi: 12.06.2019

Öz

Propaganda kitleleri ikna etme ve yönlendirme amacı taşıyan yöntemlerin tümünü ifade etmekte ve bu amaçla kullanılan kitle iletişim araçları birer propaganda aracı olarak kabul edilmektedir. Toplumların arasındaki iletişimin artması ile birlikte belirli kimse ya da çevrelerin insanları yönetme, hükmetme arzusu farklı propaganda yöntemlerinin ortaya çıkmasına neden olmuş ve bu bağlamda geniş kitlelere hitap eden ve insanlar arasında bir eğlence aracı olarak görülen sinema sanatından faydalanmışlardır. Ortaya çıktığı günden bugüne kadar farklı ideolojik ve politik hedefler doğrultusunda propaganda aracı olarak kullanılan sinemanın en önemli temsilcilerinden birisi Hollywood sinemasıdır. Özellikle filmleriyle savaş dönemlerinde kendinden söz ettiren Hollywood sineması bu şekilde kitleler üzerinde siyasi, askeri ve kültürel propaganda faaliyetlerine devam etmektedir. Çalışmamızın amacı literatür taraması ve içerik analizi ile elde edilen propaganda kavramıyla ilgili bilgiler ışığında ‘Yeşil Bereliler’ filmi örnek gösterilerek Hollywood sinemasının bir propaganda aracı olarak kullanıldığını ve sinemanın toplum üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Propaganda, Sinema, Hollywood, Yeşil Bereliler*

Abstract

Propaganda refers to all of the methods aimed at convincing and guiding the masses, and the mass media used for this purpose are accepted as propaganda tools. With the increase of communication among societies, the desire of certain people or circles to govern, to rule people has led to the emergence of different methods of propaganda and in this context, they have benefited from the art of cinema, which has appealed to a wide audience and is seen as an entertainment tool among people. Hollywood cinema is one of the most important representatives of cinema, which has been used as a propaganda tool in line with different ideological and political goals

¹ Yalova Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, serkan.ozturk@yalova.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8882-3607

² Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, altaysezen@gmail.com, ORCID: 0000 0003 0998 6200

since its emergence. The Hollywood cinema, which has made its mark especially during the war with its films, continues its political, military and cultural propaganda activities on the masses. The aim of our study is to show how the film 'Green Berets' is used as a propaganda tool and shows the effect of cinema on society in the light of literature review and content analysis.

Keywords: *Propaganda, Cinema, Hollywood, Green Berets*

Giriş

İnsanlığın varoluşundan beri süregelen kontrol etme isteği, zamanla toplumlar üzerinde propaganda kavramını ortaya çıkarmış ve egemen güçler bunu çeşitli yöntemler ile kullanarak kendi çıkarları doğrultusunda ideolojik görüşlerini halka empoze etmeye çalışmıştır. Kendini daha çok siyasi ve kültürel alanlarda belli eden propagandanın var oluş sebebi özünde ekonomik çıkarlara dayanmaktadır. Bu doğrultuda uygulanan politikalar ve tutumlar, tamamen halkı ikna etme, inandırma ya da yanıltma esaslıdır. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile küresel anlamda güçlenen propaganda uygulamaları, teknolojinin gelişmesi ile farklı alanlarla da kullanılmaya başlanmış ve bugün bile günlük yaşamlarımıza dâhil olan her yeni teknolojik yenilik birer propaganda aracı olarak etkin bir şekilde kullanılmaya devam etmektedir. Önceleri gazete, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçları ile başlayan propaganda uygulamaları, günümüzde sıklıkla internet üzerinde veya sinema filmlerinde karşımıza çıkmaktadır. Geçmiş yıllara bakıldığında özellikle savaş dönemlerinde kendini belli eden askeri ve siyasi propaganda, egemen güçler tarafından silahlanma ve savaş sanayisinin sermayesini elde edebilmek için uygulandığı görülmektedir. Kitlelerin algı yapılarını kontrol etme ihtiyacı ile uygulanan bu çalışmalar sadece askeri, ekonomik ve siyasi alanlarda değil, kültürel ve sosyal alanlarda da karşımıza çıkmaktadır. Savaş zamanlarının yanı sıra belli bir norm ya da kültüre sahip olan topluluklara karşı devlet politikaları doğrultusunda ötekileştirmek, dışlamak gibi amaçlarla da propaganda çalışmaları yapılmaktadır. Propaganda amacı ile uygulanan yöntem ve teknikler, planlandığı gibi yapıldığı takdirde insanların davranışlarını, tutumlarını ve hatta düşüncelerini istenen yönde değiştirebilir. Bu nedenle özellikle ülkeler arasında daha çok dostane bir ilişki olarak gözlemlenen diyaloglar aslında en tehlikeli propaganda biçimi olan kültürel ve ekonomik propagandadır. Bunların dışında propaganda türlerine genel olarak bakıldığında silahlı bir saldırı ya da savaş dönemlerinde görülen askeri propaganda dışında siyasi propaganda ise daha çok devlet yönetimi ve yargı organlarını hedef alan diplomatik ilişkiler çerçevesinde karşımıza çıkmaktadır. İktidarın devrilmesi veya demokratik seçimlerde uygulanan propaganda yöntemleri, devletin rejimlerine ve ideolojilerine göre değişkenlik göstermektedir. Bu yöntemler 20.yy'da teknolojinin gelişmesi ve küresel iletişimin artmasıyla birlikte gazete, el broşürleri gibi yazılı iletişim araçlarını bir kenara bırakıp yerini sinema gibi görsel iletişim kanallarında uygulanmaya başlanmıştır. Sinema sanatı, ortaya çıktığı günden bu yana insanların ilgisini çekmiş ve milyonlarca insanı beyaz perdede etkisi altına almış kitle iletişim araçlarından birisidir. İnsanları hem eğlendirip hem de hoşça zaman geçirmesini sağlayan sinema filmleri, propagandacılar tarafından toplumun bilinçaltına belirli mesajlar göndermek için bir fırsat olarak görmüşler ve özellikle savaş dönemlerinde egemen güçler kendi hedefleri

ve çıkarları doğrultusunda propaganda yöntemlerini farklı tekniklerle ve ustalıkla uygulamışlardır. Bu bağlamda en büyük propaganda endüstrilerinden biri olarak görülen Hollywood sinemasının günden güne büyüyüp filmlerinin dünya çapında gösterilmesi, Amerika'yı, propagandayı en etkili kullanan ülkelerden birisi haline getirmiştir. Oldukça büyük bir pazar alanına sahip olan Hollywood sinemasının bazı çevreler ya da kişiler tarafından önceden belirlenmiş amaçlar doğrultusunda kullanıldığı ve kontrol edildiği bilinmekte ve çalışmamızda 'Yeşil Bereliler' filmi örnek gösterilerek Amerika'nın Hollywood üzerinden uyguladığı propaganda yöntemleri ele alınmaktadır. Bu nedenle literatür taramasından yola çıkılarak ulaşılan bilgiler, film üzerinde incelenen içerik ve sahne analizleriyle desteklenmiştir. Çalışmamızın birinci bölümünde propagandanın tanımı ve yöntemleri açıklanarak uygulanan teknikler hakkında bilgiler verilmiştir. İkinci bölümde, sinemanın propaganda ile ilişkisi açıklanarak Amerika'nın Hollywood sinemasını propaganda aracı olarak kullanması ele alınmıştır. Üçüncü bölümde ise 'Yeşil Bereliler' filmi Hollywood ve propaganda sineması bağlamında incelenecektir.

Propaganda

Propaganda söylemi toplulukların ilk oluşmaya başlamasıyla bilinmekte ancak buna rağmen propaganda kelimesinin ilk kullanımının 17. yy'da gerçekleştiği bilinmektedir. Öncesinde eski Yunan, Roma gibi ortaçağ dönemlerinde kullanılan bir yöntem olarak propaganda, bir çok devlet tarafından manipülasyon aracı olarak kullanılmıştır. Sezar'ın madeni para basarak imparatorluğun büyük bir bölümüne dağıtması ilk kitlesel propaganda aracı olarak kabul edilebilir'(Bektaş, 2002, s. 71). Mısır'daki piramitler, Roma'nın Lejyonlarında düzen ve gösterişlilik, Kuzey Amerika'daki kabilelerin totemlerle süslü ağaçtan sütunları, bu topluluklardaki liderliklerin güçlü görünmelerini pekiştirmek, topluluk üyelerinin aidiyet duygusunu güçlendirmek için kullanılmış propaganda düzenekleriydi' (İnceoğlu, 1985, s. 63). 17.yy'a kadar iktidar ve savaş mücadeleleri haricinde dini otorite sağlamak için kullanılan propaganda, günümüzde devletlerin demokratik süreçlerinin başlamasıyla birlikte siyasi alanlarda da görülmeye başlanmıştır. Kelime anlamı Latince 'propagare' kökünden gelen, Türk Dil Kurumu tarafından 'bir öğreti, düşünce veya inancı başkalarına tanıtmak, benimsetmek ve yaymak amacıyla söz, yazı vb. yollarla gerçekleştirilen çalışma' olarak tanımı yapılan 'propaganda, önemli fikirleri desteklemek anlamında olup; Latince'de aynı zamanda tohum ekmek anlamında kullanılmaktadır'(Jowett ve O'Donnell, 2012, s. 2). Bir görüşü veya ideolojiyi yansıtmak ya da fikir söylemini bilinçli olarak insanların zihnine yerleştirmek için hazırlanan propaganda çalışmaları, halkın psikolojisini planlanmış bir yöne doğru çekmek için uygulanmaktadır. Daha çok hile, yalan ve manipüle gibi sözcüklerin karşılığı olan propaganda, her zaman belirli hedefler doğrultusunda bir amaca hizmet etmektedir. Özellikle kitle iletişim araçlarının faaliyetlerinin günümüz teknolojisinde artmasıyla birlikte hız kazanan propaganda çalışmaları güç kazanmıştır. '...özellikle birtakım semboller, söz, hareket, jest, müzik ve diğer bir takım araçlar propagandanın kitle iletişim araçlarındaki kullanımını ve etkisini artırmaktadır'(Bıçakçı, 2003, s. 110). Bilgiler ve görsel öğeler bir arada kullanılarak kitlenin üzerinde propagandası yapılan konuya yönelik bir istek uyandırılır ve kitlenin bu yönde

harekete geçmesi sağlanır (Bektaş, 2002, s. 119). Kullanılan propaganda çalışmalarının yöntemleri zaman zaman değişse bile amacı daima aynı kalmıştır. Ancak ‘propaganda, şartları değiştiremez, sadece bu şartlar altındaki inançları değiştirebilir; insanları inançlarını değiştirmeye zorlayamaz, fakat sadece, onları böyle yapmaya ikna edebilir’ (Lerner, 2000, s. 270). Propaganda uygulamalarının başarı sağlayabilmesi için hedef kitle iyi tanınmalı ve uzak durulması gereken noktalardan kaçınmak gerekmektedir. Böylece insanların algıları üzerinde bir hâkimiyet kurarak hedeflenen amaca ulaşılabilecektir. Günümüzde sosyal medya gibi kitle iletişim araçlarının kullanımının fazla olması ve 20. yüzyılın ekonomik sorunları nedeniyle toplumun yaşadığı buhran ve depresyon insanları, manipüle etme yolunda daha açık bir hedef haline getirmiştir. Hedef kitleyi etkilemek için yapılan propaganda çalışmaları, uygulanan teknik ve yöntemlere göre türlere ayrılmaktadır. Bu türler birbirinden bağımsız bir şekilde kullanılabilir gibi bir arada da uygulanabilmektedir. Çalışmamızda propaganda kaynakların, amacına ve konularına göre üç türde ele alınmaktadır.

Kaynaklarına Göre Propaganda

Kaynaklarına göre propaganda yöntemleri kendi içerisinde beyaz, gri, kara, silahlı ve karma olarak beşe ayrılmaktadır. *Beyaz Propaganda*, kaynağı belli olan, açık, güvenilir, şeffaf olup, doğruluğa önem veren propaganda çeşididir. İftiraya, yalan habere gerek kalmadan kendini saklamak istemeden propaganda yapan kişinin kaynağı, genellikle resmidir ve kamuoyunu bilinçlendirme amacı gütmektedir. ‘Dolayısıyla konusu, nasıl ve ne şekilde yapılacağı ve hangi kitleye dönük uygulanacağı konusunda bir bilinmezliğin aksine herkesçe kolaylıkla bilinebilecek bir yapıya sahiptir’ (Tarhan, 2006, s. 37). Beyaz propagandanın genellikle vatanseverlik, milliyetçilik gibi ulusal değerleri ön plana çıkarmak için kullanıldığı görülmektedir. Hitler Dönemi’nde I. Dünya Savaşı sonrasında radyolardan yapılan Alman ırkının üstünlüğünü anlatan söylemleri beyaz propagandaya örnek gösterilebilir. *Gri propaganda* ise doğruluğu ispatlanmamış söylemleri yaymak için uygulanan bir propaganda tekniği olarak bilinmektedir. Bu nedenden dolayı daha çok rivayet ve şayialara dayanan gri propagandanın kaynağı gizli tutulur ve verilen mesajlar abartılı bir üslupla çarpıtılarak kitlelere iletilir. Amacı toplum içinde şüphe yaratmak ve güven zedelemeye çalışmaktır. Kaynağının belirli ve net olmamasından dolayı doğruluğu ispatlanamaz durumdadır. Bu yüzden çoğunlukla toplumun ilgisini çekecek konularda gri propaganda yapılmaktadır. ‘Neyin yalan neyin gerçek olduğu; söylenenlerin kim tarafından ne zaman ve ne şekilde söylendiği alabildiğine belirsiz olduğundan, çoğu kez muhatapları açısından en tehlikeli propaganda olarak tarif edilmektedir’ (Yaman, 2007, s. 40). Sovyet Rusya ve Amerika Birleşik Devletleri arasında soğuk savaş dönemi olarak bilinen dönemde ülkelerin birbirleri ile ilgili asılsız haberlerin gündeme gelmesi gri propaganda örneği olarak gösterilebilir. Günümüzde internet gibi sosyal medya araçlarının sıklıkla kullanılıyor olması gri propaganda yapabilmek adına önemli bir silah haline gelmiştir. *Kara propaganda* ise tamamen gerçeği çarpıtarak hedefi şaşırtmak amacıyla uygulanan bir yöntem olarak bilinmektedir. Yalan, iftira ve hile içeren kara propaganda, çeşitli dini ve siyasi ideolojileri yayma durumlarında kullanılmaktadır. Toplumda genellikle kaos durumlarında kendini gösteren kara propagandanın kaynağını gizli tutulur ve toplumda kabul görmüş her

türlü fikri veya düşünceyi yerle bir ederek zamanla sosyal bağları zayıflatmak amacı güder. Kara propaganda, kurumların ve devletin güvenilirliğini sorgulatmayı amaçlarken, gri propagandanın amacı sadece kafa karıştırmaktır. *Silahlı propaganda* devletin var olan düzenini bozmak isteyen terör örgütlerinin hedeflerine ulaşabilmek yaptıkları silahlı güç eylemlerini kapsamaktadır. Diplomatik ya da belirli kişilere suikast düzenlemek, halka açık bölgelere bomba yerleştirmek gibi uygulamalar silahlı propaganda içinde yer almaktadır. Son olarak *Karma propaganda* ise ortak çıkarlar doğrultusunda beyaz, gri, kara ve silahlı propaganda yöntemlerini aynı anda kullanması anlamı taşımaktadır. Uzun vadeli ve planlanmış bir yöntem olan karma propagandanın başarıya ulaşması sonucunda arkasında küresel anlamda sansasyonel bir etki bırakmaktadır. Bu propaganda yönteminin kullanıldığı tarihte bilinen en büyük olay 11 Eylül saldırılarıdır.

Amacına Göre Propaganda

Amacına göre propaganda yöntemleri kendi içerisinde stratejik, taktik, takviye amaçlı destek ve provokasyon amaçlı tahrikçi propaganda olarak dörde ayrılmaktadır. *Stratejik Propaganda*, uzun vadede planlanan ve sıklıkla devlet politikalarının uzun vadeli planları için kullanılmaktadır. Geniş bir kitleye hitap eden bu propaganda çeşidi, toplumların düşünce algılarını değiştirmek üzerine kuruludur.

Lasswell stratejik propaganda ile ilgili uyulması gereken dört aşamanın varlığından bize bahseder. Birinci aşamada amaç olarak düşman bir caniymiş gibi kitlelere lanse edilecek ve ona karşı toplumsal destek yerine topyekûn bir nefret hali oluşturulmaya çalışılacaktır. İkinci aşamada propagandaya müttelikler kazanmak maksadıyla ortak çıkarlar önlenecek ve bu konuda propaganda yapan tarafında düşman karşısında diğer ülkeler gibi düşündüğüne kitleler ikna edilecektir. Üçüncü aşamada; yürütülen propagandaya tarafsız olan güçlerin dostluğu sağlanacak, propagandaya konu olmayan tüm alanlarda ortak bir iş birliği sağlanması yoluna gidilecektir. Dördüncü ve son aşamada ise düşman tarafın liderlerinin halkın gözünde küçük düşürülmesi hedeflenecek, böylece hem iktidarın hem de halkın moral seviyesi sıfırlanmış olacaktır (Aktaran: Yaman, 2007, s. 28-29).

Lasswell'in açıkladığı stratejik propagandayı Adolf Hitler'in 2. Dünya Savaşı öncesinde halkı savaşa ikna etmek için uyguladığı görülmektedir. Medya dünyasında bulunan eşik bekçileri sayesinde medya patronlarına ve iktidara yönelik yapılan yanlı düşüncelerin halka yansıtılması sonucu toplum günümüzde hala yönlendirilmeye devam edilmektedir. Stratejik propaganda yönteminin işe yaraması için kullanılan kısa vadeli *Taktik Propaganda*, sonuç alabilmek için ya da uzun vadeli planın bozulmaması adına yapılan uygulamaları içermektedir. Örneğin Osmanlıların savaş açtıkları veya açacakları devletin içinde halkın içine karışarak yerel halka Osmanlı Devleti'nin daha iyi ve daha güvenilir olduğu anlatılarak, savaş zamanı halkın Osmanlı tarafına çekilmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda, taktik propagandanın hedefi karşı tarafın

moralini bozmak, güveni sarsmak ve korkutmak olmuştur. Halkın düşüncelerinin değişmesi, ileri dönemde stratejik propagandanın tamamlanması konusunda önemli rol oynamaktadır. *Takviye Amaçlı Destek Propaganda*, sonuç almaya yönelik destek propaganda aşaması olarak tanımlanmaktadır. Bu yöntem hedefe yakın zamanda ulaşabilmek ya da devamlılığını sağlamak adına uygulanmaktadır. 2. Körfez Savaşı sırasında Arap medyasının destekleyici propaganda da rol üstlenmesi ve savaşta olup bitenler, ABD’li askerler tarafından kaleme alınıp Arap yazarlar aracılığı ile yerel ve ulusal Irak basınına verilmesi, destek propaganda örneği sayılabilir. Bu süreç boyunca bir takım Arap yazarlar da maddi imkânlar vaat edilmek suretiyle işgalin haklı olduğu yönünde ve işgal kuvvetlerini destekler mahiyette yazılar yazmaları yönünde ikna edilmişlerdir (aktaran: Yaman, 2007, s. 33). Son olarak *Provokasyon Amaçlı Tahrikçi Propaganda* ise hileye dayalı bir yöntem ile hedef kitleyi belli bir yönde harekete geçirmek amacıyla yapılan eylemleri ifade etmektedir. Sıklıkla toplumu ideolojik olarak bölme hedefi olan provokasyon amaçlı propaganda yöntemi, halkı herhangi bir konuda cesaretlendirerek toplumu karmaşaya sürüklemek amacıyla kullanılmaktadır. Propaganda, inanç ve fikir değişimi iken tahrikçi propaganda, bunu eylem haline dönüşümü olarak tanımlanmaktadır. Bolşevik ihtilali sırasında Lenin, amacına ulaşmak için bu yöntemi kullanmış ve başarı elde etmiştir. ‘Propagandacı, bir tek kişiye ya da küçük topluluklara birçok düşünce aşılarken, kışkırtıcı bir tek düşünceyi büyük bir insan kitlesine aşılamaya çalışmaktadır’ (aktaran: Doğan, 2014, s. 37).

Konusuna Göre Propaganda

Konusuna göre propaganda yöntemleri kendi içerisinde siyasi, askeri, kültürel, ekonomik ve karşı propaganda olarak beşe ayrılmaktadır. *Siyasi propaganda* egemen güçlerin istekleri doğrultusunda hareket eden mevcut iktidarları korumak ya da güçlendirmek için yaptığı çalışmaları kapsamaktadır. Diplomatik süreçleri kapsayan siyasi propaganda, sıklıkla seçim dönemlerinde karşımıza çıkmaktadır. Zaman zaman savaş dönemlerinde gidişatı değiştiren siyasi propagandaya bilenen en önemli örnek 1. Dünya Savaşı sırasında Amerika Birleşik Devletleri tarafından yayınlanan Wilson İlkeleridir. İletişim alanında çalışmaları bulunan yazar Alvin Toffler siyasi propaganda sürecini şu sözlerle ifade etmektedir:

Bunlar insanın zihnini burmak için kullanılan kerpetenler gibidir. Bunlardan en yaygını zulüm suçlamasıdır. İkinci araç, savaştaki kozları abartmalı bir şekilde şişirmektir. Üçüncü, zihin burma aracı, hasmın şeytanlaştırılması veya insanlıktan uzaklaştırılmasıdır. Dördüncü bir araç “Bizimle olmayanlar bize karşıdır” mantığı ile kutuplaştırmadır. Beşincisi, kutsal onaya sahip olma iddiasıdır (akt: Yılmaz, 2006: 151).

Askeri propaganda, var olan yönetime veya iktidara karşı olabilecek tüm tehditlere yönelik iç ve dış sahalarda yapılan güç gösterilerini ifade etmektedir. Düşman karşısında dik durmak ve birlik beraberlik içinde duruşun karşılığı olan askeri propagandanın amacı, devlet bütünlüğü yansıtmaktır. ‘Askeri propaganda en temel anlamıyla devletlerin silahlı kuvvetleri desteklemek ve caydırıcı gücünü dış tehditlere karşı kullanmak bağlamında yaptığı propagandadır’ (Özsoy,

1998, s. 20). Savaş propagandası olarak görülen askeri propaganda, sıklıkla kara propaganda yöntemine başvurmakta ve kaynağını belirsiz tutmaktadır. Özellikle savaş dönemlerinde bu şekilde düşmanın moralini bozup, savaşın gidişatını değiştirmek hedeflenmiştir. *Kültürel Propaganda*, teknoloji ile doğru orantıda büyüyen bir propaganda yöntemidir. Günlük yaşam alanının hemen hemen her yerinde kendini gösteren kültürel propaganda, bir toplumun başka bir topluma kendi kültür ve değerlerini empoze etme eylemlerini içermektedir. Bu yöntem ile toplum, başka bir milletin sempatisini kazanarak birçok siyasi amaca ulaşmayı hedeflemektedir. Tarihte batılı devletlerin farklı ülkelerde okullar açması örneğinden yola çıkarak o ülke içerisinde yaşayan yerel halka kendi değerlerini ve kültürünü aşılması bir kültürel propaganda örneğidir. Bir bakıma dostluk ilişkisi gibi görünen kültürel propaganda, sanat veya eğitim gibi birçok etkinlikte yer almakta ve gelişmiş ülkelerin siyasi ve ekonomik çıkarları sebebiyle bu propaganda çeşidine başvurduğu gözlemlenmektedir.

Üçüncü dünya ülkelerinin birçoğu dışarıdan gelişme modelleri ve teknoloji alarak, fakat aynı zamanda kendi kültürel özelliklerini koruyarak kalkınma fikrini savunmaktadır. Her ne kadar masum bir hedef olarak görülse de bunu başarabilmiş üçüncü dünya ülkesi yoktur. Bu durum da kültürel propagandanın bu alanda ne kadar başarılı kullanıldığının bir kanıtıdır (Yılmaz, 2006, s. 2).

Ekonomik Propaganda, ülkelerin dış politikalarında maddi menfaatini göz önüne alarak yaptıkları çalışmaları içermektedir. Uluslararası ilişkilerde bir devletin ekonomisi, o ülkenin refah seviyesini ve uluslararası platformda yerini belirlemektedir. Dolayısıyla ekonomik propaganda, diğer devletleri maddi açıdan zayıflatıp kendini güçlü kılmayı hedeflemektedir. Özellikle savaş sonrası ülkelerin kalkınmaya devam edebilmesi için bu propaganda yöntemine başvurulmaktadır. Son olarak *Karşı Propaganda* ise uygulanan bir propaganda çalışmasının doğru olmadığını ispatlamak için muhalif güçler tarafından yapılan propaganda çalışmalarını kapsamaktadır. Karşı tarafın doğrularını çürütmek için uygulanan Karşı Propaganda, sıklıkla seçim zamanlarında ya da savaş dönemlerinde karşımıza çıkmaktadır. Diğer bir karşı propaganda şekli ise toplumun dikkatini başka bir yöne çekerek iktidara başka bir propaganda malzemesi vermektir. ‘Kendi görüşlerini yaymak isteyenler, bir yandan da karşıdakilerin görüşlerini çürütmeye çalışırlar’(Bektaş, 2002, s. 209). Özetle tüm propaganda yöntemleri insanların düşüncelerini ve algılarını değiştirmek amacıyla yapılan çalışmaları ifade etmektedir. Bu amaç doğrultusunda gazete, televizyon ve radyo gibi kitle iletişim araçları dışında insanları hipnotize ettiği ispatlanmış bir sanat dalı olan sinema, egemen güçler tarafından oldukça güçlü bir propaganda aracı haline getirilmiştir.

Hollywood Sineması ve Propaganda

İnsanların bilinçaltına etki etmeyi başarabilen günümüzün en genç sanat disiplinlerinden birisi olan sinema, teknolojinin gelişmesiyle birlikte insanları hem eğlendirip hem de eğitebilen iletişim araçlarından biridir. İlk ortaya çıktığı andan itibaren propaganda amaçlı kullanılan sinema, yaşantımızdan aldığı gerçek kesitleri kurmaca olarak sunmakta ve hangi sanattan

faйдalanırsa faydalansın propaganda yapmaya devam etmektedir. Sinemanın diğer kitle iletişim araçlarına göre insanların üzerindeki etkisi daha fazla olduğu ispatlandığı için egemen güçler veya kişiler bundan faydalanmak istemişlerdir. Teknolojinin ilerlemesi ve filmlerin kolayca çoğaltılıp dağıtılabilmesi, sinemayı propaganda için uygun hale getirmiş ve daha fazla kitleye ulaşma imkânı tanımıştır. Özellikle savaş dönemlerinde askeri bütünlüğü ve milliyetçilik gibi duyguları canlandırmak için kullanılan sinema, egemen ülkeler için lehte bir durum oluşturmaktadır. Sinemanın bu kadar etkili olabilmesinin sebebi, filmde yer alan karakter ile izleyicinin özdeşleşmesi ve karakterin fikirlerini kendisininmiş gibi kabul etmesidir. Eski dönemde televizyon gibi kitle iletişim araçlarının her yerde olmaması, insanların sinemaya gitmesine neden olmuş ve egemen güçler bundan faydalanarak sinemayı bir propaganda aracı olarak kullanmışlardır. ‘Sinema, stratejik düşüncenin gücüne veya ortak hafızanın çok çabuk unutulması özelliğine, sinema sanatının görsellik gerçeğini ve yoğunluğunu katarak, hayal edilen alternatif bir hikâyeye meydana getirmekte ve stratejik gündemin pozitif yönde söz konusu edilmesine veya mükemmelleştirilmesine yardımcı olacak zihni dünyanın oluşumunu ortak seyir yoluyla sağlamaktadır’ (Valantin, 2006, s. 11). Sinemanın propaganda aracı olarak kullanılmasıyla ilgili Almanya ve Sovyet Rusya gibi bazı devletler bünyelerinde ufak birimler oluşturarak, halkın moralini yüksek tutmak ve milli bütünlüğü sağlamak istemişlerdir. 1925 yılında ilk siyasi propaganda filmi Sergei Eisenstein tarafından çekilmiş ve ‘Potemkin Zırhlısı’ adlı bu film, Çarlık Rusya döneminde yaşanan devrimde ezilen halkı konu edinmektedir. Çoğunlukla Almanya’da Nazi döneminde ve Sovyet Rusya döneminde karşımıza çıkan savaş, askeri ve siyasi propaganda filmleri, devlet yönetimi tarafından bir silah gibi kullanılırken, İngiltere ve İtalya gibi ülkelerde daha çok belgesel niteliğinde filmler çekildiği görülmektedir. Diğer devletlerin yanı sıra sinemayı etkin bir şekilde propaganda aracı olarak kullanan Amerika Birleşik Devletleri, günümüzün en büyük sinema endüstrisi olan Hollywood sinemasını kontrol etmekte ve filmleriyle toplumları etkisi altına almayı başarmaktadır. Bilinçli bir şekilde kendi kültürünü ve yaşam tarzını küresel anlamda tanıtmayı hedeflemiş ve tek tip dünya idealini oluşturmak için çabalamaya devam etmektedir. Sinemanın yanı sıra tüm olanaklardan faydalanan Amerika, özellikle eski savaş dönemlerinde askeri kaynak ve savaş sermayesi elde edebilmek için yoğun bir şekilde asker temalı filmler çekmiş ve içinde bulunduğu tüm tarihsel olaylarda durumu kamuoyunda kendi lehine çevirmeyi başarmıştır. Çekilen bu filmlerin dünyanın her yerine yüz binlerce kopyasını dağıtan Amerika, savaş görüntülerinden oluşan yaklaşık üç binden fazla film çekmiştir. Bu sayede her hafta sinemalara giden elli milyon Amerikan vatandaşına tam bir haber propagandasının yapılmasını sağlamış, Hollywood’da İkinci Dünya Savaşı’nı konu alan filmlerin çekilmesine destek veren politikaların planlayıcısı olmuştur (Yaman,2007, s. 92). Amerikan propagandası yapan Hollywood’a karşı diğer bölgelerde sıklıkla dini propaganda yapıldığı görülmektedir. Bu doğrultuda çekilen filmler sanatsal kaygılar yerine daha çok bir amacın gerçekleşmesi için yapılan çalışmalar olmuştur. Kendi görüş, düşünüş ve yaşam tarzlarını aktarmak ve empoze etmek isterken insanlar sinemayı kullanırlar. Buna propaganda sineması denmektedir (Odabaş, 2007). Ek olarak propaganda sineması için Dorsay şu ifadeleri kullanmaktadır:

Propaganda sineması, görüldüğü üzere, sanatın asıl ve öz işlevine ters düşen bir sinemadır, çünkü insana sırt çevirmiştir bu sinema; insanın, kitlelerin tutsaklığını, kör bağlılığını, gerçeklerden uzaklığını sağlamaktadır. Her türlü ideoloji sinemayı bir propaganda aracı olarak kullanmayı düşünmüş ve denemiştir (Dorsay, 1984, s. 49).

Hollywood propagandası öncesinde, sinemanın ilk propaganda örneklerini veren Sovyet Rusya, Nazi Almanya'sı, Faşist İtalya, İspanya ve Fransa olmuştur. Hâkim ideolojinin ve iktidarın devam etmesi için alenen propaganda çalışmaları yapan bu devletlere karşı, Amerikan sineması Hollywood ile birlikte propagandaya yeni bir bakış açısı kazandırmıştır. Sinema her ne kadar Almanya ve Sovyet Rusya'da bir silah gibi propaganda amaçlı kullanılsa da 1990'dan sonra bu devletlerde propaganda sineması yok olurken, Amerika Birleşik Devletleri bünyesinde Hollywood sineması bir endüstri haline gelmeyi başarmıştır. 1. Dünya savaşı sırasında sinemanın propaganda gücünü ilk olarak fark eden Amerika, 2. Dünya savaşı sırasında yoğun bir şekilde sinema üzerinden propaganda faaliyetlerinde bulunmuştur. O dönemde Müslüman karşıtı olarak art arda çektiği yüzlerce film, bu çalışmalara örnek gösterilebilir. Filmlerde Müslüman halk sadece çöllerde yaşayan ya da birbirini öldüren ve hatta esir ticareti yapan yoksul bir halk olarak gösterilmektedir.

Özellikle 11 Eylül 2001 tarihi, ABD sinema endüstrisi için bir milat oldu. Zira o tarihe kadar, iyi adamın karşısındaki düşman karakteri, ekseriyetle Rus prototipiydi. 11 Eylül tarihinden sonra ise, Arap ırkına mensup Müslüman tipolojisi, idealini, terör yoluyla uygulamaya çalışan düşman karakter olarak karşımıza çıktı. Bu filmlerin birçoğu, Oscar törenlerinde ödülle şereflendirildi (Hasdemir, 2014).

Hollywood sinemasının en temel prensibi aslında ne gösterdiği değil, neyi ne zaman gösterdiği olmuştur. Çünkü dünya üzerinde herhangi bir olay, tutum ya da bir tepki gerçekleştiğinde Amerika, kendi görüşü ve ideolojisine uygun gördüğü filmleri piyasaya sürmekte ya da çekmektedir. Bu bağlamda Hollywood sinemasının kırdığı gişe rekorları ya da yıldız oyuncuların popüler olması gibi etkenlerin hepsi Amerika'ya propaganda malzemesi vermektedir. Milyonlarca insanın izlediği bu filmlerde görülen eşyalar, arabalar, kıyafetler ve marka reklamları binlerce insan tarafından satın alınmakta ve toplumların alışkanlıklarını değiştirmektedir. Yüzlerce insanın beğenerek izlediği ve takip ettiği karakterlerin sembollerini yansıtan ya da taşıyan ürünler, filmler ile piyasaya sürülmekte ve devlet sermayesi bu şekilde kar etmektedir. Ticari ürünleri satın almanın yanı sıra bu karakterlerin bağımlılık derecesinde takip edilmesi parasosyal bir etkileşimin oluşmasına neden olmaktadır. Amerikan Hollywood sineması bu şekilde kendi yaşam tarzını ve kültürünü, tüm dünyaya yaymak için kullanmakta ve bunun sonucunda toplumlarda Amerika'ya benzer kültürel bir yansıma görülmektedir. Hollywood sineması dışarıdan bakıldığında sadece bir güldürü ve eğlence aracı olarak düşünülmesine rağmen, devlet politikaları doğrultusunda kullanıldığı bilinmekte ve belirli

tarihi olaylar dizininde çekilen filmler incelendiğinde, bu açıkça görülmektedir. Örneğin western olarak bilinen kovboy filmlerinde yer alan ırkçı yaklaşım, silahlı-asi hareketler, milli bütünlük ve askeri değerler gibi temalar, izleyiciye benimsetilmeye çalışılmaktadır. Milli bütünlük ve askeri değerler söz konusu olduğunda çekilen tüm macera filmlerinde yer alan CIA, FBI gibi devlet bütünlüğünü sağlayan polislerin daima bir olay karşısında her şeyi çözmesi ve en ufak bir sorunda orada olmaları, aslında Amerikan'ın halka karşı güven aşılama politikası olduğu bilinmektedir. Anlatı yapısı olarak daima geleneksel klasik anlatı biçimini tercih eden Hollywood sineması, bu yöntemle özdeşleşmeyi daha rahat kurmuş ve amaçlarına yönelik yıldız oyuncu sistemini inşa etmiştir. Filmlerinde iyi ve kötü karakterler kesin bir çizgiyle ayrılmış olup, daima çatışma sonrası mutlu sonla biten Hollywood sineması, Amerika'nın siyasi durumundan fazlasıyla etkilenmekte ve bu durum dışardan sadece film karakteri gibi görünen Rambo, Superman, Rocky ve Batman gibi süper kahramanların doğmasına neden olmuştur. Bu karakterler daha çok dış tehditlere karşı bir güç gösterisi olarak çekilen filmlerdir. Örneğin 11 Eylül saldırıları sırasında casuslarla mücadele ettiği görülen James Bond karakteri, 90 sonrasında Amerikan'ın dış politikaları doğrultusunda uluslararası teröristlerle mücadele etmeye başladığı görülmektedir. 'Soğuk Savaş sonrasında 11 Eylül saldırısına kadar olan dönem içerisinde Hollywood Sineması ABD'nin dünyada tek güç olduğuna dair anlatımlar içeren filmler çekerken, 11 Eylül sonrasında özgürlük, terör temalı filmler çekmiştir' (aktaran: Akyıl, 2017, s. 135). Aynı zamanda çalışmamızda yer alan '*The Green Berets (Yeşil Bereliler)*' filmi ile Vietnam savaşında birçok erkeği savaşa katılmak ve ardından Amerika'nın kronik savaş davası için canlarını vermek üzere John Wayne gibi efsanevi bir karakter üzerinden tatlılıkla ikna etmiştir (Hagopian, 2018). Bu tip filmlere genel olarak bakıldığında ırkçılık ve milliyetçilik gibi duygularla ilgili unsurların ön planda olduğu görülür ve bu nedenle birçok Hollywood filmi sosyal mesajlar taşımakta birlikte toplum üzerinde ideolojik baskılar yaratmaktadır. Eski bir CIA direktörü Amerikan'ın yürüttüğü propaganda yöntemleriyle ilgili şu sözleri söyler: 'Amerikan halkının inandığı her şey sahte olduğu an, yanıltma haber kampanyamızın tamamlandığını anlayacağız.' (Hagopian, 2018). Bu bağlamda incelenen Amerika ve Hollywood sineması kendi de dâhil olmak üzere tüm dünya geneline çeşitli vaatler vermiş ve özellikle savaş dönemlerinde birçok gencin askere gitmesini sağlayarak savaşta ölmesine neden olmuştur. Bunun için askeri ve kültürel propaganda yöntemlerini daha fazla kullandığı görülen Hollywood sineması, genel olarak karma bir propaganda yöntemi uygulayarak stratejik, uzun vadeli bir propaganda yapmaktadır. Çalışmamızın son bölümünde propaganda yöntemlerinin Hollywood sinemasında nasıl uygulandığı örnek '*Yeşil Bereliler*' filmi üzerinden ele alınılıp, sahne analizleri yapılacaktır.

'Yeşil Bereliler' Filminin Propaganda Etkisi Açısından Analizi**Filmin Künyesi**Yönetmen: Ray Kellogg, John Wayne, Mervyn LeRoy

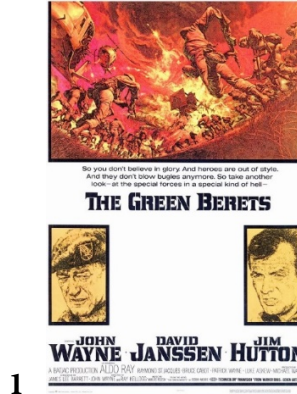
Senarist: Robin Moore

Vizyon: 1968 (USA)

Süre: 142 dk.

Dil: İngilizce

Yapım: USA



1

Şekil 1. Yeşil Bereliler (The Green Berets) Film AfişiErişim Tarihi: 28.05.2018, <https://imdb.com>

Amerikan Ordusu Özel Hareket Birlikleri olan 'yeşil bereliler', savaşlar dönemleri için eğitilen, 1952 yılında Albay Aaron Bank tarafından kurulmuş bir birliktir (Wikipedia, 2018). İlk olarak kendini Vietnam savaşında halka gösteren bu birlik, 1968 yılında John Wayne tarafından "The Green Berets" olarak filme alınmıştır. (IMDb, 2018). Bu doğrultuda 'Amerika Silahlı Kuvvetleri, askerlerini ve büyük miktardaki teçhizatı, Amerika Birleşik Devletleri'nin Vietnam Savaşı'nı öven John Wayne'nin *Yeşil Bereliler* filmi için seferber etmiştir' (Yılmaz, 2007, s. 65-68). 1963-1973 yıllarında İkinci Çinhindi Savaşı olarak da bilinen Vietnam Savaşı; Kuzey Vietnam, Çin ve Sovyetler Birliği ile Amerika Birleşik Devletleri ve Güney Vietnam arasında yaşanırken, Amerika bu savaş nedeniyle ortalama altmış bin askerini kaybetmiştir. O dönemde asker sayısını arttırabilmek için propaganda amacıyla 'Yeşil Bereliler' filmi çekerek halkın kafasındaki soru işaretlerini yok etmiş ve savaşın haklı sebeplerini ortaya koymuştur. Başından sonuna kadar askeri propaganda yapan bu film, tamamıyla yeşil bereliler üstüne kurulu ve onların Güney Vietnam'ın yanında özgürlük ve demokrasi için savaşmasını konu almaktadır. Gerçek olaylardan esinlenerek çekilen bu film, Kuzey Vietnam askerlerinin orada yerel halka yaptıkları toplu katliamları ve işkenceleri birebir göstermektedir. Savaş zamanında 'Vietkonglar (Kuzey Vietnamlılar), akla gelebilecek her türlü işkenceyi ele geçirdikleri Amerikan askerlerine yapmaktan geri kalmamış, keza Amerikan askerleri de yakaladıkları Vietkonglar'ı diri diri helikopterle alçaktan (ölümleri geç ve can çekişerek olsun diye) atmışlardır. Toplu halde yapılan işkenceler, insanları canlı canlı yakmalar, biyolojik saldırılar, napalm bombaları, köy baskınları, toplu cinayetler ve yağmalar sıradan hale gelmiştir. Ray Kellogg ve John Wayne tarafından

çekilen film, yeşil berelilerin bir tanıtım organizasyonuna gelerek kendilerini tanıtımlarıyla başlamaktadır. Bu sahnede bir düzine askerin ayrı ayrı uzmanlık alanlarına göre eğitim aldıkları ve farklı diller bildikleri yansıtılmak istenmiştir. Amerikan halkı arasında kendilerini tanıtan, yeşil berelileri dinleyen gazeteciler onlara Vietnam savaşı hakkında sorular sorarlar ancak Amerika basınının yapılan bu müdahaleye karşı oldukları oldukça net bir şekilde gözükmemektedir. Yeşil bereliler savaşa girmelerinin sebebini kadınların ve çocukların katledilmesi, halkın işkence görmesi olarak açıklar ve diğer devletlerin savaşa dâhil olduklarını kanıtlamak için önlerine savaş alanında buldukları başka milletlere ait silahları atarlar. Bu doğrultuda yeşil bereliler savaşa müdahale etme gerekçelerini Amerika'nın 11 yıl süren kurtuluşu için verdiği mücadele ile bir tutmuşlardır. Böylece izleyiciye savaşa neden girdikleri açıklanmış ve o dönemde savaşa gönderilen yeşil bereliler daha yakından tanıtılmıştır.



Şekil 1. Yeşil Bereliler (1968) - Tanıtım Sahnesi



Şekil 2. Yeşil Bereliler (1968) - A Takımı

Başrol oyuncusu olan John Wayne, Albay Mike karakteri olarak karşımıza çıkar ve savaş ile ilgili toplantıdan çıkan Albay, tanıtımın yapıldığı alanda görülür. Tanıtım bitiminde bir gazetecinin yanına gelerek ona savaşı sorması üzerine, daha önce Güney Asya bölgesinde bulunup bulunmadığını sorar ve hayır cevabını aldığı anda gülümseyerek yanından ayrılır. Çünkü bu sahnede izleyiciye daha önce orada olmayanların savaşta yaşananları asla tam anlamıyla bilemeyecekleri, basının her dediğine inanmamaları ve halka karşı 'biz oradaydık, biz biliriz' imajı yansıtılmak istenmiştir. Bir sonraki sahnede yeşil bereli asker, Albay'ın yanına gelerek Vietnam Savaşına gitmek için gönüllü olmak ister. Onu kabul eden Albay, akla gelebilecek her şeyi bulabilmesiyle mimlenmiş olan son adayı uzaktan diğer takım arkadaşlarına izletir ve onu da takıma dâhil eder. Devamında Albay gecenin bir vakti tüm koğuştan kaldırarak Vietnam'a yola çıkararak Amerika'dan ayrılırlar. Güney Vietnam'da Amerika'nın kurmuş olduğu askeri üsse iniş yapan Albay ve takımı, belli alanlarda ölen askerlerin isimleri verilmiş tabelalarla karşılaşır. Öyle ki bir sahnede bir yeşil bereli, Albay'a öldüğü takdirde istediği ismin yazılması için ricada bulunmaktadır. Böylece izleyicinin gözünde yeşil bereliler kutsallaştırılarak, öldükten sonra da isimlerinin hatırlandığı ve unutulmadıkları hissi verilmektedir.



Şekil 4. Yeşil Bereliler (1968) – İsim Plaketleri

Albay üsse indiğinde birlikte çalışacağı Albay Cai'dan son durumla ilgili bilgi alır ve kurulan kamplara gitmek üzere A takımıyla birlikte yola çıkacakları sırada, tanıtım sırasında savaşla ilgili sorular soran Gazeteci Bay Beckworth'de yanlarına gelerek onlarla gitmek istediğini söyler. Başta asker alanlarının sivillere göre olmadığını vurgulamasına rağmen gazetecinin ısrarı üzerine gelmesine müsaade eder. Gerçekleri anlatma ve propaganda amacı taşıyan filmin bu sahnesinde, gazeteciyi büyük bir rahatlıkla aralarına almaları ve savaş alanına götürmeleri izleyici tarafından güvenoyu sağlamaktadır. Devamında, henüz tamamlanmamış olan kampa iniş yaparlar ve etrafta güvenlik kontrolü yapan Albay, kampı geliştirmek için çalışmalar başlatarak herhangi bir işgal durumunda nasıl önlemlerin alındığını öğrenir. Devamında, kamp alanında bulunan ve ailesi Vietkong (Kuzey Vietnamlılar) tarafından öldürülmüş yetim bir çocuk olan Hamchunk, her şeyi bulan Peterson ile karşılaşır ve işi gereği tercümanlık yapması için çocuğu kullanabileceklerini söyler.



Şekil 5. Yeşil Bereliler (1968) - Peterson ve Hamchunk

Albay sonraki sahnede renkli dumanları kullanarak kampa güvenli giriş yapan devriye ekibinin başında bulunan, aynı zamanda kamp komutanı olan Tran Nim ile tanışır. Onunla etrafta bulunan tüm köylüleri kamp alanına çağırma fikrini paylaşır. Bu fikir hem kampın hızlı tamamlanması için hem de halkı güvende tutmak için düşünülmektedir ancak aynı akşam Vietkong tarafından kampın sadece haber sığınağı, revir ve takım evi bombalanır. Nokta atışıyla bu bölgelerin özellikle bombalandığını fark eden Albay, içeride bir köstebek olduğunu anlar ve patlama sonucu ertesi gün evine dönecek olan Yüzbaşı hayatını kaybeder. Ertesi sabah gece olup

bitenlere tanık olan gazeteci, etraftaki Güney Kore askerleriyle sohbet eder ve Amerika'nın getirmiş olduğu helikopterler için onlar olmasa savaşı kazanamayız vurgusu yaparlar. Dönemin şartlarında ABD tarafından sağlanan güvenlik yardımı için getirilen silahlar, savaş boyunca Güney Kore'nin şartları eşitlemesine yardımcı olduğu bilinmektedir ve filmin birçok sahnesinde bu önem, farklı şekillerde vurgulanmaktadır. Sahnenin devamında ise helikopterler, etraftaki arazide bulunan Vietkong'luların inşaa ettiği köprüyü fark ederler ve bombalayarak karşı kıyıya geçmelerini önlerler.



Şekil 6. Yeşil Bereliler (1968) - Helikopter

Akşam olduğunda Peterson'ın odasına bir yeşil bereli gelir ve odasındaki eşyaları nerden bulunduğunu sorar. Savaş alanında olduğu halde sivil gibi davrandığını söyleyen askere karşı oldukça rahat bir tutum sergileyen Peterson, Hamchunk ile birlikte. Başta çocuğu yanında istememesine rağmen Peterson gece onun yalnız yatmasına göz yumamamış ve yanına çağırıştır. Filmin bu sahnesinde Peterson ile Hamchunk arasında kurulan bağ, Amerikan askerlerinin sadece savaşmaktan ibaret olmadıklarını vurgulamak ve herkes gibi bir insan olarak merhametli olduklarını göstermek amacıyla öyküye eklenmiştir. Ertesi sabah kamp alanına gelenleri karşılayan Albay, getirdikleri makine ile kampın etrafında görüşü engelleyen ağaçları temizletir ve bu esnada kamp alanında şüpheli davranan bir asker yakalanır ve içlerindeki köstebek ortaya çıkar. Yakalanan köstebegi öldürme girişimlerinden dolayı rahatsız olan gazeteci, Albay'la konuşur ancak Albay ona adamın cebinden çıkan çakmağı verir ve çakmağın kafası kesilmiş bulunan askere ait olduğunu söyleyerek yanından ayrılır.



Şekil 3. Yeşil Bereliler (1968) - Peterson ve Hamchunk **Şekil 4. Yeşil Bereliler (1968) - Çakmak**

Sahnenin devamında, yerel halka yardım eden ve hasta çocukları kontrol eden doktor gösterilmektedir. Çocuklara karşı sıcağın davranışıyla onları güldüren doktor, aynı zamanda revirde yatan askerleri de tedavi etmektedir. Sahnenin devamında kamp alanının kapısına ellerinde Vietkong'luların ormana kurdukları tuzaklar yüzünden yaralanmış bir çocuk ve bir grup köylü gelir ve doktor hemen müdahale eder. Albay ise onlara koruma ve yiyecek sağlayabileceklerini söyler ve ertesi gün devriye geleceklerini belirtir. Devriye için gittiklerinde ormanda bir sürü hazırlanmış tuzakla karşılaşılır, köye vardıklarında ise iyileştirdikleri çocuk dâhil tüm erkekleri katledilmiş olarak bulurlar.



Bu katliamı gören gazeteciye Albay, en son gittiği köyde neler olduğunu anlatır. Anlattıkları, burada yaşananların çok daha kötüsüdür. Ardından kamp alanına sağ kalan kadın ve çocuklarla dönen Albay, bir sonraki sahnede şehirde bir mekânda görülmektedir. Yanında bulunanlar ona uzakta bir masada yemek yiyen ailesi Vietkonglular tarafından öldürülmüş olan Lin adında kadını göstererek, yanında oturan çift taraflı bir ajanla birlikte onlar için çalıştıklarını söylerler.



Şekil 5. Yeşil Bereliler (1968) - Lin

Albay yeşil berelilerin yanına gelmesi üzerine onlarla birlikte kamp alanına döner. O sırada kamp alanında bir hareketlenme söz konusudur. Gözcü kulesinde bulunan asker ormanda bir hareketlenme görür ve askerlerin konumunu sessizce ona göre yönlendirir. Kamp alanında Vietkonglularla çatışma içine giren askerler, Albay'ı destek ekiple birlikte içeri alabilmek için onlara pusu kurarlar. Kamp alanının işgal yönüne göre içerdeki sivilleri yönlendirdiği sırada Hamchunk'un köpeği saklandıkları yerden çıkar ve Hamchunk köpeğinin peşinden gider ve Peterson onu köpeğine mezar yaparken bularak savaş alanından uzaklaştırır.



Sahnenin devamında destek ekiple buluşan Albay ve takımı, kurdukları hava pususu sonucu kamp alanına girmeyi başarırlar. Çatışma, gün doğumuna kadar devam eder ve içlerinde bulunan hainler tek tek ortaya çıkmaktadır. Gözcü kulesinin de yıkılması üzerine kamp alanından geri çekilmek zorunda kalan Albay, yeşil berelilere imha emrini verir ve sivil halkla birlikte kamp alanından ayrılırlar. Amerikan üssüne sivil halkı götüren uçakların birine Hamchunk'nda binmesini sağlayan Peterson, onun güvende olmasını sağlayarak takım arkadaşlarının yanına döner. Bu esnada Vietkong'lular kamp alanında zaferlerini kutlarken ve ölen askerlerin eşyalarını yağmalarlarken gösterilmektedir.



Şekil 6. Yeşil Bereliler (1968) - Yağmalama Sahnesi.

Bunun üzerine Albay bir hava saldırısı planlar ve o sırada kampta bulunan herkesi kurşuna diker. Kamp alanına geri dönen askerler etrafi temizlerken, Albay, Vietkong'luların astığı bayrakları geri indirir. Ardından geri dönecek olan gazeteci ona haber olarak ne yazacağını sorar ve gazeteci ise hissettiklerini söylerse işinden olabileceğini söyler. Amerika'nın yaptığı müdahalede gazeteci olaylara bizzat kendi gözüyle gördüğü için ikna olmuştur, bu film ile de izleyiciye Vietnam'da yaşananlar gösterilmek istenmiştir. Devamında Albay çatışma sonrası ağır yaralanan askerinden yazdırmak istediği ismi öğrenir ve söz verdiği isim plaketini yaptırır. Devamında ise bu savaşın son bulabilmesi için önceden beri Albay Cai ile planlanan gizli bir görev için üstün çağırılır. Vietkong'luların başında olan General Ti'yi kaçırma görevini üstlenen Albay ve takımı, ailesi öldürülen Lin ile gizlice anlaşma yaparlar. Planlandığı gibi yeşil bereliler,

Vietkong askerleri onları fark etmeden General Ti'nin bulunduğu evin içine girerek onu dışarı çıkarmayı başarırlar ve yolda takip edilmemeleri için köprüyü patlatan yeşil bereliler, General Ti'i almaya gelen uçağa binmesini sağlarlar. Görevini başarıyla tamamlayan Albay, takımıyla birlikte üsse geri döner ancak görev esnasında kaybettikleri kişilerden biri olan Peterson'u Hamchunk'ın beklediğini görür ve yanına giderek onunla konuşur. Peterson'un cesur olduğunu söyleyerek yeşil beresini ona verir ve Hamchunk'a yeşil bereli olarak hitap eder. İkisinin sahil kenarında yürümesini izleyen kamera görüntüsü ile film bitirilir.



Görsel 7. Yeşil Bereliler (1968) - General Ti Teslim Sahnesi

Özetle 1964 senesinde Vietnam'da yeşil berelilerinde katıldığı Nam Dong, aslı savaştan ilham alınarak hazırlanmış olan bu film her yanıyla Amerikan askerinin propagandasını yapmaktadır. Silahları, güvenlik sistemleri ve kurdukları operasyonlar ile Amerika askerinin asla yenilmeyeceği ve son derece donanımlı olduklarının örneği olabilecek bu film, halkın Vietnam savaşı sırasında gönüllü olarak askere katılması ve basının söylediklerini dinlememeleri için yapılan bir propaganda filmi olmuştur. Film, halkı propagandaya maruz bırakarak o dönemde birçok gencin askere gitmesine ve Amerikan askeri olmakla ilgili oldukça büyük bir sempati oluşmasına yol açmıştır. Zamanla savaşın uzun sürmesi, karşıt olan kitlelerin büyüyerek daha bilinçli bir genç neslin oluşmasına katkı sağlamış ve Amerika, Vietnam'ı bölme düşüncesini gerçekleştirememiştir. Günümüzde Kuzey ve Güney Vietnam 1975 yılında birleşerek şuan Vietnam Sosyalist Cumhuriyeti olarak yönetilmektedir.

Sonuç

İnsanların toplum olarak var olması ve bireylerin birbirinden etkilendikleri bilinen bir gerçektir. Bireylerin birbirlerini ikna etme, hükmetme ve yönlendirme arzusu yaşamın her alanında görülmekte ve geçmişe bakıldığında insanların bu tutumlarının savaşların başlamasına ve bitmesine neden olduğu görülmektedir. İnsanların zaman geçtikçe birbirleriyle olan iletişiminin kolaylaşması ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte var olan kitle iletişim araçları, egemen güçler ya da kişiler tarafından toplumları kontrol etmek için birer propaganda aracına dönüştürülmüştür. İnsanları yönlendirebilmek için farklı teknikler uygulayan bu kişiler ya da belli çevreler, kendi fikirlerini benimsetmek ve yaymak için gazete, radyo ve televizyon gibi

görsel ve işitsel iletişim araçlarından faydalanmışlardır. Sinemanın ortaya çıkması ve insanlar tarafından ilgi görmesiyle birlikte film içerikleri de propagandaya dâhil olmuş ve ülkeler bu durumu kendi ideolojileri doğrultusunda fırsata çevirmişlerdir. Kitleler arası daha kolay iletişime geçebilmesi için filmlerin ülkeler arası ücretleri bilinçli olarak kaldırılmış ve kolaylık sağlanmıştır. Dolayısıyla aynı zamanda eğitsel bir araç gibi görünen sinemanın etkinliği dünya genelinde artarak ortaya çıktığı bu zamandan beri devam etmekte ve istenildiği gibi daha fazla insana ulaşmaktadır. Bu doğrultuda ticari bir endüstriye dönüşen Hollywood sineması, Amerika tarafından uluslararası bir algı yönetim aracı olarak kullanılmaktadır. Sıklıkla savaş dönemlerinde karşılaşılan ve siyasi amaçlarla kitleleri manipüle etmek ya da yönlendirmek için kullanılan Hollywood sineması, propaganda aracı olarak kullanılmaktadır. Propaganda sinemasının altın çağlarını yaşatan Lenin ve Hitler'den sonra Hollywood sineması önemli temsillerden biri haline gelmiştir. Hollywood sinemasının üçüncü dünya ülkeleri üzerindeki kültürel baskı ve Amerikan hayat tarzının empoze edilmesi gibi çalışmalar, filmlerde yer alan karakterler ve yıldız oyuncu sistemiyle desteklenmektedir. Araştırma kapsamında ele alınan 'Yeşil Bereliler' filmi incelendiğinde, Hollywood sinemasının askeri propaganda yapmak için bu filmi çektiği anlaşılmaktadır. Vietnam Savaşı döneminde halkın askerlere karşı bir sempati içine girmesi ve gençleri asker olmaları için teşvik etmesi amacıyla yapılan bu film sayesinde Amerika'da binlerce genç o dönemde hayatını kaybetmiştir. Buna benzer biçimde Hollywood ve Amerikan Sineması, Nazi ve Almanya Sineması ve Sovyet Rusya Sineması gibi dönemin büyük devletlerinin sinemayı savaşlar üzerinden şekillendirerek içine kültür, ırkçılık, terörizm ve insan hakları gibi unsurlar ekleyerek şekillendirdiği görülmektedir. Bu doğrultuda sinemanın toplumsal olaylara göre şekillendiği ve değişime uğradığı tespit edilmiştir.

Kaynakça

- Akyıl, L. (2017). *Uluslararası İlişkilerde Algı Yönetimi Aracı: Propaganda Sineması. International Journal of Interdisciplinary and Intercultural Art*, 2(2), 129-139.
- Bektaş, A. (2002) *Siyasal Propaganda*. İstanbul:Bağlam.
- Bıçakçı, İ. (2003). *İletişim ve Halkla İlişkiler*. İstanbul:Media Cat.
- Doğan, İ. C. (2014). *Propaganda Aracı Olarak İnternet: Kayseri İli Merkez Seçmeni Üzerine Bir Alan Araştırması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Dorsay, A. (1984). *Sinema ve Çağımız-1*. İstanbul: Hil.
- İnceoğlu, M. (1985). *Güdüleme Yöntemleri*. A.Ü. Ankara: Basın-Yayın Yüksekokulu.
- Jowett, G.S. ve V. O'Donnel. (2012). *Propaganda and Persuasion*. Fifth Edition, USA: Sage.

Lerner, D. (2000). *Propagandada Etkinlik: Şartlar ve Değerlendirme*, (Ed.) Ünsal Oskay, *Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş*. İstanbul: Der.

Özsoy, O. (1998). *Propaganda ve Kamuoyu Oluşturma*. İstanbul: Alfa.

Tarhan, N. (2006). *Psikolojik Savaş, Gri Propaganda*. İstanbul: Timaş.

Valantin, Jen, M. (2006). *Küresel Stratejinin Üç Aktörü: Hollywood, Pentagon ve Washington*, (Ömer Faruk Turan(Çev.). İstanbul: Babıali Kültür.

Yaman, Ö. M. (2007). *Bir İktidar Aracı Olarak Propaganda*. Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.

Yılmaz, S. (2006). *21. Yüzyılda Güvenlik ve İstihbarat*. İstanbul: Alfa.

Elektronik Kaynaklar

Hagopian, Joachim. (2018). Pentagon'un propaganda aygıtı: Hollywood. Erişim Tarihi: 11.05.2018 <https://goo.gl/hbGfb4>

Hasdemir, Furkan (2014). Hollywood'un Uçakları Müslümanlara Çarptı. Erişim Tarihi:11.05.2018 <https://goo.gl/dz3Rg1>

<https://www.imdb.com/title/tt0063035/>

IMDb. (2018). Soy Cuba. Erişim Tarihi: 11.05.2018, <https://goo.gl/ZVGHuc>

Odabaş, Battal. (2007). Propaganda Sineması. Erişim Tarihi: 09.05.2018 <https://goo.gl/2THTTv>

Film Kaynakçası

Kellogg, R., Wayne, J., LeRoy, M. (Yönetmen). (1968), Yeşil Bereliler (Film), USA, Warner Brothers Burbank Studios.



Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeği (TSKÖ)¹

Political Participation Scale In Twitter (PPST)

Şakir Güler² - Murat Sezgin³

Başvuru Tarihi: 23.04.2019

Kabul Tarihi: 12.06.2019

Öz

Demokratik sistemin temel yapı taşı olan siyasal katılım davranışı gelişen teknolojiyle birlikte birçok farklı biçimde gerçekleştirilebilmektedir. Sosyal medyada gerçekleştirilen yeni nesil katılım fonksiyonları bu biçimlere örnek gösterilebilir. Gerek kamusal alanın sosyal mecralarda hayat bulması, gerek sosyal platformların sunduğu olanaklar, siyasal katılım davranışı açısından önem taşımaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı Twitter’ın sunmuş olduğu siyasal katılım olanaklarını bünyesinde barındıran “Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeğini” geliştirmektir. Gerekli bilirkişiler eşliğinde lisansüstü eğitim seviyesine sahip katılımcılar üzerinde çeşitli aşamalar kaydedilerek anket formu oluşturulmuştur. Gerçekleştirilen analizler nihayetinde geliştirilen ölçeğin 5 faktörlü bir yapıya sahip olduğu görülmüştür. Birinci faktörde 6, ikinci, üçüncü ve dördüncü faktörde 4, beşinci faktörde 3 item yer almaktadır. İlgili boyutlar sırasıyla “siyasal ifade”, “politika takip”, “yerel yönetim ve yardım” ve “siyasal tartışmalara katılma” boyutu olarak isimlendirilmiştir. Ölçeğin Cronbach’s Alfa güvenilirlik katsayısı alt boyutlar için sırasıyla 0.92, 0.89, 0.84, 0.83, 0.81’ tür. Ölçeğin geneline dair güvenilirlik katsayısı ise 0.94’tür. Oluşturulan ölçek formu Twitter’da gerçekleştirilen siyasal katılım davranışlarını ölçebilecek niteliktedir. Toplumsal ve siyasal alan için oldukça önem arz eden sosyal medya platformlarında gerçekleştirilen siyasal katılım davranışlarının anlamlandırılabilmesi ve yeni nesil katılım biçimlerinin ortaya koyulması adına geliştirilen ölçeğin önem taşıdığı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Siyasal Katılım, Twitter, e-Katılım, Ölçek Geliştirme

¹ Bu çalışma Uşak Üniversitesi İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı Dr. öğrencisi Şakir GÜLER’in "benlik saygısı ve Twitter’da siyasal katılım ilişkisini" konu alan doktora çalışmasından türetilmiştir.

² Uşak Üniversitesi İletişim Bilimleri Anabilim Dalı Dr. Öğrencisi, sakirguler@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2200-3301

³ Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi, murat.sezgin.usak.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2200-3301

Abstract

Political participation behavior, which is the main building block of the democratic system, can be realized in many different ways with the developing technology. The new generation of participation functions in social media are examples of these formats. It is important for the public space to take place in the social media, the opportunities for interaction offered by the social platforms and the political participation behavior. Therefore, the purpose of this study is to develop the Political Participation Scale on Twitter, which incorporates Twitter-specific political participation opportunities. Based on the opinions of the experts on the subject, by taking into consideration the participants with graduate education level, various stages were recorded and a questionnaire form was created. Finally, it was observed that the scale developed has a 5-factor structure. The first factor includes 6 items, the second, third and fourth factors have 4 items and the fifth factor contains 3 items. The sub-dimensions were named as “political expression”, “policy follow-up”, “local government and assistance” and dimension of participation in political discussions, respectively. The Cronbach's alpha reliability coefficient of the scale was 0.92, 0.89, 0.84, 0.83, 0.81, respectively. The reliability coefficient for the overall scale is 0.94. The scale form is able to measure political participation behaviors in Twitter. Political participation behaviors in social media channels are very important for social and political space. For this reason, it is thought that the scale developed is important in order to make sense of political participation behaviors on Twitter and to introduce new generation participation styles.

Keywords: *Social Media, Political Participation, Twitter, e-Participation, Scale Development*

Giriş

Katılma davranışı politik düzlem söz konusu olduğunda iki temel bakış açısı ile yorumlanmaktadır. Bu bakış açılarından ilki siyaset bilimini, devlet bilimi olarak ele aldığından katılma davranışını devlet yönetimine katılma olarak değerlendirmektedir. İkinci bakış açısı ise siyaseti erk bilimi olarak nitelendirdiğinden, yöneten ve yönetilen kesimlerin var olduğu her mecrada, “yönetimin faaliyetlerini etkileme çabalarını” siyasal katılım olarak değerlendirmektedir (Eroğul, 1991, s. 13). Demokrasi ise öz olarak halkın politik katılım gösterdiği faaliyet alanlarından ve halk temeline dayanan yönetim sisteminden oluşmaktadır (Parry, Moyser, Day, 1992, s. 3). Bu bağlamda demokratik temelde siyasal katılım kavramı öz olarak; yönetilenlerin yönetim tarafından alınan kararları meşru bir çerçevede etkileme çabası olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda katılma davranışını yalnızca seçimlerde oy verme eylemi olarak görmek nitekim eksik bir bakış açısı olacaktır, siyasal katılım faaliyeti olağan bir meraktan aktif ve etkili davranış biçimlerine değin uzanan geniş bir yelpazeyi ifade etmektedir (Eroğul, 1991; Kapani, 2009; Uysal, 1984). Öte yandan genel anlamda siyasal katılma davranışı ise; aktif veya pasif bir biçimde, açıktan yahut gizli olarak, zorlamaya ya da gönüllülük esasına dayalı, sözlü-sözsüz biçimlerde bireysel ve kolektif boyutlarda gerçekleştirilebilmektedir (Milbraith'tan akt. Dilber, 2011, s. 10). Lakin demokratik çerçevede kendini gösteren siyasal katılım davranışı, gönüllülük esasına dayanan meşru eylemleri referans almaktadır.

Çağdaş çoğulcu demokrasilerde yurttaşlar, seçimler dışında da farklı örgütsel yapı ve dernekler çatısı altında alternatif katılım faaliyetleri gösterebilmektedir. Liderlerle gerçekleştirilen görüşmeler, organize edilen mitingler bu katılım faaliyetlerine örnek gösterilebilir. Söz konusu davranışların süreklilik arz eden bir yapıda gerçekleştirilmesi siyasal katılım faaliyetinin etkisini artırmaktadır (Dilber, 2011, s. 19). Öte yandan siyasal katılma davranışı yaş, eğitim, meslek, sosyo-ekonomik yapı, tutum ve yönelim gibi birçok faktörden etkilenmektedir (Eroğul, 1999: 110-113; Çukurçayır, 2006, s. 71-72; Galston, 2004, s. 264; Rome ve Hoehstetter, 2010, s. 108-115).

Gelişen teknolojiyle birlikte bahsi geçen katılma eylemleri de dönüşüm sergileyerek, yönetim tarafından alınan kararlar reel dünyanın dışında farklı mecralarda da etkilenmeye çalışılmaktadır. Politik alana aktif olarak dâhil olmak isteyen bireylerin ihtiyaçlarına temsili demokrasinin karşılık verememesi sonucu oluşan boşluk, sosyal medya gibi yeni iletişim araçları ile doldurularak kamuoyu ve hükümet paydaşları arasında karşılıklı etkileşime olanak sağlanmıştır (Meriç, 2014, s. 176). Bu yeni katılım faaliyetleri yurttaşların ve sivil toplum kuruluşlarının bilgi iletişim teknolojileri vasıtasıyla yönetim organlarını etkilemesini ve bu kanallarla politikaya katılımlarını ifade etmesi hasebiyle e-katılım olarak isimlendirilmektedir. Söz konusu e-katılım faaliyetlerinin gerçekleştirilebileceği platformlardan biriside Twitter'dır. Twitter ortaya çıktığı ilk dönemlerden itibaren siyasal konularla özdeşleşen bir platform kimliğine sahip olmuştur. Nitekim 2009 yılında Amerika Birleşik Devletleri Dış İşleri Bakanlığı, İran'daki seçim protestolarını organize etme amacıyla platform yetkililerine rutin bakımları ertelemesi talebinde bulunmuştur (Hermida, 2014, s. 297). Bunun dışında platformun ortaya çıktığı ilk yıllarda Kaliforniya'lı foto muhabiri James Buck'un Mısır seyahati sırasında yanlış bir anlaşılma nedeniyle tutuklanması sonucunda platform üzerinden atmış olduğu "Tutuklandım" tweeti sonrası Amerikalı yetkililer devreye girerek muhabir özgür kalmıştır (Sagolla, 2009, s. xxiv-xxv). İlgili örneklerde de görüldüğü üzere platform, ortaya çıktığı ilk yıllarda dahi politik konularda etkili bir iletişim aracı olarak ön plana çıkmaktadır. Diğer yandan ucuz bir maliyetle kitlelere kolay bir ulaşım sağlaması da Twitter'ı siyasal alan için cazip kılmaktadır. Dolayısıyla söz konusu mikro-blog yönetilenlerin ve yönetim erklerinin bir arada bulunduğu bir mecra olması nedeniyle ve sunduğu fırsatların her iki taraf içinde eşit olması nedenleriyle siyasal katılım için elverişli bir yapıya sahiptir. Bu bağlamda bu mecrada gerçekleştirilen siyasal katılım davranışlarını ele alan bir veri toplama formunun siyasal iletişim ve ilgili yan alanlardaki literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Öte yandan literatürde Twitter platformunda gerçekleştirilen siyasal katılım davranışını konu alan bir ölçeğe rastlanmamıştır. Bu nedenle alanyazın taranarak çalışmanın amacına katkı sağlayacağı düşünülen kaynaklardan yararlanılarak ve çeşitli ön çalışmalar gerçekleştirilerek, yeni bir ölçek formu geliştirilmeye çalışılmıştır.

Ölçek Formunun Oluşturulması

Ölçek formu oluşturulmadan önce ilk olarak alanyazındaki materyaller incelenerek çalışmaya kaynak teşkil edebilecek araştırmalar üzerinde durulmuştur. Çalışma konusuyla uygunluk gösteren araştırmalarda yer alan ifadelerden yararlanılarak Twitter platformuna uygun soru

maddeleri oluşturulmuştur (Fennema ve Tillie, 1999; Vitak, Zube, Smock, Carr, Ellison ve Lampe, 2011; Keçe ve Dinç, 2015).

İkinci adımda, politik farkındalığı yüksek katılımcılar arasından sosyal medyayı aktif olarak kullananlarla yapılandırılmamış ve yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiştir (Türnüklü, 2000, s. 547). Gerçekleştirilen mülakatlarda Twitter platformunda gerçekleşmesi muhtemel siyasal katılım davranışlarını esas alan cevaplar not edilerek, alınan yanıtlar doyuma ulaşmaya değin görüşmeler devam ettirilmiştir. Görüşmelerden elde edilen yanıtlar betimsel analiz yöntemiyle kodlanmış, ilgili kodlar soru havuzu oluşturulmasında önemli rol oynamıştır. Üçüncü adımdaysa sosyal medya platformları, siyasal katılıma tanıdığı olanaklar açısından irdelenerek uzman dijital medya yetkilileri ile birlikte havuzdaki sorulara düzenlemeler yapılmıştır.

Son adımda, elde edilen taslak formdaki maddelerin anlam ve biçim açısından kontrolü gerçekleştirilerek 39 maddelik anket formu elde edilmiştir. Ankette yer alan itemler, likert-dereceleme tarzı ölçek yaklaşımı baz alınarak dizayn edilmiştir. Yanıt şıklarındaki ifadeler sırasıyla “kesinlikle katılmıyorum”, “katılmıyorum”, “katılmakla katılmama arasındayım”, “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” şeklinde 5’li yanıt skalasından inşa edilmiştir.

Katılımcılar

Çalışma verilerinin toplandığı katılımcılara ait demografik bilgiler Tablo 1’de sunulmaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Yaş aralığı		
18-24	76	38
25-34	97	48.5
35-44	23	11.5
45-54	4	2
55-64	0	0
Meslek		
Kamu Personeli	55	27.5
Özel Sektör Personeli	53	26.5
Öğrenci	68	34
İşsiz	24	12

200 kişinin katılımıyla deneme formunun analizleri gerçekleştirilmiştir. Bryman ve Cramer (2001) ölçme formu geliştirilen çalışmalarda, madde sayısının beş katı kadar katılımcıya ulaşılması gerektiğini ifade etmektedirler. 39 maddelik taslak form göz önünde bulundurulduğunda 200 kişilik katılımcı araştırma için elverişli olarak değerlendirilmiştir. Katılımcıların (n200) yaş dağılımı; %38’i 18-24 yaş, %48,5’i 25-34 yaş, %11,5’i 35-44 yaş, %2’si ise 45-54 aralığı dilimindedir.

Meslek bağlamında ise %27,5 kamu personeli, %26,5 özel sektör personeli ve %34 öğrenci, %12 ise işsiz olarak bir dağılım söz konusudur. Buradan hareketle öğrenci katılımcıların belirli kesiminin aynı zamanda bir işte çalıştığı görülmektedir.

Formdan Elde Edilen Verilerin İşlenmesi

Araştırmaya geribildirimde bulunan katılımcılardan toplanan cevaplar SPSS 24 paket programı ile işlenmiştir. Maddelere verilen yanıtlar, 1 ile 5 arasında “kesinlikle katılmıyorum”, “katılmıyorum”, “katılmakla katılmama arasındayım”, “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” şeklinde kodlanmıştır.

Madde Analizleri

Çalışma dâhilinde madde analizi olarak “Madde-Ölçek Korelasyonuna Dayalı Madde Analizi” ve “Alt-Üst Grup Ortalamaları Farkına Dayalı Madde Analizi” gerçekleştirilmiştir. İlgili analizler uygulanırken döndürme (varimax) safhasında bütünlü uyuşmadığı için atılan ifadeler bu evrede göz önünde bulundurulmamıştır. Çıkarılan itemlerin atılma nedenleri “yapı geçerliliği” bölümünde verilmiştir.

Madde-Ölçek Korelasyonuna Dayalı Madde Analizi

Maddelere özgü puanlar ve formda yer alan maddelerin tümüne ait puanların toplamından oluşan korelasyon katsayıları Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Madde-Ölçek Korelasyonuna Dayalı Madde Analizi Sonuçları

Maddeler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
r	,8**	,5**	,6**	,8**	,6**	,8**	,7**	,7**	,6**	,7**	,6**	,5**	,7**
Maddeler	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
r	,8**	,8**	,6**	,7**	,6**	,7**	,7**	,6**	,7**	,7**	,7**	,5**	,6**
Maddeler	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36			
r	,7**	,7**	,7**	,7**	,5**	,8**	,6**	,7**	,8**	,7**			

P< 0.01*

Tablo 2’de sunulduğu üzere, maddelere ait puanlarla, ölçek değeri arasında meydana gelen ilişim katsayıları, .47 (m31) ile .79 (m6) dolaylarında değişmektedir. Elde edilen ilişim katsayıları, 0.01 düzeyinde istatistiki yönden anlamlıdır.

Alt-Üst Grup Ortalamaları Farkına Dayalı Madde Analizi

Ölçekte yer alan maddelere verilen yanıtlara karşılık gelen değerlerin toplanmasıyla ulaşılan puanlar, en büyükten en küçüğe doğru sıralanarak n200 katılımcı içinden en düşük puanlara sahip 54 kişi alt grup en yüksek puanlara sahip 54 kişi de üst grup olarak nitelendirilmiştir. İlgili ayırım nihayetinde, üst gruptan her bir madde için ayrı ayrı elde edilen puanların ortalaması ile alt gruptan elde edilen puanların ortalaması arasında oluşan fark, bağımsız gruplar için independent sample t testi aracılığıyla analiz edilmiştir. Grupların tümü için farklılıklar istatistiki (p<.001) yönden manidardır. Ulaşılan sonuçlar ölçekteki maddelerin ve toplam değerlerin ayırt edici bir nitelikte olduğunu göstermektedir. Analiz sonuçları Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3. Alt-Üst Grup Ortalamaları Farkına Dayalı Madde Analizi Sonuçları

Maddeler	1	2	3	4	5	6	7	8	9
t	18,0**	7,9**	16,8**	18,4**	18,3**	18,1**	12,9**	13,2**	16,5**
Maddeler	10	11	12	13	14	15	16	17	18
t	13,8**	14,9**	13,5**	15,5**	18,1**	18,3**	13,0**	11,7**	16,1**
Maddeler	19	20	21	22	23	24	25	26	27
t	20,0**	14,7**	6,9**	13,8**	13,5**	15,7**	16,6**	8,1**	13,1**
Maddeler	28	29	30	31	32	33	34	35	36
t	12,7**	14,5**	13,7**	8,5**	23,3**	21,7**	13,5**	21,1**	14,4**

Formun Yapı Geçerliliği

Forma dair yapı geçerliliği noktasında açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri yapılmıştır.

Açıklayıcı Faktör Analizi

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett testleri doğrultusunda elde edilen değerlerin, faktör analizine uygunluğu sınanmıştır. Yapılan analiz neticesinde ulaşılan veriler Tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4. KMO ve Bartlett Testi Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Uyum Ölçüsü		0.936
	X ²	5695,592
Bartlett Küresellik Testi	sd	630
	p	0.000

Ulaşılan 0,936'lık Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri verilere faktör analizi uygulanabileceğini göstermektedir. Bartlett Küresellik Testi ise 5695,592 düzeyinde olup 0,001 düzeyinde anlam ifade etmektedir ($X^2_{630} = 5695,592$). Ulaşılan sonuçlar ölçek geliştirme çalışmasından elde edilen verilere faktör analizi uygulanabileceğini işaret etmektedir (Hinkin, 1995).

Tasarlanan anketteki 39 maddeyle elde edilen verilere uygulanan açıklayıcı faktör analiziyle temel alt boyutların ortaya koyulması amaçlanmıştır. İlgili alt boyutların tespitinde bir kısıtlamaya gidilmeyerek varimax dik döndürme yöntemi kullanılmıştır. Bu evrenin sonunda formun tümüyle uyum göstermeyen 3 madde taslak ölçekten çıkarılmıştır. Söz konusu maddeler aşağıdaki gibidir.

- Twitterda takip ettiklerimle/beni takip edenlerle siyasi konularda tartışırım. (v10)
- Kamu düzeni, siyaset ve yönetimle ilgili konularda sesimi duyurmak istediğimde Twitter'in siyasal katılım noktasında etkili bir mecra olduğunu düşünmem. (v36)
- Twitterda yapılan güncel siyasetle ilgili anketlere görüş bildiririm.(v25)

Tablo 5. Faktör Analizi Sonuçları

Faktör	Başlangıç Öz Değerler			Döndürme Öncesi Değerler			Döndürme Sonrası Değerler		
	Toplam	Vary %	Küm %	Toplam	Vary %	Küm %	Toplam	Vary %	Küm %
1	16,429	45,635	45,635	16,429	45,635	45,635	5,517	15,324	15,324
2	2,630	7,307	52,942	2,630	7,307	52,942	5,121	14,224	29,548
3	1,969	5,470	58,411	1,969	5,470	58,411	4,049	11,248	40,797
4	1,563	4,343	62,754	1,563	4,343	62,754	3,516	9,767	50,564
5	1,247	3,463	66,218	1,247	3,463	66,218	3,122	8,672	59,236
6	1,117	3,103	69,320	1,117	3,103	69,320	2,425	6,735	65,971
7	1,006	2,795	72,116	1,006	2,795	72,116	2,212	6,145	72,116
8	,856	2,378	74,493						
9	,703	1,954	76,447						

Tablo 5'te görüldüğü üzere öz değeri (eigenvalue) 1'in üstünde 7 ayrı faktör mevcuttur. İlk faktörle diğer faktörler arasındaki öz-değer farkının büyüklüğü (Kline, 1994) ölçeğin tümünün belirli bir yapıyı ölçtüğünü göstermektedir. Döndürme sonucunda da formun 7 faktörlü yapısını koruduğu görülmüştür. Boyutların bir bütün olarak açıkladığı varyans 72,116' dır.

Formun faktör analizi nihayetinde ayrıldığı alt boyutlar, boyutların ve ölçeğin genelini açıkladığı varyans, güvenilirlik değerleri ve faktör yükleri Tablo 6'da sunulmuştur. Doğrulamalı faktör analizine (DFA) geçmeden önce geliştirilen ölçeğin sonraki araştırmalara yardımcı olması amacıyla 36 maddelik şekline ayrıntılı bir biçimde yer verilmiştir. DFA sonrası ise ölçek madde sayısı ve alt boyut yönünden değişikliğe uğramıştır.

Tablo 6. Varimax Döndürme Sonrası Değerler

TWITTERDA SİYASAL KATILIM ÖLÇEĞİ	
1. SİYASAL İFADE BOYUTU: Açıklanan Varyans: 15,324 - α: ,931	Yükü
Referandum sürecinde kendi görüşümü yansıtan kararı destekleyici paylaşımlarda bulunurum	,737
Siyasi konularda görüşüm ile uyuşan popüler gündem #hashtagları ile paylaşım yaparım	,703
Genel seçim sürecinde siyasi partilere dair paylaşımları beğenirim/retweet ederim.	,643
Twitter'da güncel siyasi tartışmalara katılırım	,641
Kamu düzeni, siyaset ve yönetimle ilgili konularda sesimi duyurmak istediğimde hashtag paylaşımları ile popüler gündemlere dair twit atarım	,635
Genel seçim sürecinde siyasi parti liderlerine dair paylaşımlarda bulunurum	,633
Kamu düzeni, siyaset ve yönetimle ilgili konularda sesimi duyurmak istediğimde TWİT atarım.	,620
Hak gaspını protesto etmek veya hak talebinde bulunmak amacıyla yapılan bir eyleme, destek veririm	,454
2. SİYASAL TARTIŞMALARA KATILMA BOYUTU: Açıklanan Varyans: 14,224 - α: ,914	Yükü
Twitterda "takip etmediklerimle/beni takip etmeyenlerle" siyasi konuları tartıştığım olur	,777
Twitterda anonim hesaplarla siyasi konuları tartışırım	,750
Twitterda muhalefet ile ilgili siyasi tartışmalara katılırım	,655
Twitter'da hükümetin hizmetleri hakkında tartışırım	,655
Twitterda fenomen hesaplarla siyasi konuları tartışırım	,638
Twitterda hükümet ile ilgili siyasi tartışmalara katılırım	,592
Twitterda yerel yönetimlerin hizmetleri hakkında tartışırım	,511
Haber sayfası hesaplarına, siyasi haber ve yorumlara ilişkin kişisel düşüncelerimi iletirim	,494
Siyasi konularda görüşüm ile uyuşmayan popüler gündem #hashtagları ile paylaşım yaparım	,463
3. POLİTİKA TAKİP BOYUTU: Açıklanan Varyans: 11,248 - α: ,896	Yükü
Hükümetin ülke yönetimine ilişkin politika/hizmetlerini Twitter'da takip ederim	,838
Twitter üzerinden siyasilerin kamuoyu açıklamalarını takip ederim	,822
Twitter üzerinden muhalefet partilerinin politikalarını takip ederim	,822
Twitter üzerinden siyasi gündemi takip ederim	,778
Twitter üzerinden yerel yönetimlerin hizmetlerini takip ederim	,677
4. PROPAGANDA, YÜRÜYÜŞ ve GREV BOYUTU: Açıklanan Varyans: 9,767 - α: ,846	Yükü
Yasal olmayan gösteri, yürüyüş etkinliklerine twitter üzerinden destek veririm	,747
Sendika tarafından düzenlenen grevlere twitter üzerinden destek veririm	,680
Propaganda amaçlı bildiri, gazete, dergi vb. haberlere destek veririm	,630
Yasal olarak izin verilmiş gösteri, yürüyüş etkinliklerine twitter üzerinden destek veririm	,566
Propaganda amaçlı afiş paylaşımlarına destek veririm	,518
5. YEREL YÖNETİM ve YARDIM BOYUTU: Açıklanan Varyans: 8,672 - α: ,845	Yükü
Yerel seçim sürecinde belediye başkan adaylarına dair paylaşımları beğenirim/retweet ederim.	,771
Yerel seçim sürecinde belediye başkan adaylarına dair paylaşımlarda bulunurum.	,652
Siyasal faaliyetlerde kullanılmak üzere twitter üzerinden toplanan yardımlara destek veririm.	,534
Twitter'da yerel yönetimlerle ilgili siyasi tartışmalara katılırım	,530
6. SİYASİ TEMSİLCİLER İLE ETKİLEŞİM BOYUTU: Açıklanan Varyans: 6,735 - α: ,794	Yükü
Siyasetçilere gündemdeki siyasi konulara ilişkin direkt mesaj (DM) gönderirim	,752
Siyasi konularla alakalı paylaşımlarımda, siyasilerin hesaplarını ETİKETLERİM	,619
Kamu düzeni, siyaset ve yönetimle ilgili konularda sesimi duyurmak istediğimde etkili siyasi isimlerin hesaplarını etiketleyerek/menşinlayarak twit atarım.	,601
7. KAMPANYA BOYUTU: Açıklanan Varyans: 6,145 - r: ,517	r
Siyasal konulardaki e-imza kampanyalarına katılırım	,695
Boykot paylaşımlarına destek veririm	,614
Açıklanan Toplam Varyans: 72,116	

Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

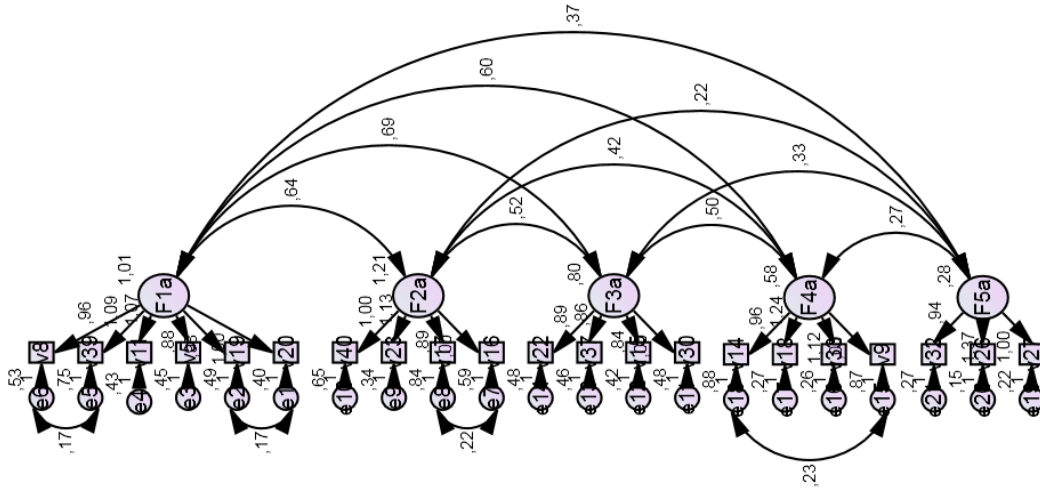
DFA, verilerin temelindeki yapıyı değerlendirmeye tabi tutan Açıklayıcı Faktör Analizinin (AFA) bir koludur. AFA hipotez kurulmasına dair bilgi edimini sağlamaktayken, DFA belirlenen faktörler arasındaki ilişkinin düzeyini, değişkenler ile faktörler arasındaki ilişkiyi, faktörler arası bağlantıyı, modelin açıklanmasında faktörlerin yeterli olup olmadığını anlamak

ve test etmek amaçlı kullanılmaktadır (Erkorkmaz, Etikan, Demir, Özdamar ve Sansioğlu, 2012, s. 211). DFA ve yapısal eşitlik modellerinde, model uyumu değerlendirmesinde Ki-kare (X^2), X^2 istatistiğinin serbestlik derece oranı (X^2/sd), bireysel parametre tahminlerinin anlamlılığı (t değeri), bağımsız modele (NFI, CFI) ve kalıntılara dayanan (SRMR, GFI), yaklaşık yanılmaların ortalama ($\sqrt{}$) karekök (RMSEA) şeklinde kümelendirilen uyum indeksleri kullanılmaktadır (Bayram, 2010). Doğrulayıcı Faktör Analizi uyum endeksleri Tablo 7’de verilmiştir (Bayram 2010; Raykov 1997: 329-333; Erkorkmaz, vd. 2012).

Tablo 7. DFA Uyum Değerleri

Model Uyum İndexleri	Elde Edilen Değerler		Uyum Değerleri	
	36 madde 7 boyut	21 madde 5 boyut	Kabul Edilebilir	İyi / Çok İyi
X^2/sd	2.63	1,980	$0 < X^2 / sd < 5$	$0 < X^2 / sd < 3$
RMSEA	.091	,070	$0,00 \leq RMSEA \leq 0,10$	$0,00 \leq RMSEA \leq 0,05$
SRMR	.074	0,63	$0,00 \leq SRMR \leq 0,08$	$0,00 \leq SRMR \leq 0,05$
GFI	.696	.868	$0,90 \leq GFI \leq 1,0$	$0,95 \leq GFI \leq 1,0$
NFI	.752	.901	$0,90 \leq NFI \leq 1,0$	$0,95 \leq NFI \leq 1,0$
CFI	.828	.973	$0,90 \leq CFI \leq 1,0$	$0,95 \leq CFI \leq 1,0$
IFI	.830	.941	$0,90 \leq IFI \leq 1,0$	$0,95 \leq IFI \leq 1,0$
TLI	.811	.928	$0,90 \leq TLI \leq 1,0$	$0,95 \leq TLI \leq 1,0$
RFI	.727	.900	$0,90 \leq RFI \leq 1,0$	$0,95 \leq RFI \leq 1,0$

Tablo 7’de görüldüğü üzere DFA sonucunda ölçeğin 5 faktör altında toplanan 21 maddelik biçiminin en ideal yapıyı verdiği gözlemlenmiştir. DFA sonucu faktör yükleri ,591 ile ,849 arasında değişmekte olup t değerlerinin 0,01 düzeyinde manidar olduğu bulunmuştur.



Şekil 1. Doğrulayıcı Faktör Analizi Diyagramı (DFA)

Doğrulayıcı faktör analizi sonrası ulaşılan boyutlar ve maddeler Tablo 8’de aktarıldığı gibidir.

Tablo 8. Doğrulayıcı Faktör Analiz Sonrası “Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeği”

TWİTTERDA SİYASAL KATILIM ÖLÇEĞİ (DFA sonrası)	
1. SİYASAL İFADE BOYUTU: <i>Cronbach Alfa : ,926</i>	
V8	Genel seçim sürecinde siyasi parti liderlerine dair paylaşımlarda bulunurum
V39	Referandum sürecinde kendi görüşümü yansıtan kararı destekleyici paylaşımlarda bulunurum
V11	Kamu düzeni, siyaset ve yönetimle ilgili konularda sesimi duyurmak istediğimde TWİT atarım.
V5	Twitter'da güncel siyasi tartışmalara katılırim
V19	Kamu düzeni, siyaset ve yönetimle ilgili konularda sesimi duyurmak istediğimde hashtag paylaşımları ile popüler gündemlere dair twit atarım
V20	Siyasi konularda görüşüm ile uyuşan popüler gündem #hashtagları ile paylaşım yaparım
2. POLİTİKA TAKİP BOYUTU <i>Cronbach Alfa: ,898</i>	
V40	Twitter üzerinden siyasi gündemi takip ederim
V23	Twitter üzerinden siyasilerin kamuoyu açıklamalarını takip ederim
V17	Twitter üzerinden muhalefet partilerinin politikalarını takip ederim
V16	Hükümetin ülke yönetimine ilişkin politika/hizmetlerini Twitter'da takip ederim
3. YEREL YÖNETİM ve YARDIM BOYUTU <i>Cronbach Alfa: ,845</i>	
V22	Siyasal faaliyetlerde kullanılmak üzere twitter üzerinden toplanan yardımlara destek veririm.
V37	Twitter'da yerel yönetimlerle ilgili siyasi tartışmalara katılırim
V30	Yerel seçim sürecinde belediye başkan adaylarına dair paylaşımları beğenirim/retweet ederim.
V15	Yerel seçim sürecinde belediye başkan adaylarına dair paylaşımlarda bulunurum.
4. PROPAGANDA, YÜRÜYÜŞ ve GREV BOYUTU <i>Cronbach Alfa: ,836</i>	
V14	Yasal olarak izin verilmiş gösteri, yürüyüş etkinliklerine twitter üzerinden destek veririm
V18	Propaganda amaçlı afiş paylaşımlarına destek veririm
V33	Propaganda amaçlı bildiri, gazete, dergi vb. haberlere destek veririm
V9	Boykot paylaşımlarına destek veririm
5. SİYASAL TARTIŞMALARA KATILMA BOYUTU <i>Cronbach Alfa: ,812</i>	
V32	Twitterda fenomen hesaplarla siyasi konuları tartışırım
V26	Twitterda "takip etmediklerimle/beni takip etmeyenlerle" siyasi konuları tartıştığım olur
V27	Twitterda anonim hesaplarla siyasi konuları tartışırım

Güvenilirlik Analizi**Tablo 9. Twitter’da Siyasal Katılım Ölçeği DFA Sonrası Güvenilirlik Değerleri**

Boyutlar	Cronbach Alfa Değerleri
Siyasal İfade Boyutu	0.926
Politika Takip Boyutu	0.898
Yerel Yönetim ve Yardım	0.845
Propaganda, Yürüyüş ve Grev	0.836
Siyasal Tartışmalara Katılma	0.812
Genel	0.942

Doğrulayıcı faktör analizi sonrası nihai haline ulaşılan ölçeğin güvenilirlik değerleri Tablo 9’da gösterildiği üzere sırasıyla tüm boyutlar için; Siyasal İfade Boyutu 0.926, Politika Takip Boyutu 0.898, Yerel Yönetim ve Yardım Boyutu 0.845, Propaganda, Yürüyüş ve Grev Boyutu 0.836, Siyasal Tartışmalara Katılım Boyutu 0.812 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin DFA sonrası genel güvenilirlik değeri ise 0.942’dir.

Tartışma ve Sonuç

Demokratik çerçevede yeni bir kamusal alan olarak değerlendirilen sosyal platformların toplumun her kesimini bir araya getirdiği ve alışlagelmiş iletişim biçimlerini dönüştürdüğü kabul edilen bir gerçektir (Yegen, 2014, s. 133). Bireyler, düşüncelerini platformların kendine özgü biçimleri aracılığıyla dile getirmektedirler. Diğer yandan kamusal alan, sosyal medyanın norm değer ve yargılarıyla yeni bir şekle bürünmüştür. Yönetim erkleri ve vatandaşlar bu sanal platformlarda aynı biçim ve esaslara tabi olarak siyasal ifadelerde bulunmakta, oluşturulan gündemler ve dile getirilen söylemler siyasal katılım açısından büyük fırsatlar sunmaktadır. Twitter platformu ise, belirli bir düşünceyi geniş çevrelerle paylaşabilme olanağından (Sagolla, 2009) ziyade belirli gündemler kurarak ve yönetim erklerini direkt muhatap alarak etkileşime fırsat sunması yönleriyle diğer sosyal mecralardan ayrılmaktadır. Öte yandan platformun sahip olduğu politik imaj ve siyasi simaların çoğunun bu mecra da boy göstermesi, Twitter'ı siyasal iletişim açısından farklı bir noktada konumlandırmaktadır. Dolayısıyla siyasal düzlemde bu platformda gerçekleştirilen eylemler gerek yönetim nezdinde gerek toplumsal açıdan oldukça önem taşımaktadır. Bu nedenle Twitter platformunun sunmuş olduğu etkileşim olanakları göz önünde bulundurularak geliştirilen bir siyasal katılım ölçeğinin, oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Nitekim ilgili ölçekle, alan yazında sıkça tartışılan sosyal medyadaki siyasal katılım faaliyetleri (Karaçor, 2009; Çıldan, Ertemiz, Tumuçin, Küçük, Albayrak, 2012; Köseoğlu, 2013; Meriç, 2017) ve e-katılım aktiviteleri (Delibaş, Akgül, 2010; Sæbø, Rose ve Flak, 2008; Meriç, 2014) somut olarak ortaya koyulabilir. Belirli örneklem kümeleri üzerinden toplanan verilerle çeşitli grupların Twitter platformu üzerindeki siyasal katılım düzeyleri, tartışmalara katılımları, yerel yönetim konularına katılımları ve siyasal ifade bulunma durumları değerlendirilebilir.

Kaynakça

- Bayram, N. (2010). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş*. Bursa: Ezgi.
- Bryman, A. & Cramer, D. (2001) *Quantitative Data Analysis with SPSS Release 10 for Windows: A Guide for Social Scientists*. London: Routledge.
- Çıldan, C., Ertemiz, M., Tumuçin, H. K., Küçük, E., & Albayrak, D. (2012). Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü. *Akademik Bilişim*, 3.
- Çukurçayır, M.A. (2006). *Siyasal Katılma ve Yerel Demokrasi*. Konya: Çizgi.
- Erkorkmaz, Ü., Etikan, I., Demir, O., Özdamar, K., & Sanisoğlu, S. Y. (2013). Doğrulayıcı Faktör Analizi ve Uyum İndeksleri. *Turkiye Klinikleri Journal Of Medical Sciences*, 33(1), 210-223. doi: 10.5336/medsci.2011-26747.
- Eroğul, C. (1991). *Devlet Yönetimine Katılma Hakkı*. Ankara: İmge.
- Fennema, M., & Tillie, J. (1999). Political Participation and Political Trust in Amsterdam: Civic Communities And Ethnic Networks. *Journal Of Ethnic And Migration Studies*, 25(4), 703-726. doi.org/10.1080/1369183X.1999.9976711.
- Galston, W. A. (2004). Civic Education and Political Participation. *PS: Political Science & Politics*, 37(2), 263-266. doi.org/10.1017/S1049096504004202.

- Hermida, A. (2010). Twittering The News The Emergence of Ambient Journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 297-308. doi.org/10.1080/17512781003640703.
- Hinkin, T.R. (1995). A Review of Scale Development Practices in The Study of Organisations. *Journal of Management*, 21(5), 967-988. doi.org/10.1177/014920639502100509.
- Kapani, M. (2009). *Politika Bilimine Giriş*. Ankara: Bilgi.
- Karaçor, S. (2009). Yeni İletişim Teknolojileri, Siyasal Katılım, Demokrasi. Yönetim ve Ekonomi: *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 121-131.
- Keçe, M., Dinç, E. (2015). Demokratik Katılım Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması. *Gefad / Gujgef* 35(1), 177-207
- Kline, P. (1994). *An Easy Guide To Factor Analysis*. New York: Routledge
- Köseoğlu, Y., & Al, H. (2013). Bir Siyasal Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya. *Akademik İncelemeler Dergisi (AID)*, 8(3), 103-125.
- Meriç, Ö. (2014). *Dijital Demokrasi: Türkiye’de Yeni Medya ve Siyasal Katılım* (Doktora Tezi). Maltepe Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Meriç, Ö. (2017). Çevrimiçi Siyasal İletişim Üzerine Bir Literatür Değerlendirmesi. *Selçuk İletişim*, 9(4), 25-39.
- Parry, G., Moyser, G., & Day, N. (1992). *Political Participation and Democracy in Britain*. Cambridge University Press.
- Raykov, T. (1997). Scale Reliability, Cronbach's Coefficient Alpha, and Violations of Essential Tau-Equivalence With Fixed Congeneric Components. *Multivariate Behavioral Research*, 32, 329-353.
- Rome, S. H., & Hoechstetter, S. (2010). Social Work And Civic Engagement: The Political Participation Of Professional Social Workers. *J. Soc. & Soc. Welfare*, 37, 107.
- Sæbø, Ø., Rose, J., & Flak, L. S. (2008). The shape of eParticipation: Characterizing an Emerging Research Area. *Government information quarterly*, 25(3), 400-428.
- Sagolla, D. (2009). *140 Characters A Style Guide For The Short Form*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Türnüklü, A.(2000). Eğitimbilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 6(4), 543-559.
- Uysal, B. (1984). *Siyasal Katılma ve Katılma Davranışına Ailenin Etkisi*. Ankara: Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü.
- Vitak, J., Zube, P., Smock, A., Carr, C. T., Ellison, N., & Lampe, C. (2011). It's Complicated: Facebook Users' Political Participation in the 2008 Election. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 14(3), 107-114.
- Yegen, C. (2013). Demokratik Ve Yeni Bir Kamusal Alan Olarak Sosyal Medya. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 119-135.

EK- ANKET FORMU

TWITTER'DA SİYASAL KATILIM ÖLÇEĞİ		Katılım Durumları				
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılmama Arasındayım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Twitter üzerinden siyasi gündemi takip ederim	1	2	3	4	5
2	Twitter'da "takip etmediklerimle/beni takip etmeyenlerle" siyasi konuları tartıştığım olur	1	2	3	4	5
3	Twitter'da anonim hesaplarla siyasi konuları tartışırım	1	2	3	4	5
4	Kamu düzeni, siyaset ve yönetimle ilgili konularda sesimi duyurmak istediğimde TWIT atarım.	1	2	3	4	5
5	Twitter'da yerel yönetimlerin hizmetleri hakkında tartışırım	1	2	3	4	5
6	Hükümetin ülke yönetimine ilişkin politika/hizmetlerini Twitter'da takip ederim	1	2	3	4	5
7	Twitter üzerinden muhalefet partilerinin politikalarını takip ederim	1	2	3	4	5
8	Yerel seçim sürecinde belediye başkan adaylarına dair paylaşımlarda bulunurum.	1	2	3	4	5
9	Twitter'da yerel yönetimlerle ilgili siyasi tartışmalara katılırım	1	2	3	4	5
10	Yerel seçim sürecinde belediye başkan adaylarına dair paylaşımları beğenirim/retweet ederim.	1	2	3	4	5
11	Twitter'da muhalefet ile ilgili siyasi tartışmalara katılırım	1	2	3	4	5
12	Yasal olarak izin verilmiş gösteri, yürüyüş etkinliklerine Twitter üzerinden destek veririm	1	2	3	4	5
13	Twitter'da fenomen hesaplarla siyasi konuları tartışırım	1	2	3	4	5
14	Twitter'da hükümet ile ilgili siyasi tartışmalara katılırım	1	2	3	4	5
15	Genel seçim sürecinde siyasi partilere dair paylaşımları beğenirim/retweet ederim	1	2	3	4	5
16	Haber sayfası hesaplarına, siyasi haber ve yorumlara ilişkin kişisel düşüncelerimi iletirim	1	2	3	4	5
17	Siyasi konularda görüşüm ile uyuşmayan popüler gündem #hashtagları ile paylaşım yaparım	1	2	3	4	5
18	Twitter üzerinden siyasilerin kamuoyu açıklamalarını takip ederim	1	2	3	4	5
19	Twitter'da hükümetin hizmetleri hakkında tartışırım	1	2	3	4	5
20	Hak gaspını protesto etmek veya hak talebinde bulunmak amacıyla yapılan bir eyleme, Twitter üzerinden destek veririm	1	2	3	4	5
21	Boykot paylaşımlarına Twitter üzerinden destek veririm	1	2	3	4	5
22	Twitter üzerinden yerel yönetimlerin hizmetlerini takip ederim	1	2	3	4	5
23	Referandum sürecinde kendi görüşümü yansıtan karar destekleyici paylaşımlarda bulunurum	1	2	3	4	5
24	Siyasi konularda görüşüm ile uyuşan popüler gündem #hashtagları ile paylaşım yaparım	1	2	3	4	5
25	Propaganda amaçlı afiş paylaşımlarına Twitter üzerinden destek veririm	1	2	3	4	5
26	Twitter'da güncel siyasi tartışmalara katılırım	1	2	3	4	5
27	Kamu düzeni, siyaset ve yönetimle ilgili konularda sesimi duyurmak istediğimde hashtag paylaşımları ile popüler gündemlere dair twit atarım	1	2	3	4	5
28	Genel seçim sürecinde siyasi parti liderlerine dair paylaşımlarda bulunurum	1	2	3	4	5
29	Sendika tarafından düzenlenen grevlere Twitter üzerinden destek veririm	1	2	3	4	5
30	Siyasetçilere gündemdeki siyasi konulara ilişkin direkt mesaj (DM) gönderirim	1	2	3	4	5
31	Siyasal faaliyetlerde kullanılmak üzere Twitter üzerinden toplanan yardımlara destek veririm.	1	2	3	4	5
32	Propaganda amaçlı bildiri, gazete, dergi vb. haberlere Twitter üzerinden destek veririm	1	2	3	4	5
33	Siyasi konularla alakalı paylaşımlarımda, siyasilerin hesaplarını ETİKETLERİM	1	2	3	4	5
34	Kamu düzeni, siyaset ve yönetimle ilgili konularda sesimi duyurmak istediğimde etkili siyasi isimlerin hesaplarını etiketleyerek/menşinlayarak twit atarım.	1	2	3	4	5
35	Siyasal konulardaki e-imza kampanyalarına katılırım	1	2	3	4	5
36	Yasal olmayan gösteri, yürüyüş etkinliklerine Twitter üzerinden destek veririm*	1	2	3	4	5
37	Twitterda takip ettiklerimle/beni takip edenlerle siyasi konularda tartışırım	1	2	3	4	5
38	Kamu düzeni, siyaset ve yönetimle ilgili konularda sesimi duyurmak istediğimde Twitter'ın siyasal katılım noktasında etkili bir mecra olduğunu düşünmem*	1	2	3	4	5
39	Twitter'da yapılan güncel siyasetle ilgili anketlere görüş bildiririm	1	2	3	4	5



Kitap Tanıtımı

Book Review

Pınar Serdar Dinçer¹

Başvuru Tarihi: 16.01.2019

Kabul Tarihi: 04.03.2019

Maria Luisa Agati, The Manuscript Book. A Compendium of Codicology. First Edition Studia archaeologica; 214. Roma: "L'ERMA" di Brettschneider, 2017, 536 sayfa; 16 renkli resim, 120 şekil ve siyah-beyaz fotoğraf. ISBN: 978-88-913-0986-0. € 250,00.

Yayın, 2009 yılında genişletilmiş ikinci baskı yapan “Il libro manoscritto da Oriente a Occidente: Per una codicologia comparata” başlıklı kitabın revize edilmiş İngilizce versiyonudur. Kitabın İngilizce’ye çevrilmiş olması ulaşacağı kitle açısından oldukça önemlidir. Yazarın yayını hazırlamasındaki öncelikli amacı antik ve Orta Çağ’daki systemsiz ve organize olmamış el yazmalarıyla ilgili bilgileri bir araya getirmek ve bu bilgileri öğrencilerine sunmaktır. Ancak konunun genişliğinden dolayı yayın sadece öğrenciler için değil kütüphaneciler, filologlar, paleograflar gibi geniş bir uzman kitleye hitap edebilecek boyuta ulaşmıştır.

Konuya sistematik olarak yaklaşan yazar eserinde Orta Çağ el yazmalarının kısa bir özetini vererek kodikoloji, kâğıt öncesi yazı materyalleri (papirüs, parşömen ve benzeri), kâğıt (filigran yapımı), kitap morfolojisi, kodeks, sayfanın materyal olarak hazır hale getirilmesi, sayfa tasarımı, kopyalama, resimleme, çeşitli kitap ciltleme yöntemleri ve el yazması eserlerinin konservasyonu konularına değinmiştir. Her bölümün kapsamı ve ağırlığı farklı olmasına rağmen kodikolojiyle ilgili hiçbir konunun göz ardı edilmediği söylenebilir. Kitapta metnin içine yerleştirilmiş yüz yirmi şekil ve siyah-beyaz fotoğraf bulunmaktadır. Şekillerin daha önceki yayınlardan alıntı yapıldığı özenle belirtilmiştir. On altı adet renkli resim kitabın arka bölümünde siyah zemin üzerine yerleştirilerek sunulmuştur.

Paleografi alanında farklı çalışmalar olduğu bilinmekle beraber; söz konusu yayında Latince ve Yunanca üretilen el yazmaları ilk kez kodikolojik açıdan ele alınarak antikitenin başlarından kitap basımına kadar olan dönemin bir özeti sunulmuştur. Yazarın akademik geçmişi ve çalışma alanı, Yunanca üretilen el yazmaları üzerinde daha fazla durmasına neden olmuştur. Yayında Latince el yazmalarının sunumu genel özellikleriyle ele alınmıştır. Ancak çoğu

¹ Yozgat Bozok Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, pinar.serdar@bozok.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4152-6327

durumda, paleografiden farklı olarak, her iki alan da aynı temellere dayandığı için bu bir eleştiri konusu olmamalıdır.

Bir diğer vurgulanması gereken konu, pek çok yayında karşımıza çıkan antik yazı malzemeleri ile ilgilidir. İncelediğimiz yayında farklı olarak Doğu ve Batı'da kullanılan yazı malzemelerinin Orta Çağ'daki gelişimine öncelik verilmiştir.

Eserde olumsuz olarak eleştirilebilecek konunun kaynak gösterimi olduğu söylenebilir. Estetik nedenlerle yayıncının tercihi olduğu düşünülen kaynak gösterme yöntemi literatüre ulaşmayı oldukça güç kılmaktadır. Neredeyse hiç dipnotun bulunmaması, akademik çalışmalar yapan okuyucu için güçlük yaratmaktadır; ancak tüm kaynakların kitabın sonunda bibliyografi şeklinde verilmiş olması asıl yararlanıcı kitle olan öğrenciler ve konuya yeni başlayan araştırmacılar için tatmin edicidir.

Yayının her bir konu başlığının detaylı olarak incelenmesi ve üzerine daha çok eleştiri yazılması alanla ilgili çalışmalara ivme kazandıracaktır. Sonuç itibarıyla; yazar, Orta Çağ el yazmalarıyla ilgili sistematik bir çalışma sunmuştur. Eser bu açıdan tarihçiler, sanat tarihçileri ve özellikle konuyla yeni ilgilenen bilim insanları ve öğrenciler için temel kaynak niteliğindedir. Bu tür yayınların artması, dünyada yaklaşık bir asırdır araştırılan ancak ülkemizde oldukça yeni olan el yazmaları çalışmalarına yönelik Türkçe yayınların üretilmesinde katkı sağlayacaktır.